**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ**

**ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ**

**ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**Министерство образования и науки
Республики Казахстан**

**КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**имени аль-ФАРАБИ**

**«Бизнес, экономика, журналистика және**

 **коммуникация технологияларЫН зерттеу»**

**атты жас ғалымдарға арналған республикалық ғылыми семинар**

## МАТЕРИАЛДАРЫ

## 13 желоқсан 2013 жыл

**МАТЕРИАЛЫ**

**Республиканского научного семинара для молодых ученых**

**«Бизнес, экономика, журналистика и исследование коммуникационных технологий**»

**13 декабря 2013 года**

**Ғылыми редактор:**

с.ғ.д., профессор Сұлтанбаева Г.С.

**Жауапты редакторлар:**

ф.ғ.д., профессор Нұргожина Ш.Ы.

ф.ғ.к., доцент Майкотова Ғ.Т.

**Техникалық редактор:**

Айтбаева Б.

**«**Бизнес, экономика, журналистика және коммуникация технологияларын зерттеу**»** атты республикалық ғылыми семинар материалдары.

13 желоқсан 2013 жыл/жауапты ред.: Г.Сұлтанбаева, Ғ.Майкотова –

Алматы: Қазақ университеті, 2013 – 137 б.

Жинаққа әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың журналистика факультеті докторанттары, магистранттары және жоғарғы курс студенттерінің жас ғалымдарға арналған семинарда қорғалған баяндамалары енгізілген.

 Семинар филология ғылымдарының докторы, профессор Ш.И.Нұрғожинаның мерейтойына арналған.

Қазақ журналистикасының теориясы мен тәжірибесін зерттеуші жас ғалымдарға

бағытталған.

 Материалы республиканского научного семинара для молодых ученых на тему: «Бизнес, экономика, журналистика и исследование коммуникационных технологий». – Научный ред. Г. Султанбаева. - Алматы: Қазақ университеті, 2013 – 137 б.

 В сборник включены тексты докладов докторантов, магистрантов и студентов старших курсов факультета журналистики КазНУ имени аль-Фараби, с которыми они выступили на научном семинаре для молодых ученых.

 Семинар был посвящен юбилею доктора филологических наук, профессора Ш.И. Нургожиной.

 Предназначен для молодых исследователей теории и практики казахстанской журналистики.

Вступительное слово

**В добрый путь, коллеги!**

 Магистратуре нашего факультета – более 10 лет. Время неумолимо, но вспоминается лишь хорошее и лучшее.

 В своих архивах я нашел записи, вернее речь при вручении дипломов одному из первых выпусков наших магистрантов. Среди получивших дипломы был единственный парень. Недалек тот день, когда и вам предстоит ощутить подобное. А пока – неустанный труд над собой, поиск единственно верного слова, увлечение неизведанными тропами нашей светлой профессии и первые шаги в мире научных поисков.

 То, что я сказал тогда, повторил бы и вам. Ибо эти теплые слова в полной мере применимы и к вам. Вот почему я решил их воспроизвести.

 «Былинные княжны и князь магистратуры! Что добавить к прекрасным словам коллег? В своей чарующей жизни вы смело взяли перевал, ворвались в ворота Бастилии и штурмовали горный пик святого журнализма. Ваши Гималаи – еще впереди, и я уверен: в ваших тайных желаниях покорить и их.

 Что касается вашего звания, гордого и неприступного – магистр - и ваших мантий, то вы, по существу, вложили в основание первой магистратуры Казахстана в области журналистики первые же кирпичи. Важно, чтобы эти кирпичи, образно говоря, не обросли мхом и обрекли вечную неприступную твердость. Ибо ваши магистерские диссертации вполне серьезные и нужные, требуют продолжения и окунания в настоящую краску науки, и я желал бы, чтобы вы прислушивались к советам, которые в наше нелегкое время не каждый дает.

 Одной из вас, очень интересной и дивной леди, я, шутя, подбросил при сдаче государственного экзамена строку: «А вам не хочется из окошка об мостовую брякнуть шалой головою». Да, да конечно шалой – прекрасной, умной и нежной о гранитные столбы нашей профессии и науки.

 Желаю вам огромного счастья!»

Ваш Сагымбай Кабашевич **Козыбаев,**

**д.и.н., профессор, Президент Академии**

**журналистики РК**

\* \* \*

**Абылгазова Ж.**

магистрантка 1-курса кафедры

печати и электронных СМИ

Научный руководитель: **д.и.н., профессор Барлыбаева С.Х.**

**Социальные сети как новые медиа**

К сегодняшнему этапу высоких достижений средств массовой коммуникации, общество проделало большой путь, начиная с возникновения письменности и заканчивая разработками информационных сетей. Одним из главных достижений в развитии средств массовой коммуникации является появление нового медиа – Интернета. Развитие Всемирной Сети до нынешнего дня проходило в три стадии:

- Интернет использовался лишь для нахождения определенной информации;

- стадия коммерции и коммуникации;

- стадия среды общения;

Интернет на сегодняшний день, как коммуникационный медиум, находится на третьей стадии развития и является средством общения между миллионами людей. Главная особенность – это участие каждого пользователя социальных сетей в формировании контента. Таким образом, социальные сети являются новым медиа, способствуя распространению и получению информации для неограниченного круга пользователей.

Используя Интернет, а именно, являясь пользователем социальных сетей, любая личность может предоставить информацию определенному кругу общения. Это и дает возможность социальным сетям стать новым видом медиа. Но социальные сети официально не признаны как СМИ, так как многие исследователи считают их личным пространством в Интернете.

Современные потребители информации предпочитают блоговую журналистику в отличии от профессиональной, потому что в сетевой журналистике размещают информацию оперативно и мобильно. Но здесь не соблюдаются профессиональные этические нормы, которые и не позволяют официально стать им средством массовой информации.

Создание Интернета позволило за короткие сроки онлайн-журналистике достичь высокого уровня, вытесняя традиционные СМИ. Главными особенностями онлайн журналистики являются:

- мультимедийность;

- интерактивность:

- широкий охват:

- актуальность:

- безграничность:

- нелинейность.

Это говорит о том, что онлайн-информация размещается в режиме реального времени и распространяется в глобальных масштабах, что позволяет обмениваться информацией в любое время и в любой точке Земли. Отличительной особенностью онлайн журналистики является также обратная связь с читателем, т.е. каждый читатель имеет возможность комментировать материал, высказывая свое мнение относительно информации. Появление социальных сетей позволило каждому пользователю Интернета выступать в роли производителя и распространителя информации. Если в первые годы социальные сети использовались как сеть общения между личностями, то со временем они переходили в более значимую часть, где могли делиться общими интересами и взглядами определенные круги общества.

Первая социальная сеть появилась в Интернете в 1995 году. Веб-сайт социальной сети Classmates.com был открыт для посетителей в 1995 году Рэнди Конрадом, владельцем компании Classmates Online, Inc. Веб-сайт помогал зарегистрированным пользователям находить и поддерживать связь с друзьями и знакомыми.

Социальная сеть - это социальная структура, состоящая из узлов (примерами узлов могут быть отдельные люди, группы людей или сообщества), связанных между собой одним или несколькими способами посредством социальных взаимоотношений.

Социальные сети в их современном виде имеют целый ряд дополнительных возможностей, по сравнению с существовавшими ранее инструментами общения пользователей.

Главной особенностью сервисов нового поколения являются именно инструменты поиска нужной информации в определенных страничках в Интернете. Более того, сети являются важным элементом структуры современного общества, а их влияние простирается в самые разные сферы нашей жизнедеятельности: производство, повседневную жизнь, культуру и власть.

Сегодня сетевые сообщества – вполне обычные объединения людей, а их изучение выделяется в отдельную область знания. Число пользователей некоторых наиболее популярных социальных сетей - Вконтакте, Twitter, Facebook - измеряется десятками миллионов.

В последнее время наметилась тенденция переформатирования метода доступа к информации в Интернет от поисковых систем в пользу социальных сетей.

Более популярными становятся поисковые системы, которые предоставляют автоматический подбор новостей в режиме реального времени.

В блогосфере стали генерироваться материалы, конкурирующие по оперативности и содержанию с крупными СМИ. Сейчас можно наблюдать интеграцию блогосферы с традиционными медийными площадками.

Медийный трафик начал генерировать и раскручивать социальные сети. Количество активных пользователей в отдельных социальных сетях достигает сотен миллионов.

Краткость сообщений в Twitter и легкость их публикации привели к тому, что сервис стал активно пользоваться как традиционными медиа для распространения своих материалов, так и в качестве средства гражданской журналистики. Twitter фактически стал заменять собой традиционные медиа в периоды катаклизмов и социальных волнений.

И социальные сети начинают играть роль распространителя новых сервисов, которые генерируют огромное количество переходов на медийные ресурсы. Так, например, в русскоязычном сегменте Twitter много записей – ссылки на СМИ.

Таким образом, влияние СМИ в Интернете становится напрямую связанным с позициями не только в поисковых системах, но и в социальных сетях. Соответственно, меняется, например, и формат медийных материалов.

Но Интернет и социальные сети также имеют определенные минусы. Например:

- подача информации людьми, не владеющими профессиональными навыками;

- использование нецензурных выражений, что отличает блоговую журналистику от традиционной;

- подача недостоверной и ложной информации;

- влияние на понижение культуры общения.

Онлайн журналистика не развита в определенных регионах нашей республики, где низкий показатель пользователей Интернета. Поэтому соотношение пользователей социальных сетей в Казахстане по сравнению с крупными странами мира намного отличается. Ниже представлена краткая информация о рейтингах социальных сетей Казахстана.

Институт политических решений провел социологический опрос и в результате самой востребованной оказалась сеть «Мой Мир». В «Мире» сидят 62,4% пользователей Интернета в Казахстане. Отрыв от второго места, на котором разместились «Одноклассники» (25,9%), следом «Вконтакте» — 22,7%.

Facebook’ом пользуются только 12% любителей Интернета, Твиттером и того меньше – 3,8%. Нашлось и совсем небольшое число гурманов, 1,3% жить не могут без сервиса My space.

[iport.kz/blog/kaznet]

Исследование пролило свет, на то, как часто наши соотечественники заходят на свои страницы в социальных сетях и почему этого не происходит. Как выяснилось, 28,7% бывают в сетях ежедневно, 19,7% – еженедельно, 10,9% — раз в месяц. Из тех 35,8%, что не пользуются социальными сетями, большинство не делают это по причине отсутствия Интернета (19,8%), 9,1% не хотят, а 6,9% просто не знают об Интернете.

Данный процент показывает лишь список пользователей социальных сетей, а целевое использование социальных сетей еще не выявлено в процентах. Теперь стоит вопрос, насколько пользователи Интернета используют социальные сети в целях получения информации, и сколько процентов переходят на новостные ссылки на главных страницах социальных сетей? И относят ли читатели нашей страны социальные сети к средствам массовой информации? Ответы на данные вопросы будут выявлены в ходе исследовательской работы.

Конвергентная журналистика бурно развивается и в Казахстане. Поэтому многие СМИ республики используют новые форматы подачи медиа-продуктов: онлайн газета, радио в интернете и веб-телевидение, также официальные страницы в социальных сетях, где находят основную аудиторию.

Социальные медиа - термин, который можно применить к любому веб-сайту или сервису, который позволяет пользователям взаимодействовать, сотрудничать, общаться, делиться информацию или участвовать в любой другой социальной активности. Это блоги, социальные сети и др. Социальные медиа – сервисы, где пользователи любым образом взаимодействуют с контентом.

В настоящее время новые медиа играют одну из доминирующих ролей, главным образом, в развитии гражданского общества и распространения идей. Социальные сети, имеют функции, способствующие стремительному распространению информации, что, с другой стороны, практически не контролируемо оппонентами идеи. Неограниченный доступ к информации, возможность свободного обмена данными и беспрепятственной коммуникации делают социальные сети сильным инструментом взаимодействия между единомышленниками.

Важно учитывать, что социальными сетями пользуется не только молодежная аудитория (которая итак в курсе всего происходящего), но и граждане, у которых в условиях закрытого общества и контроля над СМИ отсутствует доступ к альтернативной информации. Поэтому у всех есть возможность стать генератором идей и первоисточником информации.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. wikipedia
2. [www.n-ec.ru](http://www.n-ec.ru)
3. www.newreporter.org
4. [www.polit.ru](http://www.polit.ru)
5. iport.kz/blog/kaznet

**Айтбаева Б.Қ.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының 1-курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: **ф.ғ.к., доцент Әбдіжәділқызы Ж.**

**Жаһандану кезеңіндегі радиожурналистиканың**

**бағыты**

Радио - бұқаралық ақпарат құралдары ішіндегі ең жедел, ең қолжетімді түрлерінің бірі. Радиостанцияның дыбысын әрбір үйден, әрбір жұмыстан, тіпті әрбір адамның қолындағы ұялы телефоннан да естуге болады. Радио тыңдарман үшін аса қолайлы болып табылады және бұл қасиетінің маңызы айрықша. Радионы тыңдау үшін арнайы уақыт бөлу, болмаса күш жұмсау міндетті емес. Үй шаруашылығындағы тірлікпен айналысып жүріп те, жұмыс уақытында да, тамақтанып отырып та, автокөлікте келе жатып та, сейіл құрып жүріп те радионы еш кедергісіз тыңдай бересіз.

Радионың бірінші табиғи қасиеті - жеделдігі. Қалыптасқан БАҚ жүйесінде бірде-бір басқа құрал мұндай жеделдікті қамтамасыз ете алмайды. Радио әмбебап ақпарат таратуымен де қолайлы. Ауа райынан бастап маңызды саяси оқиғалар, төтенше саны өте көп, сондықтан да соңғы жылдары радионың хабар тарату бағыт-бағдары да өзгеріп, ол тыңдармандардың сұранысына орай маманданып, белгілі бір аудиторияға, әлеуметтік топтарға бейімделе бастады. Бір радио жедел ақпарат пен музыкаға көңіл аударса, екіншісі ескі әуендерді қайта жаңғырту арқылы жағдайлардың барысы, экономикалық көрсеткіштер туралы, болмаса спорт әлеміндегі қызықты деректердің барлығы кезегімен әуе толқынында тарап жатады. Тыңдарман өзін қызықтырған хабарға зейінін күшейтеді, болмаса кейбір мағлұматтарға аса назар аудармайды. Сөйтіп, өзінің сол уақыттағы сұранысына орай қажетті ақпараттарды қолайлы жағдайда екшеп отырады. Бәсекелестік жағдайында радиостанциялар тыңдарманын тартады, үшіншісі белгілі бір музыкалық бағытты ғана қолдайды, тағы бірі жасөспірімдер үшін хабар таратады, соған орай сөйлеу стилі мен әдісін де сақтайды. Осыған байланысты әр түрлі радио форматтары көбейді, радионың аудиториясы да түрлене түсті. Міне, осының бәрінде радионың табиғатынан қолайлылығы басты рөл атқарады.

Радионың тағы бір қасиеті - тыңдарманына психологиялық әсері, немесе эмоциональдығы. Адамның есту қабілетіне құрылған радио тыңдарманның қиялы мен сезіміне де өзгеше әсер етеді, басқа БАҚ құралын еш қайталамайды. Адам табиғатынан естіген жағдайларды көрініс ретінде елестеткені белгілі.

Адамдар табиғатынан ақпаратты қабылдауда үш топқа бөлінеді:

1. аудиолық ақпаратты тыңдау арқылы алуға бейім;
2. визуальды түрде, яғни көру арқылы ақпаратты қабылдайды;
3. ақпаратты сезіну арқылы қабылдайтын адамдар тобы.

Бұл табиғи ерекшеліктер адамдардың бұқаралық ақпарат құралдарын өз ыңғайына қарай таңдауға алып келеді. Радио бұл тұрғыдан кедергілерге жолығады. Бұл жағдайда есту, көру және біршама сезіну арқылы ақпарат бере алатын бұқаралық ақпарат құралы телеарна алдыңғы орынға шығары анық. Дегенмен, радионың өз артықшылықтары бар.

Қоғамдық дамудың демократиялық жолын таңдаған егемен Қазақстан жағдайында радиостанциялар шынайы сөз бостандығын алды, цензура жойылды, жекеменшіктік қатынас орнықты, бәсекелестік күшейді, ақпараттық саясаты көбіне тыңдарман ықыласына қарай өзгерді. Енді радионың ақпараттық, демалыстық міндеттері алдыңғы қатарға шығып, ағартушылық қыры бәсеңсігендей болды. Адамның еркін ойлауы мен еркін жүріп тұруына, өз іс-әрекетіне толық жауап беретін қоғамдық қарым-қатынастар орнықты және соны жетілдірудің жолдары қарастырылуда.

Радиохабар таратудың сан қырлы міндеттерін үшке топтастыруға болады.

1. Ақпараттық: тыңдарманды құлақтандыру міндетінен туындайды, радиожарнаманы да осы топқа жатқызамыз.

2. Қоғамды әлеуметтік топтастыру міндеті: интеграциялық міндет, қоғамдық пікірді жеткізу мен қалыптастыру, қарым-қатынас, тәрбие, үгіт-насихаттық және ұйымдастырушылық функциялары.

3. Мәдени-ағартушылық міндеттері: эстетикалық, ағартушылық және демалдыру - ойын-сауықтық функциялары.

Радиохабарларының міндеттерін білу хабар тарату кестесін сауатты жасау, станцияның бағыт-бағдарын, форматын анықтау бағдарламалардың ішкі мазмұнын айқындауға және тыңдарман аудиториясының талап-тілектерін ескеру үшін қажет.

Радиохабар таратудың басты мақсат-мұраты – аудиторияның ортақ құндылықтарын қалыптастыру, жалпы адамзаттық, ұлттық, жалпы қалалық немесе аймақтық құндылықтарға баса назар аудару.

Қақақстанда радиотыңдармандардың басым көпшілігін Алматы тұрғындары құрайды екен. Радионы тыңдармандар қай жерлерде

тыңдайтынын көрейік. Бірінші кестеде.

№1 кесте

Көбінесе радионы адамдар үйінде тыңдайды – 76,2%. Машинада радионы тыңдайтын тыңдарман – 40,6%. Жұмыста радионы тыңдаушылар – 25,2%. Ең төменгі мөлшер сауық кештерде тыңдайтындар – 16,4%.

Радиоарналардың тыңдармандар көрсеткіші 2 кестеде көрсетілген.

№2 кесте

Радиобағдарламаларға қатысты тыңдармандар көрсеткіші.

№3 кесте

Радиотыңдармандар ең бірінші басты жаңалыққа назар аударады екен – 64,9%. Анекдоттар - 60,8%. Қала жаңалықтары – 60%. Сатиралық және күлкілі әңгімелер – 59,5%. Қылмысты хроникалар – 55, 6%. Шулы оқиғалар – 54,1%. Музыкалық шолу – 49%. Танымал адамдармен сұхбаттасу – 45,9%. Ірі қылмыс жайында хабарлау – 45,1%. Жұлдыздар өмірі жайында – 44,4%. Оқиғаға талдамалы комментарий жасау – 33,8%. Спорт жаңалықтары – 32%. Баспасөзге шолу – 31%.

Радиоарналардың бір-бірінен еш айырмашылығы жоқ сияқты көрінеді, бірақ олай емес. Әр радиоарнаның өз музыкалық бағыты бар. Мәселен, «Қазақ радиосы» қоғамдық-саяси радиостанция болып табылады және форматы жағынан ақпаратты сазды болып келеді. «Шалқар радиосының» өзіндік таңдауы бар. Радио өз тыңдармандарын жоғалтқан емес. «Европа плюс Қазақстан» және «Радио 31» сәнді музыкалық ағымға сәйкес болуға талпынады. NS және Hit FM радиоарналарының да өзіндік бағыт-бағдары бар. Радиоарналардың басты мақсаты өз тыңдармандарын табу.

Радионың аудиториясы үлкен болған сайын, оның жауапкершілігі де өседі. Тыңдармандардың ақпараттық сұранысы дегенде жас ерекшелігін, әлеуметтік жағдайын, психологиялық көңіл-күйін, ұлттық және діни ұстанымдарын ескеру оңай шаруа емес. Радионың интегративті міндеті кез келген хабардан көрінеді. Публицистика болсын, өнер тақырыбы қозғалсын, спорт жаңалықтары сөз болсын бәрінде топтастыру, адамдарды жақындастыру идеясы тұрады.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. http://mukhanov.ucoz.kz
2. http://Comcon-2.kz
3. http://baq.kz
4. <http://kazradio.kz>

 **Алпысбаева М.**

магистрантка 1-курса кафедры

печати и электронных СМИ

Научный руководитель: **д.ф.н., профессор Нургожина Ш.И.**

**Этика в журналистском расследовании**

Существуют различные определения понятия «этика»; приведем одно из них: "Этика-набор принципов и норм, которыми в некоторой степени, руководствуются в журналистской практике. Этика отражает человеческие ценности, такие как мужество, самообладание и щедрость и фокусируется на таких стандартах - как и что правильно и неправильно».

Журналисты, в ходе своей работы, имеют дело с выбором между тем, что является моральным или аморальным материалом, если данный материал будет опубликован. Они имеют дело и с правовыми вопросами в отношении получения информации. Журналистское расследование может проводиться с целью достижения какого-то политического или экономического результата, например, разоблачения деятельности экстремистской политической организации, выявления фактов злоупотребления должностным положением, смещения коррупционера с высокой должности, лишения махинатора депутатского иммунитета и предания его суду, возвращения в страну награбленных капиталов и т.д. Поэтому, журналисты, работающие в жанре расследования, вынуждены копать глубоко, чтобы получить нужную им информацию.

Камнем преткновения в журналистских расследованиях, является как раз метод получения журналистами информации. Это всегда была этическая и правовая серая зона, в которой авторы часто перешагивают этические границы в погоне за историями.

Для того чтобы избежать неприятных случаев, журналистами и издателями был разработан некий свод «правил журналистской этики», регламентирующих, что журналист может себе позволить, а что — не может. Эти правила не являются абсолютными — в принципе, у каждой крупной газеты есть свой «кодекс чести журналиста», хотя большая часть правил одинакова у всех. Существующее законодательство требует выполнять часть этих правил (например, не распространять клевету, не призывать к нарушению закона и т.п.), но часть опирается лишь на добрую волю журналиста. Следование правилам журналистской этики зачастую избавляет автора от возможных проблем с представителями закона (как, впрочем, и с их антиподами), работает на его репутацию и позволяет ему, хоть это и звучит несколько напыщенно, не утратить чести и сохранить самоуважение. Серьезный журналист, являющийся (или желающий стать) профессионалом, сознающий свою ответственность перед читателями — приложит все силы к тому, чтобы не нарушить правила «кодекса чести журналиста» /1/.

Каковы пределы вторжения журналиста в частную жизнь, каковы приемы, которые допустимы при проведении расследований? Прежде всего, нужно остановиться на содержании категории «этика». Очень хорошее определение дал доктор Рушворд Киддер, основатель Института Мировой Этики. Он называет этику подчинением неписаным законам, то есть журналисты должны следовать своим собственным правилам, следить за честностью своих репортажей и не полагаться на государство или какие-либо законы или органы, указывающие им, как им делать то, что они делают. Попробуем выработать такие методы, которые помогут журналистам работать с чистой совестью. С их помощью они сохранят свою репутацию незапятнанной, поскольку самое главное для журналиста – это его репутация /2/.

**Каких же принципов и методов должен придерживаться журналист-расследователь? По Дэвиду Рэндаллу это:**

 1. Журналисты должны служить только своей газете и своим читателям.

 2. Работа над каждой статьей должна быть честным поиском правды.
  3. Нельзя поддаваться ни на какие уговоры напечатать что-нибудь.

 4. Надо представлять статьи для визирования, одобрения или запрета кому-либо за пределами редакции.

5. Не позволяйте властям навязывать себе программу.
  6. Цитируйте всегда точно.

7. Не используйте свое положение для угроз или для получения привилегий.
 ***8. Не обещайте "снять" статью в обмен на дружбу или услуги.***
 ***9. Не обманывайте людей ради получения от них информации.***
 ***10. Не придумывайте и не улучшайте информацию.***
 ***11. Никогда не раскрывайте свои источники.***
 12. Всегда исправляйте свои ошибки.

 ***13. Вы не должны получать личную выгоду от своих статей.***
/3/.

Общемировые стандарты журналистской деятельности включают в себя такие принципы, как: ответственность, точность, объективность. Следование этим принципам означает: стремиться к беспристрастному освещению событий и трезвому подходу в противоречивых проблемах, соблюдать этические нормы. Сводку основных положений известных профессиональных кодексов журналистской этики составили в Национальном институте прессы: "Общая апелляция к чувству ответственности журналистов при выполнении своих профессиональных обязанностей на службе общественности. Утверждение внутренней и внешней независимости журналиста. Уважение к правде. Корректность при получении и воспроизведении информации. Обязательное исправление допущенных ошибок. Сдержанность при освещении расследуемых и незавершенных судебных дел. Несовместимость журналистской профессии с принятием подарков и использованием льгот за публикацию (или отказ от публикации) журналистского материала. Несовместимость журналистской информации со скрытой рекламой"/4/.

Многие журналисты до сих пор не имеют ясного представления ни о «Кодексе этических норм», ни о «Кодексе профессиональной этики журналиста». О знании ими международных документов типа «Декларации принципов поведения журналистов» вообще трудно говорить. Знакомство с документами деонтологического плана оказывается личным делом каждого, поскольку практически не существует устойчивой профессиональной традиции освоения достижений этической мысли.

 Это объясняется как слабостью форм внутрикорпоративного контроля за соблюдением членами журналистского корпуса требования профессиональной морали, так и уверенностью многих в том, что знание ее никак не может быть связано с реальной практикой современной журналистики, обеспокоенной прежде всего проблемой материального выживания, а значит игнорирующей все, что не дает прямой выгоды в данном отношении /5/.

 О том, что есть воспитанный человек, лучше всего сказал А.П. Чехов в своем знаменитом письме к брату. Воспитанный человек не хвастает тем, что его пустили туда, куда других не пускают; и он не предъявляет претензий к родным и близким, даже если имеет на это основания; он читает и учится постоянно, всю жизнь. «Воспитанный человек - это не тот, что не прольет соуса на скатерть, а тот, кто прольет и не заметит этого» /6/.

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 1. Левитас А. Основы журналистcкой этики. - <http://bz.rshu.ru/journalist/etiket/>

1. Политковская А. Способы решения этических коллизий при проведении журналистского расследования.
2. А. Кук. Новая этика. Пер. с англ. – М., 1999.
3. Чиликина Л. Этические проблемы «расследовательской журналистики» //http://www.relga.rsu.ru.
4. Голубцова О.В. Журналистское расследование: особенности современного периода// М., 2000. //<http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=700>
5. Тертычный А.А. «Расследовательская журналистика» учебное пособие для вузов М: Аспект Пресс, 2002.
6. Журналистское расследование: от замысла до воплощения: Пособие для журналистов, студентов, преподавателей вузов. Под общей ред. Сивашевой М.Н. – М., 2006.

*Этическое регулирование составляет основу саморегулирования жизни людей, отдельных социальных групп, общества в целом. Этика лежит и в основе саморегулирования журналистской деятельности. Проблема саморегулирования, самоограничения становится в наше время исключительно важной. Ведь демократия, как таковая, собственно говоря, строится на двух основных понятиях: «свобода» и «ответственность». А саморегулирование – одно из важнейших оснований их проявления.*

*Ethical regulation is the basis of self-regulation of people's lives, certain social groups and society as a whole. Ethics lies also in a basis of self-regulation of journalistic activity. The problem of self-regulation, self-restraint becomes nowadays extremely important. In fact democracy, itself, actually, is built on two basic concepts: "freedom" and "responsibility. A self regulation is - one of the major bases of their manifestation.*

**Ақынбекова А.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының ассистенті

**Қазақ радиосы бағдарламаларының интеллектуалды ұлт қалыптастыру бағытындағы жаңаша ізденістері**

Еліміздің бір ғасырға жуық шежіресінің жаршысы болып келе жатқан Қазақ радиосы кең байтақ Отанымыздың қайсыбір түкпіріне болмасын етене таныс. Оның күнделікті эфирден беріліп жатқан хабарларына кім болмасын елти құлақ түріп, ойына қуат, бойына жігер алады. Ақпарат арналарының бастауы болып саналатын радионың өзі заманына сай дәуір тынысын дәл басқан қуатты құрал екенін иісі қазақ баласы біледі. Бүгінгі күні де аталмыш ақпарат құралы сол биігінен төмендемей өзінің өр де, дауылпаз дауысымен көптің көкейіндегісін жеткізіп, халқына қалтқысыз қызмет етіп келеді.

Өз ұлтының болашағын, кемел келешегін ойлаған, төрт құбыласы түгел, қуатты мемлекет құруды мақсат еткен Елбасының «Интеллектуалды ұлт-2020» ұлттық жобасын ұсынғандағы мақсаты- жан-жақты дамыған білімді, мәдениетті, отаншыл, ұлтжанды ұрпақ қалыптастыру. Ұлттық жоба негізгі үш аспектіні қамтиды. Біріншісі, қазақстандық білім беру жүйесін дамытуда серпіліс жасау. Бұл қазіргі таңда білім беру үрдісіне айрықша назар аударуды талап етеді. Өйткені ұлттың дамуының негізі дұрыс білім ала білуде. «Интелектуалды ұлт» жобасының екінші аспектісі - ғылым саласын дамыту мен еліміздің ғылыми потенциалын арттыру. Жобаның үшінші аспектісі- қазақстандықтардың жаңа генерациясын қалыптастыруға бағыттылған инновацилар жүйесін дамыту[1].

Интеллектуалды ұлт болу тар шеңбердегі ұғым емес, оның түпкі мақсатында ұлттық негіз, ұлттық рух, ұлттық болмыс жатыр. Ұлттың сапалық құрамын арттыру тек қан тазалығын жақсартумен ғана шектелмейді, бұл жерде рух тазалығын тәрбиелеудің де маңызы зор. Ал оның түп негізінде инновациялық терең білім алу қажеттілігі мен технологиялар әлемінде қабілеттілік таныту сұранысы тұр[1].

Ұлттың дұрыс дамуының негізі- тәрбие мен білімде десек, Қазақ радиосының әуе толқынынан тарайтын жас ұрпаққа қазақ этносын, салт-дәстүрін насихаттайтын «Балауса» бағдарламасын айтсақ болады. Балалар танымын оята отырып, сол арқылы олардың тәрбиесіне қажет рухани құндылықтарды сіңіру, адамгершілік ізгілікке, инабаттылыққа шақыру мақсатындағы хабар. «Балауса» хабары негізінен үш ұстанымды ұстайды:

1. «Денсаулық- жан байлық» - балаларды салауатты өмір салтына дағдыландыру, бала кезден ағзаны күту, денені шынықтыру секілді.

2. «Мыңнан тұлпар» - спорт саласында жетістікке жеткен жасөспірімдер өмірімен таныстыру.

3. «Табиғатым-тынысым» - табиғатты, қоршаған ортаны қорғауға үйрету.

Инллектуалды ұлт тәрбиелеу бағытындағы бала-тәрбиесіне үлкен мән беретін «Балауса» бағдарламасының әр саны бала күлкісінің сыңғырымен көмкеріліп беретін «Әлем балалар көзімен, балалар әлемі балалардың өзімен» деп басталатын ролик мәтінімен басталады. Қай хабарын алып тыңдасаңыз да адамның игі іс- әрекеті, адалдық, татулық, мейірімділік, ізеттілік, секілді адам бойындағы құнды қасиеттерді тыңдарман қауымға жеткізіп насихаттап отырады.

«Шындық бізді біріктіреді, шындық бізге ақ жол ашты, шындықтың алдында бас иеміз»,-деп батыр атамыз Б. Момышұлы өтірік сөйлеуден аулақ болуға шақырса, ақын бабамыз Ж. Жабаев та осы қасиетті жоғары бағалап, өлең жолдарын арнаған:

Өсиетім-шындықты, адалды сүй,

Ардақтаған халықты, адамды сүй.

Тап бүгінгі бақытты заманды сүй

Соған айт әдемі жыр, сүйкімді күй»[2]. Адами қасиеттерді бала бойына жастайынан сіңіріп, өскелең ұрпақты тәрбиелеудегі балалар хабарының маңызы зор екенін жақсы түсінеміз.

Ал «Еркетай» хабары бастауыш сынып оқушыларының физиологиялық және психологиялық ерекшеліктеріне негізделген . Бағдарлама жеті айдардан тұрады: «Сөз сыры» айдары – балалардың ана тілін еркін меңгеріп, қазақ тілінің қадір-қасиетін тереңнен сезінуге бағытталған. Онда тұрақты сөз тіркестері мен мақал-мәтелдердің мән-мағынасы беріледі; «Ұлыларды ұлықта» айдары – қазақ халқының әр саладан жемісті еңбек еткен немесе тарихта аты қалған тұлғалардың есімін ұлықтайды; «Қуырмаш» айдары – бөбектердің интелектуалдық ой-өрісін дамытуға, ұлттық ойындарлды насихаттауға арналған; «Балалық шаққа саяхат» айдары – танымал тұлғалардың балалық шағына саяхат жасап, өмірлік ақыл-кеңестерін өнеге, үлгі етуге арналған: «Негеш» - балалардың көкейіндегі барлық сұрақтарға жауап береді; «Жануарлар әлемі» - бүлдіршіндерге табиғатты, жан-жануарларды аялауды үйретеді; «Ертегілер елінде» айдарында балаларға ертегілер оқылады; «Өнерлі өренде» талапты, талантты балалардың өнері, шығармашылығы насихатталады. Балалардың білім деңгейі мен ақыл-ой жылдамдығын сарапқа салатын танымдық бағдарламалардың бірі «Топжарған» хабары.

Хабар негізгі үш кезеңнен тұрады:

1 – кезең «Ойкөкпар» деп аталады. Мұнда ойыншы ғылымның әр алуан салаларына негізделіп құралған 3 түрлі викториналық сұрақтарға жылдамдатып жауап беруі тиіс. (Мысалы: Қазақтан шыққан вальс королі – «Ш. Қалдаяқов»; Бір жасушалы ағза – «Амеба», т.с.с.»)

2 – кезең «Сөзталас» деп аталады. «Ойкөкпар» кезеңінен сүрінбей өткен қатысушы салт-дәстүр, әдет-ғұрып немесе жалпы ұлттық жөн-жоралғыларымызға негізделіп жасырылатын сөзді табуы тиіс. (Мысалы: «Шілдехана» қашан тойланады? – «Нәресте алғаш дүниеге келгенде» т.с.с.)

3 – кезең «Көкжиек». Бұл кезеңге келіп жеткен ойыншыға түрлі жанрдағы ұлттық ән-күйлерден не балаларға арналған шығармалардан (өлең, әңгіме, повесть, роман, т.б. (Шығармалар алдын-ала дикторларға оқытылады)), немесе қазақ киносынан (негізінен балалар киносы: «Менің атым – Қожа», «Алты жасар Алпамыс», т.с.с.) үзінділер жұмбақталады. Қатысушы шығарманың (немесе кинофильмнің) аты мен авторын табуы тиіс.
Ойыншы балалардың ғылыми-танымдық деңгейін анықтап, жалпы білімдерін таразылап көру мақсатында ойналады, тыңдаушыларды ұлтжандылыққа тәрбиелейді. Оқушылардың білгірлігін анықтап қана қоймай, рухани кемелденіп, толығуына жол ашады. Ақыл-ой жылдамдығын сарапқа салады.

Міне, осындай балаларға арналған хабарлардың миллиондаған аудитория арқылы еліміздің ертеңі болар ұлтжанды балаларды тәрбиелеудегі рөлі зор.

Елбасымыз Н. Ә Назарбаев өз Жолдауында: «Болашақта өркениетті дамыған елдердің қатарына ену үшін заман талабына сай білім қажет. Қазақстанды дамыған 50 елдің қатарына жеткізетін, терезесін тең ететін-білім», деп нақтылап берді[3]. Еліміздегі білім беру саласындағы бүгінгі өзгерістер де Қазақ радиосының күнделікті эфирден өтетін бағдарламаларынан қалыс қалған емес.

Қазақ радиосының Алматы студиясынан эфирге берілетін журналист Нұржамал Хасанқызының ғылыми- танымдық «Білім көкжиегі» хабары. Қай елдің білімі жақсы дамыса, ғылымы да жоғары өрлеп, сол елдің болашағы да жарқын болары сөзсіз. Біз өмір сүріп отырған ХХІ ғасыр - ғылымның шыңына жеткен заман. «Осы тұрғыдан бүгінгі қазақ ғылымы мен білімінің жағдайы қандай, келешегі не болмақ?», «Білім беру жүйесі қалай дамуда, ғылымда ілгерілеу бар ма?» деген сұрақтарға жауап іздеу – хабардың басты мақсаты. Хабарға елімізге белгілі ғалымдар мен білім беру ісінің қызметкерлері, мамандар қатыстырылады. Соңғы жылдары қоғамдағы күллі өзгерістерге байланысты, еліміздің білім жүйесінде де үзіліссіз реформалар болуда. Өйткені, мемлекеттің халықаралық білім кеңістігіне енуі үшін білім саласына айтарлықтай жаңашылдық пен әлемдік стандартқа сай ілгерілеушілер қажет. Ал, келешектің кілті бүгінгі жас өркеннің білім деңгейімен өлшенетінін бүкіл қоғам мойындап отыр. Хабар бүгінгі таңдағы жаңалықтар мен көкейкесті мәселелерді білім саласындағы мамандар арқылы елге түсінікті де, ұғынықты түрде жеткізіп отыруды мақсат етеді.

Елбасы «Интеллектуалды ұлт-2020» ұлттық жобасы идеясын «оның басты мақсаты- жаңа қалыпта қазақстандықтарды тәрбиелеу сондай-ақ Қазақстанды бәсекеге қабілетті адамдық капиталы бар бар мемлекетке айналдыру» деп, нақтылап берген болатын[4].

Еліміздің тарихында ойшылдар мен даналардың, қоғам және мемлекет қайраткерлерінің өз заманына сіңірген еңбегінде болашақтың бақытты болуына қосқан үлесімен ұлттың даму сипатын, көрсету бағдарын айқындап алуымыз керек. А. Құнанбаев пен Ы. Алтынсарин секілді ағартушылар ұлттың дамуына таным-түсінікті кеңейту арқылы жету бағыттарын айқындап отырған. Олардың атқарған істері ме айтқан өсиеттері күні бүгінге дейін халық тәрбиесінде жоғары бағаланады. Қазақ даласыны ойшылдрының айтқандары да бүкіл ұлттың «Қайтсе жақсы өмір сүруге болады? Ұлттың қадір-қасиетін жоғалтпау» деген мәңгілік сұрағына жауап беріп тұрған жоқ па?! Осы тұрғысынан Қазақ радиосының әуе толқыны арқылы тарайтын журналист Серік Сейітманның «Зиялы қауым» хабары. Хабардың мақсаты - қазақ зиялыларымен «Мемлекет мүддесі», «Ұрпақ тәрбиесі», «Ел болашағы», «Ұлт руханияты», «Мен өз мемлекетіме қандай үлес қостым?», «Қазақия» т.б. тақырыптар төңірегінде қызу сұхбат жүргізу нәтижесінде қоғам өміріне үн қосып, ұлтты ұйыстыру.

Қазақ радиосының әуе толқынынан берілетін «Атадан қалған асыл сөз» хабары. Хабардың мақсаты - бұрынғы өткен данышпан, данагөй аталарымыздың айтқандарын бүгінгі және келесі ұрпақтарға жеткізу. Біз ғана емес, бүкіл әлемде қанша ұлт, қанша мемлекет болса, солардың барлығы өздерінің ежелгі данышпандарының айтып кеткен өсиеттерін басшылыққа алуда. Осы тұрғысынан алғанда «Атадан қалған асыл сөз» хабарындағы қазақ билерінің, шешендерінің, әл-Фарабидің, Абайдың айтып кеткен аталы сөздері күнделікті әуе толқыны арқылы тыңдарман қауымға жете отырып, инеллектуалды ұлт тәрбиелеуде өзіндік рөл атқарады.

Қазақстан Республикасының 2020 жылға дейінгі индустриялық-инновациялық даму стратегиясының орындалу барысына ақпараттық қолдау көрсетуге арналған «Инновациялық даму» хабар. Хабардың жүргізушісі Р. Сәрсенова.Хабарда Елбасы Жолдауында айтылған басымдықтар мен Республика аймақтарындағы өзекті жобалардың бүгінгі жағдайлары баяндалады.

Арғы-бергі тарихта ұлттың мұңын мұңдап, жоғын жоқтап өткен, соның нәтижесінде, туған халқы алдындағы перзенттік парызын өтеп кеткен қайраткер тұлғалардың өмірін өнеге ету үшін, олардың азаматтық қырын ашып көрсету арқылы, күллі қазақ баласының өз жұртына деген махаббатын оятып, оларды ұлт мұраты жолында аянбай терін төгуге үгіттейтін хабарлар интеллектуалды дамыған ел қалыптастыру жолында қосар үлесі зор.

Журналист С. Сейітманның «Парыз» атты бағдарламасы «Абылай ханның қайраткер болмысы» жайындағы[5], «С. Торайғыровтың өмірі мен шығармашылығы туралы»[6], хабарларында интеллектінің діңін құрған тұлғалардың өмір жолдары мен тәжірибесінен мол мағлұмат алуға болады. Еңбек жолын қарапайым жұмысшы болып бастап, ұдайы оқып, тынбай ізденіп, өзін өзі жетілдірудің арқасында Тәуелсіз Қазақстан Республикасының Тұңғыш Президенті жоғары мәртебелі қызмет лауазымына ие болып, бүгінде аты әлемге танымал саяси қайраткердің деңгейіне көтерілген Елбасымыз Нұрсұлтан Әбішұлы Назарбаевтың ғибратты өмір жолы кім-кімді де қызықтырмай да, таңдандырмай да қоймайды. Мұның өзі әсіресе болашақ өмір жолын, еңбек жолын айқындауды ойланып жүрген жасөспірімдеріміз бен жастарымыз үшін жақсы үлгі-өнеге екені анық.

2013 жылы «Деловой Мир Астана» баспасы көркем безендірілген «Нұрсұлтан Назарбаев. Өмірбаян» деп аталатын кітапты бастырып шығарды. Оның авторы – белгілі қаламгер-публицист Махмұт Қасымбеков. Кітапта Қазақстан Республикасының Тұңғыш Президенті Нұрсұлтан Әбішұлы Назарбаевтың балалық шағынан бастап Ұлт Көшбасшысы болған кезіне дейінгі өмірі мен еңбек жолдары баяндалады. Оны, сондай-ақ, Елбасымыздың осы кезге дейінгі өмірі мен қызметінің ең маңызды кезеңдері ресми әрі мейлінше жүйелі де толық баяндалған туынды деп атауға болады[7].

Осыған орай Қазақ радиосы М. Қасымбековтың жетекшілігімен «Нұрсұлтан Назарбаев. Өмірбаян» деп аталатын кітаптың негізінде «Өрелі өмір өнегесі» айдары бойынша хабарлар циклын тыңдармандарына ұсына бастады. Мұндай хабарлардың әлемдік бәсекеге қабілетті, білімді, білікті, дарынды, ұлтжанжы ұрпақ тәрбиелеуде зор үлес қосатыны рас.

Бүгінде Қазақ радиосының бағдарламалары еліміздің түкпір-түкпіріне тарап, өз тыңдармандарымен байланысын нығайта түскен. Сондай-ақ, Қазақ радиосын [www.kazradio.kaztrk.kz](http://www.kazradio.kaztrk.kz) (онлайн-режимінде) әлемнің кез-келген нүктесінен тыңдауға мүмкіндік бар. Осындай зор техникалық мүмкіндігі бар Қазақ радиосының интеллектуалды ұлт қалыптастыруға деген үлесі зор болып қала бермек.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Пірәлиев С. «Интеллектуалды ұлт қалыптастыру-инновацияның даму кепілі». Егемен Қазақстан, 2013жыл, 1 желтоқсан.

2. Қазақ радиосы «Балауса» бағдарламасы [27.07.2013ж.]

[www.kazradio.kaztrk.kz](http://www.kazradio.kaztrk.kz) (онлайн-режимінде) Жүргізуші-редакторы Молдашева Э.С.

3. Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә Назарбаевтың 2012 жылдың 14 желтоқсанындағы Қазақстан халқына Жолдауы

4. Назарбаев Н.Ә. «Қазақстан дағдарыстан кейінгі дүниеде: Болашаққа инеллектуалдық секіріс». Ана тілі, 2009 жыл 15 қазан.

5. Қазақ радиосы «Парыз» хабары [29.09.2013ж.]. [www.kazradio.kaztrk.kz](http://www.kazradio.kaztrk.kz) (онлайн-режимінде) Жүргізуші-редакторы С. Сейітман.

6. Қазақ радиосы «Парыз» хабары [13.10.2013ж.]. [www.kazradio.kaztrk.kz](http://www.kazradio.kaztrk.kz) (онлайн-режимінде) Жүргізуші-редакторы С. Сейітман.

7. Қазақ радиосы «Өрелі өмір өнегесі». Бағдарламалар мұрағаты 2013ж. [www.kazradio.kaztrk.kz](http://www.kazradio.kaztrk.kz)

 **Аренова Р.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының 1-курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: **ф.ғ.к., доцент Әбдіжәділқызы Ж.**

**Қазақ интернетінің қазіргі ахуалы**

Қазнет тақырыбы – бұған дейін толыққанды зерттелмеген тың тақырып.Қазір қазақ интернетіндегі контент мәселелері, тіпті, Қазнеттің өзіне қатысты қазақ не орыс тілдерінде толыққанды бірде-бір оқулық, кітап жоқ екендігін ескерсек, көп ақпараттың негізгі дереккөзі ғаламтордағы сайттар болатындығын анық аңғарамыз. Енді-енді екпіндеп дамып келе жатқан Қазақ интернетінің мәселелері үлкен зерттеуді қажет етеді. Әзірге бұл тақырып қазақтілді интернет қолданушылар, жас ізденушілер тарапынан зейін қоя зерттелмей отыр. Қазақ интернетін дамытуға атсалысып жүрген әлеуметтік топтардың белсенділігі соңғы жылдары қарқынды түрде өсіп келеді. Соның нәтижесінде, қазір Қазнетте қазақ тіліндегі сапалы контенттер саны артып, сондай-ақ, блогосферада да ақпараттық дүмпу байқалады. Дегенмен, қазақтілді интернет қолданушыларының ішкі мәдениеті, ғаламтордағы жазба жазу және пікір қалдыру сауаттылығы, көп жеке тұлғалардың интернеттегі авторлық құқық мәселесіне салғырт қарайтындығы және тағы басқа осындай кемшіліктер Қазнеттің дамуына тежегіш болып отыр.

Бүгінгі таңда Қазнетте 9 миллионнан астам қолданушы бар және 80 мыңнан аса домен атаулары [тіркелген.](http://kzcontent.kz/rus/all_kaznet/) Қолданушылардың нақты саны 2012 жылы соңына қарай 9,7 миллион адамға жеткен. Қазақ интернетіндегі аудиторияның басым бөлігі 16-30 жасаралығында екенін ескеретін болсақ, қолданушылар арасында ақпаратқа қызығушылық пен ойын-сауықтың алдыңғы қатарда екенін түсінуге болады. Қазір Қазақ интернетіндегі орыс тіліндегі сайттар өз жолын тауып, бизнес саласына жақсы сіңісіп кеткен. Ал, қазақ сайттарын көбінесе энтуазист жастар жасайтын болғандықтан жарнама мен инвестор табу мәселесі кемшін соғып жатқандығын да айтуымыз керек.

2012-2013  жылдарда Қазнетте стартап байқаулар мен халықаралық интернет конференциялары жиі ұйымдастырылды. Әр уақытта Астана және Алматы қалаларында өткізілген «BlogCamp: БлогҚұрылтай - 2012, 2013», «IT&M - 2012», «Startup Lounge», «Connect - 2012», Қыздар арасындағы алғашқы ICT чемпионат, «I’MIX - 2012», «TFCA - 2012»,  #mediablogkz блог-конференциясы, «Astana Internet Forum», «Қазақ сайттары редакторларының конференциясы», «InternetCA - 2013» шараларында Қазнеттің ең маңызды мәселелері қозғалды.

Соңғы бесжылдықтың негізгі тренд-қолданушылардың көпшілігі әлеуметтік желілерде отырады, бос уақытын виртуалды достарымен араласуға жұмсайды. «Alexa.com» сайтының мәліметтері көрсетіп отырғанындай, қазақстандық қолданушылардың көпшілігі, нақтырағы-үздік сегіз сайттың төртеуі әлемдік әлеуметтік желілерді құрап отыр. Соның ішінде, «Mail.ru» сайтының аудиториясы өзге ресурстарға қарағанда 1,5-2 есеге дейін көп. Ал, «Youtube» бейнехостинг қызметінің екінші орында тұруы қолданушылардың бейнеконтентке қызыға бастағандығын білдірсе керек. Сондай-ақ, іздеу жүйелерінің (Google, Yandex) танымалдылығы – қалыпты нәрсе. «Mail.ru» сайтының қолданушылары – қазақстандық негізгі интернет тұтынушыларының бетпердесі. Сондықтан, қазақстандық мейлрушылардың статистикасына баса назар аударған жөн. Ескере кететін бір жайт, «Alexa.com» сайтының дерегі бойынша, «Mail.ru» cайтына Қазақстаннан кіретін қолданушылардың 60 пайызы «e.mail.ru» қызметінің, яки, мобильді интернеттің тұтынушылары екен. Байқағанымыздай, қазақстандық қолданушылар ресейлік және украиндық қолданушылардан кейін «Mail.ru» сайтының негізгі «мәйегі» болып отыр. Онда күніне қазақстандық 2,1 миллион қолданушы кіріп, 38 миллионнан астам бетті қарайды екен. Сонда орташа есеппен әрбір қолданушы бір күнде 18 парақшаны қарап шығады. Дәл осы көрсеткішті аптасына шағып жіберсек, 5,8 миллион қолданушы бір күнде 198 миллион бетті қарайды. Бұл - орташа есеппен әрбір қолданушы 18 парақшаға күн сайын кіреді.

«Фейсбук» пен «Вконтакте» әлеуметтік желілеріне қатысты дәл осындай статистика әлдеқайда төмен. «Вконтакте» қолданушылары туралы ресми мәліметтер аз, тіпті жоқтың қасы. Бірақ, «Вконтактеде» тіркелген қазақстандық аккаунттардың саны кей деректер бойынша, 1,3 миллион екен.

Ал, «Фейсбуктегі» қазақстандық қолданушылар мен олардың өсу динамикасы туралы дерек жетерлік. Мысалы, 2012 жылдың соңында «Фейсбуктегі» қазақстандық аккаунттардың саны 430 мыңға жуықтаған.

«Фейсбуктегі» қазақтілді қолданушылар бірнеше топқа біріккен. Ондағы қолданушылардың саны 3 мыңнан асады. Сондай-ақ, «Фейсбуктің» интерфейсін қазақ тіліне аударуға атсалысып жүрген 300-ге жуық қолданушы тіркелген. Ал, «Твиттер» желісінде қазақ тілінде хабар таратып отыратын аккаунттардың саны, кейбір деректер бойынша, 250-300-ге жуық.

Қазнет қолданушыларының шоғарланған өңірін қазақша сайттардың статистикалық мәліметіне қарап анықтауға болады. Негізгі қолданушылар Алматы қаласында шоғырланған. Бұны жоғарыда аталған ірі ресурстардың деректері дәлелдеп отыр. Қазір салыстырмалы түрде, Шымкент қаласындағы қолданушылар саны өсіп келе жатқанын аңғаруға болады. Қазақстандық интернеттің аймақтарға ене бастауы ондағы қолданушылардың қазақтілді контентке сусап отырғандығынан болса керек. Тағы бір ескерерлігі, теміртаулық қазақтілді интернет қолданушыларының да саны да көбірек екен. Әрине, қазақша сайттарға кіріп тұратын шетелдік, нақтырағы – қытайлық, моңғолиялық, түркиялық қазақтарды да бұл есептен сызып тастауға болмайды. Негізінен, орыстілді қалалық қолданушылардың барлығы немесе көп бөлігі интернетпен қамтамасыз етілгенін ескерсек, ендігі сапқа қосылатын аймақтық қолданушылардың негізгі бөлігі қазақтілді болады деп күтілуде. Қазақтілді сайттардағы шымкенттіктер, теміртаулықтар мен семейліктердің үлес салмағының артып келе жатқандығы – осының дәлелі.

Іздеу жүйелеріндегі қазақ тіліндегі сұраныстар және қазақша контенттер алдымен «Google», сосын «Yandex» жүйелерінде ізделеді. Іздеу жүйелері-интернеттегі жасалған контентті қолданушыға тиімді әрі тез жеткізетін ыңғайлы құрал. Соңғы уақытқа дейін қазақ тіліндегі сұраныстарға өзінің тиімді нұсқаларын ешқандай іздеу жүйесі ұсынбайтын. Бірақ, соңғы бір жыл ішінде жағдай күрт өзгерді. Мұның қазақша контенттің артуымен түсіндіруге болады. Іздеу жүйелері мұндай әркелкі нұсқаларды бір ғана жағдайда, қазақ тіліндегі контенттің саны артса ғана ұсына алады. Демек, соңғы бір жылдың ішінде қазақтілді қолданушылардың артуына байланысты, олардың сұраныстарына жауап беретін контенттің де саны артқандығы аңғарылады. Сондай-ақ, «Google» іздеу жүйесінің деректері бойынша қазақша сұраныстардың негізгі бөлігін анықтауға болады. Қазақ тіліндегі сұраныстарды іздеу жүйесі арқылы іздейтіндер Шымкент, Қарағанды, Орал, Атырау қалаларында көбірек шоғырланған екен.

«Сұрақ-Жауап» сайтына айына 250 мыңға жуық қолданушы кіреді екен. Олардың 134 мыңға жуығы – уникалды, яғни күнделікті кіріп тұратын қолданушылар. Сондай-ақ, мұнда орташа есеппен күніне 7900 адам кіреді.Сайттың негізгі қолданушылары – қазақстандықтар. Дегенмен, мұнда ресейлік, украиндық, американдық және моңғолиялық қолданушылар да белсенді екен. Ал, қазақстандық қолданушылар арасында алматылық, шымкенттік және атыраулықтардың белсенділігі жоғары. «Сұрақ-жауап» сайтына кіретін қолданушылардың 85 пайызы мұнда іздеу жүйесі арқылы тап болады екен. Тікелей траффик, яғни сайттың атын теріп, мақсатты түрде кіретін қолданушылар бар-жоғы 1 пайызды құрайды. Ал, қолданушылардың 11 пайызы өзге сайттардағы сілтемелер арқылы сайтқа кіреді. «БАҚ.кз» сайтына айына 135 мың қолданушы кіреді. Ал, уникалды қолданушылардың саны 59 мыңнан жоғары.

Іздеу жүйелеріндегі қазақ тіліндегі сұраныстар күн сайын артып келеді. Алайда, Қазнеттегі контенттің сапасы әлі күнге дейін сапалық деңгейге көтеріле алмай отыр. Осы уақытқа дейін жасалған және жасалып жатқан қазақша сайттардағы контент қолданушылар тарапынан сұраныс өте жоғары екендігін жоғарыдағы статистика аңғартады. Ал, жарнамалық сайттарға сұраныстың пайда болуы адамдардың тауар сатып аларда не демалыс орнын таңдарда интернетке жиі жүгінетіндігінен туындаған. Студенттер өздерінің реферат, курстық жұмыстарын, ашық сабақтарын, сөздердің аудармаларын білімге қатысты сайттардан іздейді. Блогтұғырнама және форумдар ешкімнің бақылауынсыз ерікті қолданушылар мен блогшылар жасайтын сайттар болып есептеледі.

Кейінгі уақытта қазақша сайттар арасында тақырыптық сайттар көбейе бастады. Бұл да Қазақстандағы интернет деңгейінің өскендігін білдіреді. Соңғы жылдар бедерінде ашылған қазақша сайттар мыналар:

[Ekpin.kz](http://ekpin.kz/) – мәдени-танымдық журнал;

[Aitaber.kz](http://aitaber.kz/) – блогтұғырнама;

[Aikarakoz.kz](http://aikarakoz.kz/) – қыз-келіншектерге арналған сайт;

[Zhanaoi.kz](http://zhanaoi.kz/) – IT, бизнес, мотивациялық сайт;

[Qamshy.kz](http://qamshy.kz/) – ақпараттық портал;

[IT-tirlik.kz](http://it-tirlik.kz/) – IT саласындағы ”IT-tirlik” онлайн-журналының сайты;

[Shyn.kz](http://shyn.kz/) – ақпараттық портал;

[Bilimpaz.kz](http://bilimpaz.kz/) – ақпараттық портал;

[Muslim.kz](http://muslim.kz/) – діни портал, «Әзірет Сұлтан» мешітінің ресми сайты;

[El.kz](http://el.kz/) – әлеуметтік желі;

[Kazbash.kz](http://kazbash.kz/) – қазақша әзілдер сайты;

[Sportsarap.kz](http://sportsarap.kz/) – спорт порталы;

[Aikap.kz](http://aikap.kz/) – ақпараттық портал;

[Wifi25.kz](http://wifi25.kz/) – «Wi-Fi25» шығармашылық тобының сайты;

[Kereknews.kz](http://kereknews.kz/) – латын қарпіндегі ақпараттық портал;

[Maqam.kz](http://maqam.kz/) – IT саласындағы сайт;

[Blogsport.kz](http://blogsport.kz/) – спорт тақырыбындағы блогтұғырнама;

[Inspiremedia.kz](http://inspiremedia.kz/) – “Inspire Media” продюсерлік орталығының сайты;

[Kokbori.kz](http://kokbori.kz/) – Халықаралық IT университеті студенттерінің ақпараттық порталы;

[Naqyl.kz](http://naqyl.kz/) – қазақша мотиваторлар сайты.

Соңғы он жыл көлемінде қазақ интернетін дамыту үшін біраз жұмыстар атқарылды. 2000 жылдары ғаламтор бетінде тұңғыш рет қазақ тілінде түрен салған «Massagan.com»  сайты ашылғалы бері талай дүние оқырманның сұранысын өтеп отырғаны даусыз. Қазір қазақ контенті виртуалды ұлттық базасы қалыптасып үлгермеген қарашай, балқар, татар, башқұрт секілді аз ұлттарға да «азық» болып отыр деген ақпарат бар. Яғни, тілі жақын болғандықтан, туыстас халықтар қазақ тіліндегі ақпараттарды пайдалануға көшіпті. Бұл, әрине – көңіл қуантарлық жағдай. Десе де, күні бүгінге дейін жеткен жетістіктің барлығы әуесқой мамандар мен белсенді жастардың қызығушылығының нәтижесі екенін ұмытпауымыз керек.

Біздің мемлекетімізде интернет саласындағы жаңаша бетбұрыстарды көбіне ұйымдар, біріккен топтардан гөрі жекелеген энтузиастар жасап отыр. Ең алғаш ашылған қазақ сайттары мен порталдары ешқандай қаржылық қолдаусыз-ақ қазақ контентін дамытып жатыр. Бір жыл бұрын ғана 20-22 жастағы жігіттер ашқан «Aitaber.kz» танымдық блогтұғырының өзі қазір тұрақты аудитория жинап үлгерді. Жалпы, қазақ контенті дамымай қалды деп айтуға болмайды. Бірақ, ғаламдық үрдіске қарсы тұратын деңгейге жету үшін Қазнетте әлі де біраз жұмыстар жасалуы керек. Жаңа медиа саласының жас мамандарына мемлекет тарапынан арнайы гранттар, стипендиялар бөлінсе, оның Қазнет дамуына, контент сапасына тек оң әсер етері сөзсіз. Қазір – қай елдің ақпараты қөп болса, сол озатын заман. Тура осы сөзді кезінде Міржақып Дулатов атамыз «Қай елдің баспасөзі мықты болса, сол елдің өзі де мықты» деп айтып кеткен.

Қазнеттегі контенттің үлкен қарқынмен дамымай отырғандығының бір себебі – халық санының аздығында деп ойлаймын. Ауылдық жерде тұратын қандастарымыздың бәріне бірдей интернет қолжетімді емес. Тағы бір кедергі – әлемнің әр түкпірінде өмір сүріп жатқан қазақтардың үш түрлі әліпбиді пайдалануы. Біз кириллицаны, Қытай қазақтары төте жазуды қолданса, Еуропадағы қандастарымыз латын қарпін пайдаланады. Біртұтас қазақша контент құрастыруға осының өзі үлкен кедергі. Себебі, әліпби біреу болмай, контенттің басын құрай алмаймыз. Сондай-ақ, қазіргі таңда әлемдегі интернет қолданушыларының желіге жиі бас сұғуына себеп болатын басты қызығушылық – бұл әлеуметтік желілер. Дәл қазір төл әлеуметтік желімізге қол жеткізу қиындау, сол себепті, шетелдік әлеуметтік желілерді, пошталарды қазақ тіліне аударып пайдалансақ, игі бастама болар еді. Зерттеу жұмысымда «Фейсбуктегі» қазақтілді қолданушылардың әлеуметтік желіні ерікті түрде қазақшалап жатқандығын айтып өткен болатынмын. Осы бастама тек «Фейсбукте» ғана емес, өзге де сайттарда қолдау тапса деймін. Себебі, қазақстандықтар ресейлік «Mail.ru» сайтын қолдана бастағанынан бері қанша жыл өтсе де, желінің тілі әлі қазақшаланбай отыр. Соның әсерінен, қазақша сөздерді қысқартып, сауатсыз жазатын жастардың саны артты.

Бізде білікті мамандар тапшы. Жекелеген әуесқой дизайнерлер мен ізденімпаз жастар ұсынған жобалар бар. Бірақ, арнайы бағдарлама негізінде қалыптасқан үлкен жоба болмай отыр. Жүйелі түрде жұмыс істейтін команда, жөні түзу студия жоқ. Талапты жастардың басын қосып, қазақ тіліндегі жобаларды ұйымдасқан түрде дамыту әлдеқайда нәтижелі болмақ. Бұған мысал ретінде “Wikibilim” қоғамдық қорының басшысы Рауан Кенжеханұлының бастамасымен, бір ғана айдың ішінде 232 белсенді редактор Қазақша Уикипедия қорын 70 мың мақаламен толықтырғанын айта аламын. Осыдан кейін, қазақ тіліндегі ақпаратқа сусап жүрген қолданушылардың сұранысы белгілі бір деңгей қанағаттандырылғаны – айтарлықтай жетістік.

2011 жылы блогшыларға белгісіз себептермен «Wordpress.com» блогтұғыры жабылып қалғаннан кейін қазақ блогшылары далада қалғандай күй кешті. Әр алуан тақырыпта ой қозғап, тақырыптық блогтық жүргізіп, шет мемлекеттерден хабар жеткізіп жүрген блогшыларға бұл жаңалық ауыр тиді. Осы «Wordpress.com» арқылы танысып, пікір алысқан блогшылардың 2011 жылдың наурыз айында Алматыда кездесіп, ақпараттық дүмпу жасауына да блогтұғырдың тікелей ықпалы болған-ды. Блогтұғыр жабылғаннан кейін блогшылар жан-жаққа ыдырады. «Livestreet» стиліндегі «Керекинфо», «Айтабер» сайттары блогшылардың бұрыннан араласып келе жатқан ортасын жоғалтпауына сеп болды. Осыдан кейін блогшылардың блогқа деген қызығушылығы азайды, енді олар мәселелерін әлеуметтік желілерде талқылап, өзара пікірлесуге көшті. Биыл наурыз айында Шымкент қаласында өткен үшінші блогқұрылтайда қазақ блогшылары алдағы уақытта колумнистік бағытта қалам тербейміз деп уағдаласты. Яғни, ортақ бір сайт ашып, сол жерде Қазнеттің ең сауатты деген қазақтілді блогшылары жеке-жеке айдарлар мен бөлімдерге тұрақты түрде сапалы материал жазып тұратын болып келісті. Бұл идея жүзеге асса, қазақ блогшыларын тағы бір қырынан танытатын жаңа мүмкіндік болғалы тұр.

2010 жылы «Медианет» халықаралық журналистика мектебінде дәріс алған сәттен бастап, жаңа медиа саласындағы жаңалықтарға құлақ салып жүруге, мүмкіндігінше сол жаңалықтардың ортасында жүруге дағдыландым. 2010 жылдың мамыр айынан бері жүргізіп келе жатқан жеке блогымның («Розатайдың блогы») мұрағатындағы контент қазірге дейін көптеген интернет қолданушыларының кәдесіне жарағанын блогтағы статистиканы бақылау арқылы біліп отырмын. Ең бастысы, біз, қазақтілді қолданушылар Қазнеттен тек сапалы контент алуды ғана көздемей, мүмкіндігімізше оны пайдалы ақпаратпен, мақаламен толықтыруға, шет тіліндегі материалдарды қазақ тіліне аударып, жұрт игілігіне ұсынуға тырысқан жағдайда ғана отандық интернет саласында ілгерілеу болады деп ойлаймын.

**Ахметова М.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының 2-курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: **т.ғ.д., профессор, академик Қозыбаев С.**

**Конвергентті журналистика – болашақтың журналистикасы**

Отанымызға кенже келсе де, кең өріс таба бастаған ғаламтор біздің өмірде өзекті қызметтерді еркін атқара бастады. XX ғасырдың 60-шы жылдарында пайда болған интернет елімізге 90-шы жылдардың шамасында келді. Дәлірек айтқанда, 1994 жылдың 19 қыркүйегінде жоғары деңгейлі kz домені ресми түрде тіркелді. Ал, қазақстандық алғашқы сайт 1996 жылдың 24 желтоқсанында ашылды. Ол А. Е. Ляховтың «Lyakhov.KZ — Большая энциклопедия Казнета» ақпаратты-ағартушы порталы болатын. Бертін келе сайттар әр түрлі бағыттарда халыққа жете бастады. Соның бірі журналистерге арналған сайт «Арқа ақпарат» болды. Сайт 2004 жылы өз жұмысын бастады. Сайтта қазақ журналистикасы, публицистикасының тарихы, бұрын соңды жарық көрмеген ағартушылардың шығармашылық жұмыстары жарияланып тұрды. «Арқа ақпараттың» негізін қалаушы «Қазақстан» ҰТА РТРК веб-ресурстар бөлімінің директоры Мейрамхан Жәпек.

Интернет туралы аз-кем ақпараттан соң, конвергенттік журналистика туралы сөз қозғасақ. Конвергентті журналистиканы ағылшын тілінен тікелей аударғанда, Convergence journalism – ақпараттық, коммуникациялық технологиялар интеграциясының бірыңғай ақпараттық ресурсқа бірігу процесі болып табылады. Қазіргі уақытта жаңа медиа - компаниялар ақпараттық және ойын-сауықтық өнiмдерiнiң өз спектрлерiн кеңейтіп, медиа өнiм берудiң «жаңа» формаларын қолданады: ол – онлайн газет, интернеттегі радио, веб-телекөрсетілімдер.

Конвергенция сөзінің өзi латынша «convergo» - «жақындаймын», «ұқсаймын» деген мағынаны білдіреді. Яғни, нақты және қоғамдық-саяси ғылымда бірігіп, кірігу, бір-біріне ұқсату процестерін білдіретін термин ретінде қабылданған. Ал, медиаэкономикада тұғырнамалардың (компьютер, телевизорлар, телефондардың), сондай-ақ солар арқылы берілетін (ақпараттық) мәліметтердің интеграциялануын, бірігуін білдіреді. Ағылшын тiлiнде «Convergence» сөзі «бiр нүктеде жинақталу» деген ұғым ауқымына сияды. Ғалым М. Павликова БАҚ және коммуникацияларды зерттеушi канадалық Дэнис Макуэйла еңбегіне сүйене отырып, келесiдей анықтама бередi: «Бұл бiр маңызды өнiмнiң әртүрлi арналарға әртүрлі құралдармен таратуы». А.Г. Качкаева болса, конвергенцияны төмендегідей жіктеуді ұсынады:

Конвергенция – бұл медиахолдингтің медиа-стратегиясы;

Конвергенция – бұл тактика;

Конвергенция – қайта қаптау;

Конвергенция – бұл ақпаратты жинақтау және өңдеу;

Конвергенция – ақпарат берудің жаңа түрі.

Соңғы жылдары дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдар мүмкіндіктерінің бірігіп, кірігуі туралы болжамдар нақты іске аса бастады. Бұл оларды ортақ сандық тұғырға келтіру арқылы жасалады. Дигитализация және конвергенция процестерінің арқасында бұқаралық ақпарат құралдары көпарналық, интерактивтілік, болып жатқан оқиғаны шынайы уақытта тарата алуға және ақпараттық ресурстарды үздіксіз жаңарту қасиеттеріне ие болды. Қазірдің өзінде жаңа медиа, дәстүрлі БАҚ-тың мүмкіндігі жетпейтін функцияларға ие: ол дыбыспен, анимациямен, гипермәтінмен, кең ауқымды электронды мұрағатпен, аудиториямен кері байланысудың түрлі әдістерімен жабдықталған. Елімізде бұл талаптарға жауап беретін сайттарды атап өтсек. Мәселен, конвергентті редакциялардың ішінде kaztrk.kz сайтын ерекше бөліп айтуға болады. Бір ғана редакцияның ішінде 6 сайт жұмыс істеуде. Олар: kaztrk.kz, madeniet.kaztrk.kz, balapan.kaztrk.kz,kazradio.kaztrk.kz,radioshalkar.kaztrk.kz, kazradio.kaztrk.kz/kaz/radioastana/. Сайт 2009 жылдан жұмысын бастаса, 2011 жылдан бері қазіргі нұсқасымен ақпарат таратып келеді. Сайттың гүлденген, жанданған тұсы да 2011 жылмен байланысты. Көптеген жаңа айдарлар, беттер, блогтар ашылып, Қазақстан Ұлттық телеарнасы, Қазақ радиосы, «Шалқар» радиосының барлық бағдарламалар мұрағаты салынып, сайтқа білікті веб-редакторлар, веб-журналистер мен веб-бағдарламашылар келді. Осыдан барып сайтты пайдаланушылар рейтингі де еселене түсті. Сайтты орташа есеппен 14 000 адам қараса, кіретіндер саны 35 000 төңірегінде. Countzero санайғағы бойынша сайт БАҚ арасында 2011 жылдың шілде айында 21-ші орында болса, 2012 жылдың маусымында 9-шы орынға көтерілді. Бұл да сайт қызметкерлерінің үздіксіз еңбегінің нәтижесі. Сайттағы блогтарды арна, радио қызметкерлері тұрақты жүргізіп отырады. Сонымен бірге, сайт аймақтық филиалдармен де үздіксіз байланыс орнатқан. Сайттан «Телерадио» онлайн журналының әр нұсқасын оқуға мүмкіндік бар. Және де 2012 жылдың соңынан «Балапан» арнасы сайтында балаларға арналған логикалық, танымдық электронды ойындар қосылды. Бұл ойындар баланың таным-түйсігін кеңейтуге септігін тигізеді. Редакцияның ең басты құралы ол – барлық арна, радионың тікелей көрсетілімін сайт бетінен қарауға болатынында. Қорытындылай айтқанда, сайт бетінен онлайн тв, радио қарауға, тв жаңалықтарының видео+мәтінін, радио жаңалықтарының аудио+мәтінін, фотосуреттерді де қарауға болады. Яғни, сайтты конвергентті редакция деп толық атауға болады.

Конвергенция – бұл бірөңкей контентті әр түрлі құрал-тәсілдермен (мәтін, дыбыс немесе видео) және коммуникацияның әр түрлі арналары (пресса, телекөрсетілім, радио, интернет) арқылы тарату.

В. С. Хелемендик 1977 жылы алғаш рет БАҚ қызметінің жаңа тәсілін және «бұқаралық ақпарат құралдарының жүйесі» анықтамасын ғылыми айналымға енгізді. Нәтижесінде БАҚ-тың дәстүрлі жүйесі өзгеріп, қазіргі газеттер, радио, телекөрсетілім және Интернет жүйесі өзара жақындасып, бірігіп, мультимедиалық ортада белсенді қызмет ете бастады. Хелемендик ұсынған бұқаралық ақпарат коммуникация координациясының негізгі принциптерін былай атап көрсетті: оның ерекшелігі, мазмұнын жүйелі түрде түзетуі, қызметтің ортақтығы және басылым, радио және телекөрсетілімнің өзара тәуелділігімен, олардың өзара әрекеттесуін мойындау организациялық құрылымы өзгереді және қазіргі таңда дербес газет, радио, телекөрсетілімнің жалпы ақпараттық орталыққа бірігуі олардың бұқараға эффекті әсер етеді. «Медиа арасындағы шекараны жою – өзара коммуникация құралдарымен, яғни телефон, пошта, телеграф және бұқаралық құралдар коммуникациямен, мысалы: пресса, радио, телекөрсетілім», деп Итьель де Соло Пуль айтқан пікір сөзімізге тұздық болады.

Мультимедия туралы іргелі мәселелер соңғы 20 жылда өзекті тақырыпқа айналды. Бұл хабар жүргізу әдісі кезінде компьютерлік техника мен компьютерлік желілердің дамуы мен өрлеуіне тікелей байланысты болды. Осы технологиялар арқылы визуалды, мәтіндік, дыбыстық және сөйлеуді бір компакт-дискке сақтауға мүмкіндік берді.

Қазіргі таңда видеомонтаж, түстер, фотосуреттерді компьютермен өңдеу арқылы анимация, инфографика және дыбыспен жұмыс істеу тәжірибесі ілгері басып келеді. Көркем-бейнелеу құралдары медиада еркін қолданысқа шыға бастады. Бүгінде БАҚ өнімін жасайтын технология деңгейі кез келген шығармашылық идеяны жүзеге асыруға мүмкіндік береді.

Мультимедиа көмегімен гиперсілтемесі бар мәтін, видео, фото, слайд-шоу, аудио, инфографика, карикатура, т.б. жасауға болады. Сонымен бірге, дауыс беру, пікірлер, рейтингтерді анықтауға көп көмектеседі.

Оларды бірінші және қосалқы компонентті деген екі түрге бөліп қарастырамыз. Алғашқысына басқа ресурстарға сілтемесі бар мәтінді, фото, видео немесе аудио жатады. Осы технологияларды барлық материалдардарға қолдана аламыз. Ал, қалған барлығы қосалқы болып табылады. Егер дәстүрлі жанрда мәтін негізгі рөл атқарса, мультимедиада ол маңызды емес. Бұл жерде негізгі ақпаратты сурет, фото қатар атқара алады. Ал, мәтін пікірлер, толықтыру, тақырыпша және т.б. рөлді атқару мәніне ие.

Күн өткен сайын конвергентті редакция медианың перспективті даму модельдердің бірі ретінде көпшілікке таныс бола бастады. Редакция концепциясының идеясы бүгінде мүмкін болатын бүкіл медиа-өнімнің форматтарына біріккен: онлайн, баспалық, мобильді, сонымен қатар хабарлы түрде ақпарат тарату құзырын алды. Конвергентті редакция тұғырға мінген соң оның бірнеше түрі қолданысқа енді.

Бірінші, мультимедиялық редакция – бұл әр технологиялық басылымға арнайы дайындалған редакторлардың болуы.

Екінші, интеграцияланған редакция – бұл негізгі технологиялық басылымда өтетін барлық жаңалық ағындарының бірігуі.

Үшінші, кросс-медиалық редакция – бұл ақпарат алмасу өзара принциптеріне сәйкес жүретін үрдіс.

Конвергентті журналистика заман ағымына сай «жаңа технологияны меңгерген» журналистерді талап етті. Оларғы мынадай талап қойылды.

Жаңалық материалдарды онлайн ресурстары үшін өңдей алуы керек;

Аудио және видео материалдарды Интернетке жүктей алу қажет;

Видео-репортажды түсіре білу керек;

Фотосуреттерді жасай білу, сонымен қатар оларды Интернетке жүктей алуды білу қажет;

Компьютерде жедел жұмыс істей алу керек;

Интернет желісінде бағдарлай білу қажет;

SMS-хабарлама түрінде жаңалықтарды жасай білу керек;

Мүмкін болатын бүкіл компьютерлік бағдарламаларды қолдана алу керек;

Wi-Fi арқылы бірден басылымға, нөмірге және сайтқа ақпарат бере алу қажет;

Мүмкін болатын барлық блогтарды жүргізе білу керек;

Сапалы ақиқаттар мен мәліметтерді тере алуы қажет;

Кез келген уақытта байланыста болуы қажет. Міне, осы шарттарға жауап бере алатын журналистер біздің конвергентті журналистикамызды алға жылжытуға қабілетті. Қазір көп жағдайда конвергентті журналистика деген атаудың өзін халқымыз жетік біле алмай жатыр. Ол үшін арнайы курстар мен сабақтар өткізілуі тиіс деп білеміз. «Конвергенция» тек журналистикада ғана емес, барлық салада белсенді рөл атқаруы қажет. Ол уақыттың басты талабы. Бірігу, жақындасу әрекетін дамытатын аталмыш сала әлемді біріктіру идеясын көтерді. Ол ақпарат арқылы төрткүл дүниені бір тілді, бір мінезде туыс ете алады.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Тәшімова Ә., «Жаңа медиа мен БАҚ: өзара кірігуінің (конвергенция) мәселелері, - Хабаршы, - 2011.
2. Зерттеу / Қазақстандағы интернет. – 2010, Алматы.
3. <http://kk.wikipedia.org>

**Әлбатырұлы І.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының 1-курс магистранты

**Тарих толқынындағы қазақ тарихы қалай жазылмақ?!**

Ғасырлар тезі тар жолда тайғақ кешулер өткізсе де Қазақ ұлысын сары даланың төсінен өшіре алмады. Мәйегі мықты халық керісінше, Сарыарқаның төрінен, Азияның кіндігінен ойып орын тепті. Бұл кешегі ақ ту ұстап, алқалы жұрты үшін арпалысқа түскен арыс бабаларымыздың ұлы жеңісі. «Ақтабан шұбырынды, алқакөл сұлама», «Ашаршылық», «Қуғын-сүргін», «Желді желтоқсанды» көрген ұлт бүгінде төрткіл дүние таныған жас мемлекетке айналды. Деседе, өткенсіз бүгінді елестету, болашаққа бағдар жасау мүмкін емес. Осы тұрғыда дербес ел ретінде жоғалғанды іздеу, барды бағалау жұмысы қай дәрежеде? Тарихымызды сараптап, елдігімізді көрсетер шынайы кешулеріміз зерттелуде ме? Егемендегі Тәуелсіз ұлт тарихы енді қалай жазылады? Зер салып, тоқталсақ.

 Байқасақ, қазақтың өткенін жанымен сезіп, зерттелген заман лебін тарихшы көкірек көзімен түйсіне білуі қажет-ақ. Тарих ғылымдарының докторы Зардыхан Қиянатұлының пікірінше, «Тарих бұрыннан жазылып келеді. Жазылып та жатыр. Бірақ сол тарихтың кейбір тұстарын қайталай қарап, кең ауқымда баға бергеніміз жөн. Ұлттық тұрғыдан тарихқа бет бұрып, кемшіл тұстарды толтырып, жүйелі тұрғыдан қарау керек. Тарихшылармен жиі қатынасып жүремін. Талай жерде талай әңгімелер айтып жүрміз. Бүгінгі біздің тарихты қайтадан қарап, қайтадан толықтырып жазу үшін, бізге төрт түрлі ауру дейміз бе, содан құтылуымыз керек. Бірінші, измшілдік тарихтан. Екінші, тапсырыстардан. Үшінші, өзшілдіктен құтылуымыз керек. Төртінші, құлдық санадан арылуымыз қажет». [1] Орынды уәж. Жан жүрегімен сезіп айтады. Налитын жөні де бар. Заманнан заңды ие таппаған тарихымыз көрінгеннің көкпарында, қалталының қаражатымен бұрмаланғаны шындық. Жеке тұлғалар, парағы қалың, берері мәлім кітаптар қаптады. Бұл онсызда тұралап, қиыс кеткен тарихи ақиқатқа қиянат емей немене?!

 Біз, жалпы, соңғы екі-үш ғасырда, бір емес, әлденеше рет жеңілген ұлтпыз. Өкінішке қарай, солай. Арыға бармай-ақ қояйын. Бергі ХІХ ғасырға келер болсақ, Кенесары бастаған қозғалыс. Оның финалы өте трагедиялы болды ғой. Ол – үлкен жеңіліс. Үш жүздің басын қосып, жердің тұтастығын сақтаймын, барлығын қалпына келтіремін деген қозғалыс еді бұл. Кенесары ханның көтерілісіне ұлттық көтеріліс деп баға беруге қарсы топтар әлі бар. Кенесары өзінің Ресей патшасына жазған хатының бірінде: «Менің атам хан Абылай тұсында сіздер Ертістен бері енбегенсіздер. Шекара сол жермен шектелген. Қазір қазақтың жерін басып алдыңыздар. Соны қазаққа қайтарыңыздар», – деген сыңайдағы пікірін ашық мәлімдеген. Ендеше, ол неге ұлттық көтеріліс емес? Одан кейінгі 1916-жылғы ұлт-азаттық көтеріліс. Ол да жеңіліс. Алаш қозғалысы – бұл да жеңіліс. Ұлттың жеңілісінің бәрі – жеңіліс. 1931-32 жылғы көтерілістер – бұлар да жеңілістер. Сондықтан біз қазір қандай терең құздан шығып келе жатқанымызды түсіне бастадық. Ұлт азаттығы үшін күресте тек қана халық жеңілген жоқ. Тарихы да жеңілді,-дейді заманның зарын шертеді тарих ғылымдарының докторы, профессор Мәмбет Қойгелді Бақ.кз пацырталында.[2] Мың өліп, мың тірілген халықпыз. Талай қилы замандар мен тағдырларды, запыран құсқан кезеңдерді ана тарихымыз бірге кешіп келе жатқанымен ол бұра жазылды. Аталған тарихи сәттердің бүгінгі ұрпаққа өз шындығымен жетпегенін, тарихшылардың арасындағы бітпес дауды ауызға алады. Өзара түсініспеушілік, менмендік пен өзім білерліктің аяққа оралғы, тарихқа тұсау болып жүргенін ашына жеткізеді.

 Шындығына келгенде шетелде тұратын аға буын ағаларымыз жас кездерінде ұлттық тарихымыздың тамырын танып, тереңiне бойлауға құштар болған. Бірақ, олар сол кезде көңіл тойып, нәрiне қандыратын құнды дүниелердің қолдарына түсе бермейтінін айтады. Иә, шетелдердегi қандастарымыз былай тұрсын, атажұрттың өзiнде қазақтың төл тарихын оқыту 1956-жылдан ғана басталды емес пе? Оның өзiнде көбiнесе Кеңес дәуiрiнiң тарихы оқытылды. Тарих таптық тұрғыдан сарапталды. Мысалы, хан, бай, батырлардың тарихын көзден таса қалдырды. Оларды ептеп болса да айтуға тырысқан Санжар Асфендияров, Мұхаметжан Тынышпаев атылып, Ермахан Бекмаханов пен Бек Сүлейменов сотталды. Міне, осындай тарихымызға шабылған балта мен бодандықтың қамытын алып тастар күн де жетіп, Тәуелсіз ел болдық. Өз тарихымызды өзіміз безбендейтін сәтте жазба деректердiң тапшылығын, ұлттық тарихи санадағы кейбiр олқылықты пайдаланып ойдан тарих жасаушылар көбейдi.

 Жоғарыда айтылған тарихымыздың ақтаңдақтарына жауап беретін және төл тарихымызды зерделеуге мүмкіндік туғызатын «Қазақ тарихына» қатысты Мемлекеттік хатшы Марат Тәжиннің қатысуымен Астанада алқалы жиын өткен болатын. Ол мәтіндік, кескіндік материалдармен шектелмей, заманауи құрал-жабдықтарды пайдалана отырып, тарихи деректерді жас ұрпаққа жеткізу жолын жетілдіруді ұсынды. Қазіргі тарихты жазуда әсіре саясиландырудан аулақ болу керектігін қадап айтты. Енді, ұлт тарихына жанашыр сала мамандары бұл ауқымды жұмыстан тыс қалмауы қажет. Оның пікірінше, алдағы жазылған еңбектер бастысы, өткенімізді ұлттық тұрғыда қарастыратын туынды болуы керек. Дәл осындай, аршынды қадам ертеректе болуы қажет еді. Халыққа тарих толқынында баға беретін бағдарлама аясында аз уақыттың ішінде қаншама игі жұмыстар өз нәтижесін берді. Ғалымдар шетел асып, шеттетіліп жатқан жәдігерлерімізбен тамыры тереңде жатқан, ашылмаған құпияларға жолықты. Менің ойымша, біздің өткенімізге үңілер арайлы таң енді атқан секілді. Біз қалай айтсақ та, Қазақ мемлекеттiлiгi тарихын сақ, үйсiн дәуiрiнен бастап қарастыру қажет сияқты. Түрiк қағанаттары әсiресе Кимек, Қыпшақ қағандығы, Ақ Орда, Қазақ хандығы мемлекеттiлiктiң елеулi баспалдағы болып табылады. Ал, Тәуелсiз Қазақстан Республикасын олардың жаңаша, сындарлы жалғасы деп қараған дұрыс. Бұл бiртұтас процестi еш үзiп-жарып қарауға болмайды. Ағаларымның пікірі орынды, бірі бірін толықтырады. Ұлт тарихына деген мемлекеттік көзқарастың өзгеруі енді қоғамдағы осы тарихшы мамандардың рөлінің артуына ықпал ететіні сөзсіз деп білемін. Баршамыздың илейтініміз қазақ ұлтының өткені, бүгіні және ертеңгі тарихының бір пұшпағы. Сондықтан да ел болып қолға алған Елбасының осы бастамасы қарға тамырлы қазақтығымыз бен таңбалы тарихымыздың бағыт-бағдары болады деп сенемін. Тұшымды да тұнық тарихты жасау біздің қолымызда.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. «Айқын» газеті, 28 маусым 2013жыл.
2. [www.Baq.kz](http://www.Baq.kz), 12 шілде 2013 жыл.

**Әліқожа Б.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының 2-курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: **ф.ғ.д., профессор Қамзин К.**

**Публицистикалық мәтіндердегі түстің саяси, әлеуметтік астары**

Публицистикалық мәтіндерде түстер кеңінен қолданылады. Жазылған мәтіннің мазмұны мен мақсатына орай түстер де сан алуан мән беріп отырады. Біз бұл жерде түстердің тікелей мағынасын емес олардың метафоралық мағынасын айтып отырмыз. Қоғамдағы саяси-әлеуметтік процестерді сипаттауда түстердің орны ерекше.

Саяси процес дегеніміз қоғамның саяси өмірінің өзегі, өйткені ол саяси жүйенің өзіндік ерекшеліктерін анықтайды. Ол өте кең [әлеуметтік](http://kk.wikipedia.org/wiki/%D3%98%D0%BB%D0%B5%D1%83%D0%BC%D0%B5%D1%82) орта бола отырып, өзінде әлеуметтік- саяси өмірдің барлық проблемаларын қамтиды. Саяси жүйеге теріс әсерлер, оның қарсы реакциясы, саяси жүйенің ішкі қайта құрылуы, әр түрлі саяси акциялар, саяси өмір агенттерінің өзара әрекет белсенділігі, формалары, әдістері, басымдықтар және олардың идеологиялық бейнеленуі — осының барлығы саяси процестің шынайы аспектілері.

"Саяси процесс" ұғымы әр түрлі деңгейде көрінеді. Оның ең ауқымды деңгейі — тұтастай қоғамның саяси процесі ретінде барлық саяси өмірдің өзегі болуы. Ол іштей құрылымданған және кезеңдерге, жеке бөліктерге, оқиғаларға ыдырауы мүмкін. Осы құрылымдық элементтердің әрқайсысын жеке саяси процесс ретінде қарастыруға да болады. Мысалы, елдің [президентін](http://kk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82) немесе парламентін сайлау жеке саяси процесс болып саналады. Жеке басталып, аяқталған саяси акцияны да саяси процесс деуге болады. Осыған ұқсас акцияларда қоғамның саяси өмірінің ерекшеліктері толық көрініс тауып отырады. Осы ретте, қоғамда өтіп жатқан қоғамның саяси өміріне және саяси процеске тарихи тұрғыдан келіп, оларды даму үстінде қарастырған жөн. Бұл тұрғыда қоғамдық дамуды [дәстүрлік](http://kk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D3%99%D1%81%D1%82%D2%AF%D1%80) және дәстүрліктен кейінгі сатыларға бөлудің методологиялық мағынасы зор[[1]](#footnote-1).

Осы тұста публицистикалық мәтіндердегі түстердің саяси мән беруін ол түстерге берілген (алдын ала) немесе қабылданған мағынасын ашып алуды жөн санаймыз. Мәселен, **түрлі-түсті революция**   деген «күш көрсетілмеген революцияларды», яғни тобырлық күш көрсетілмейтін бас көтеру акцияларын атау үшін қолданылатын жинақтық мағына беретін ұғым. Әр түрлі-түсті революцияның өзіндік түсі мен белгісі болады. Мысалға, украинада қызғылт-сары апельсин түсі, рузияда- қызыл роза, Қырғызстанда – күлгін түсті роза. Әр белгі, нышан тез таңылатын болуы керек.

Сонымен қатар, мәтіндерде кеңінен қолданылатын қара түстің, яки сөзінің астары тереңде жатыр. Оның әлеуметтік және саяси астарын қарастыруға болады. Мәселен, ақ пен қара түстің ежелгі қытайдың натурфилософиясына сәйкес ***ян***  және  ***инь***  табиғаттағы жарық пен қараңғы, жұмсақ пен қатты, еркек пен әйелдің бастауын сипаттау үшін қолданылады. Яғни, қарама-қайшылықтарды сипаттайды[[2]](#footnote-2).

Қара түс беделдің және байыптылықтың түсі болып саналады. Жапон мәдениетінде *kuro* (қара) [ақсүйектіліктің](http://kk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D2%9B%D1%81%D2%AF%D0%B9%D0%B5%D0%BA), егделіктің және тәжірибеліктің белгісі болып саналады, ал *shiro* (ақ) қарасүйектіліктің, жастықтың және аңғырттықтың белгісі.  Қара түс [арабтардың](http://kk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%80%D0%B0%D0%B1%D1%82%D0%B0%D1%80) [Аббасид халифтері](http://kk.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%90%D0%B1%D0%B1%D0%B0%D1%81%D0%B8%D0%B4_%D1%85%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%96&action=edit&redlink=1) түсі болды, Араб мемлекеттерінің туларында қара түстің жиі қайталануының себебі осында жатыр.

## Қара түс қазақ халықының ауыз және жазба әдебиетінде кездеседі. Мысалға, қара деп халықты айтса, қарақұрым деп жиналған қауымды айтады. Осы мағынасы баспасөз мәтіндерінде, тіпті тақырыптарында кеңінен қолданылады. Мәселен, «Жас қазақ» газетінің 2010 жылғы 14 желтоқсан күнгі санындағы «Қабылсаят мүйізсіз қалды, қара халық құлақ сұрап жүр» деген Ж. Шаяхметтің мақаласында қара халық деп дүйім жұртты сипаттайды. Шеттен келген қандастарымызға көрсетілетін мемлекет тарапынан көрсетілетін көмектің ахуалық туралы жазылған[[3]](#footnote-3). Ал «Алаш айнасында» 11 маусым, 2010 жылы жарық көрген «Қара халық ырза, «ақ дилер» ыза болатын жеңілдік» аталмыш мақалада Кедендік Одақ шеңберінде қарапайым халықтың, мемлекеттің орташа тұрғындарының автокөлікке қол жеткізу мүмкіндігі сипатталады. Сонымен қатар, «ақ дилер» деп алып-сатушыларды автор меңзеп отыр[[4]](#footnote-4).

Француздық этнограф **Виктор Тэрнердің** теориясы бойынша, ақ түс–тұқымның, әйел мен еркектің нышаны екен. Ана сүтінің ақ болуынан оны ана мен баланың нышаны ретінде таниды.

Ал Ортағасырларда **Еуропа халықтарында** ақ түс жоғарғы биліктің, кейде кәрілік пен ұзақ ғұмырдың нышаны ретінде танылған. Оңтүстік американдық **үндістерде** ақ түс бейбітшіліктің, бақыттың нышаны. Ежелгі **Перуліктерде** де бірлестік пен татулықтың белгісі саналып келген. **Жаугершілік заманда** ақ түсті жалау – берілуді, татуласуға деген ниетті білдірген екен. Осыған дейін [ақ көгершін – бейбітшіліктің нышаны](http://massaget.kz/bilim/bilesiz-be/3363) екендігін де айтып өткен болатынбыз. **Кішкентай балалардың ұғымында** «ақ түс» бостандықтың белгісі. Өйткені, көптеген ертегілердің қаһармандары қиын кедергілерді жеңіп, ақ әлемге жетуге талпынып жатады.

Шығыс халықтарында ақ түс – қазаның түсі. Егер қара түсті киім киілсе, қайтыс болған адамның жаны ештеңе көрмейді, сондықтан ақ киім киген дұрыс делінген. Сондай-ақ шығыстықтар ақ түсті ақыл мен тәкаппарлықтың нышаны санаған. Индуизмнің бір бағытында ақ – оттың түсі болса, өте ерте замандарда судың түсі болған.

Осылайша, қара және ақ түстерінің баспасөз беттерінде метафоралық мән-мазмұны тереңде халықтардың мәдениеті мен тарихымен астасып жатқандығын аңғаруымызға болады.

Баспасөз мәтіндерінде қолданылатын жасыл түстің де өзіндік әлеуметтік астары бар. Жасыл түс тұрақтылық пен тыныштықтың және экологиялық тазалықтың белгісі болып саналады. Мәселен, Ислам дінінде жасыл түске ерекше мән беріледі. Құнды кітаптарда «түстердің жақсысы – жасыл түс» делінген. Имам Әли Риза хазреттері байрақты және әскер киімін қара түстен жасылға ауыстырған. Аббаси мемлекетінің туы қара еді. Халифа Мәмун заманында жасылға ауыстырылды.  Періштелердің жасыл құстар кейпінде көрінгені көп кездескен. Адам алейһиссалам жәннатта болғанда Асхаби кирамның барлығының бейнелерін бастарында жасыл бас киімдермен, жасыл тәждермен, жасыл қару-жарақтармен және жасыл көліктермен көрген. Адамға үлкен рахаттық беретін жасыл түс осы күнде психологиялық сеанстарда қолданылуда. Терапиядағы науқастар жасыл түс арқылы тыныштыққа, қуанышқа, бақытқа бөлене алады. Жүйке жүйесіне және басқа ауруларға да пайдалы екендігі мәлім.

Осылайша, қазақтың тұрмысы, әлеуметтік өмірі салт-сана мен бірге діни танымымен астасып жатыр. Сондықтан, жасыл түсінің діни маңыздылығын да атап өткенді құп көрдік.

Сонымен, түстердің келесіде саяси-әлеуметтік астары мен мағыналары бар:

* түстер белгілі бір саяси-әлеуметтік оқиға, құбылыстарды күшейту, әсірелеу үшін қолданылады;
* түстер саяси процестерге символикалық мағына беру үшін қолданылады;
* түстер қоғамдағы адамдардың әлеуметтік статусын бедерлеу үшін қолданылады.

Қорыта айтқанда, публицистика мәтіндерінде қолданылатын түстердің семантикалық мәні халықтың тұрмыс-тіршілігі, салт-сана, діни сенім-нанымдарымен ұштасып саяси-әлеуметтік мән береді.

 Теориялық саясаттану. Оқулық. — Алматы: Издательский центр ОФППИ «Интерлигал», 2005.

 Мартыненко Н. П. Предпосылки возникновения концепции «инь-ян» в китайской культуре //Arbor mundi. Мировое дерево. Международный журнал по теории и истории мировой культуры. М., 2006. Вып. 12. С.46-69.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

  <http://www.qazaquni.kz/4791.html>

 <http://www.alashainasy.kz/economica/5439/>

**Байзақова А.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының 2-курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: **ф.ғ.к., доцент Өзбекова Г.**

**Намазалы Омашевтың қазақ журналистикасына ғалым ретінде қосқан үлесі**

Кез келген елдің тілін, дінін, деңгейін, сол елдің журналистикасымен танысу арқылы біле аламыз. Себебі, Ахмет Байтұрсынұлы «Газет - халықтың көзі, құлағы һәм тілі» демекші, журналистика халықтың, елдің айнасы, бет бейнесі. Қазақ журналистикасының бүгіні, өзгерістері мен жетістіктері және кемшіліктері туралы біраз ой қозғайық. Еліміз тәуелсіздік алғаннан бері журналистикамызда көптеген өзгерістер болып жатыр. Тіпті, күн сайын жаңа жаңалықтар ашылып, журналистика саласындағы бағыттарымыз да өзгеріп келеді.

 Осы журналистика саласындағы өзгерістерді саралап қарау үшін бүгінгі журналистика ерекшелігін, стилін тану керек болды. Сол сияқты көрші және шет елдердің журналистер даярлаудағы іс-тәжірибесін зерттеу негізінде өндірістік тәжірибеге көбірек мән беруге, бұрынғыдай күніне сегіз сағат сарылтып аудиторияға қамап ұстаудың тиімсіздігіне, қасаң теориялық лекциялармен көміп тастау пайдасының аздығына көз жеткіздік. Оның орнына студенттерді белгілі журналистердің лабораторияларымен таныстыру, барынша жазу-сызуға баулу, журналистиканың практикалық жұмысына көбірек араластыру, шығармашылықпен айналысуына мүмкіндік туғызуды ескердік. Журналистік білім берудің екінші сатысы – магистратура мамандықты тереңдете оқытып, келешекте осы сала бойынша дәріс беретін, ғылыммен айналысатын кадрларды даярлауды мақсат етеді.

Кешегі кеңестік жүйенің кезінде мерзімді басылымдар мамыражай күй кешті. Қамқорлық көрсетіп отырған соң олар өз өнімдерін қалай өткізу керек екендігі жайлы ойланбады. Партияның нұсқауымен жер-жердегі мекемелерде істейтін қызметкерлер жазылуға мәжбүр болды. Қазір олай ете алмайсың. Мерзімдік басылымға жазылу, жазылмау – әркімнің өз еркі. Яғни оқырман аудиториясы барлығын шешеді. Ендеше, көпшілік қажетсініп отырған дүниені беру керек. Ол – аудиторияны зерттемей іске аспайтын құбылыс. Оқу жоспарына енген «Бұқаралық ақпарат құралдары аудиториясын зерттеудің әдіс-тәсілдері» деген пән осыдан туындап отыр.

Сол сияқты қазіргі қазақ журналистикасының аяғына шалынып, шабысына тұсау болатын зәру мәселе, проблеманың үлкені – қаржы, журналистиканың ешкімге тәуелсіз, өзінше тіршілік етуі. Дамыған елдер журналистикасының іс-тәжірибесімен танысқандығы түйер түйін: маркетинг, менеджмент, жарнама деген әбден жолға қойылған да, ол журналистиканың тіршілік көзіне айналған екен. Болашақ мамандарға дәріс оқытылуда осы мақсатқа бағындырылған пәндер де бар.

Қазір біздегі жарнамаға ие жоқ. Ұстағанның қолында, тістегеннің аузында кетіп жатыр. Ол егесі бар елдерде ұлттық байлықтың үш пайызын құрайды. Әрі саяси бақылауға қол жеткізетін негізгі тұтқаның көзі екендігі де анықталды. Мемлекет мүддесіне сай келмейтін басылымның тынысы қолдан тұншықтырылды.

Айталық, Америка Құрама Штаттарында шығатын «Нью-Йорк таймс», «Вашингтон пост» пен «Нью-Йорк дейли ньюс» газеттері бірдей емес. Алға қойған мақсаттары да бөлек. Алдыңғы аталған газеттер сапалылар қатарына жатады. Олардың негізгі міндеті – мемлекет мүддесін қорғау. Немесе патриоттық басылымдар десе де болады. Осы мақсат тұрғысынан келгенде кімді болсын сынаудан мүлде жасқанбайды. Оны өзгелер де дұрыс түсінеді. Ол газеттердің таралымы көпшілік қолды басылымдардың санынан аз болғанымен беделі жоғары.

Ал көңіл көтеру, ой бөлу, әр түрлі ақпарат тарату мақсатында шығатын газеттердің (бұрын біз «желтая пресса» деп келгенбіз) таралымы сапалық басылымдар санынан тым көп болып келеді. Сондықтан ондай басылымдарда салмақты сын жариялау қауіпті деп есептелінеді. Осындай жазылмаған заңның, қалыптасқан дәстүрдің арнасынан шығып кете беретін басылымдарды ауыздықтайтын тегершік бар. Ол – жарнама. Мемлекеттік агенттіктер ел мүддесіне ынта-шынтасымен шынайы қызмет етіп отырған басылымдардың сіңірген еңбектерін ескере отырып, оларға табан ақы, маңдай теріне қарай шүлен таратқандай етіп жарнама үлестіреді.

Біздегі журналистиканың шығыны әлі де мемлекет мойнында, өкіметтің демеуімен ғана күн көріп отыр. Күндердің күні, тіпті, жуық арада-ақ, олар да еріксіз сол қаржы тұтқасына ауысатын болады. Бұл дегеніңіз, өзін-өзі қаржыландыра алмайтын кейбір басылымдардың жабылуына әкеліп соғады. Солай болып та жатыр. Қазақ журналистикасының күн ұзатпай бейімделуге тиісті ең басты проблемасы, міне, осы. «Журналистика менеджменті» деген атпен енгізілген пән осы проблеманы игеруге бағытталған.

Сөз бостандығы беріліп, цензура жасалған кезде журналистиканың араласпайтын жері аз болды. Оның үстіне құқықтық мемлекет орнатамыз деп жатырмыз ғой. Заңды қастерлеп, оны білуге талпынуымыз керек. Ал журналист мамандығын алғысы келетін студенттердің заңды білу қажеттігін бұл күндегі болып жатқан түрлі жағдайлар айғақтап отыр. Осы мақсатта журналист құқығы, оның міндеттерін бірнеше елдер тәжірибесі негізінде оқытатын арнайы пән жоспарға енді. Сол сияқты «Журналист этикасы», «Халықаралық қатынастар және журналистика», «Паблик рилейшнз» («Бұқарамен байланыс») деп аталған пәндердің мәнін дәлелдеп таусылудың қажеті жоқ шығар. Осылайша бүгінгі журналистиканың зәру мәселелеріне орайластыра дәріс берілетін пәндер мен толықтырылған жоспар жаңа түрі, соны сипат алып, көнетоз күйінен арылғандай болды.

«Мәннің бәрі маманнан» демекші, негізгі жүкті ұстаздар құрамы көтеретіні белгілі. Топырлаған орташадан гөрі, студенттер үлгі тұтып, еліктеуге тырысатын ұстаздың орны бөлек. Олар сөзімен де ісімен де (шығармасын айтамын) үлгі болса ғой... Осы мәселе тұрғысынан келгенде факультетте әлі де көп өзгерістер керек екені анық. Ол үнемі үздіксіз процесс ретінде жүруге тиіс. Қазір факультетте дәріс беруге, лабораториясын ашуға шақырылып жатқан аға, орта буын өкілдері жаңа леп әкелері даусыз.

Жақсы журналист дайындаудың көзі – студенттерге шығармашылықпен айналысуға мүмкіндік туғызу. Олардың практикалық іспен барынша тығыз және мүмкіндігінше ертерек әрі жиі айналысуына жағдай жасау керек. Аспан әлемін шарлап жүрген спутниктердің қай-қайсысынан хабар алатын паробалистік антенна кейбір коммерциялық телеарналардың арманы десе де болады. Осы жүйе арқылы әлемдік телестудиялардың берілімдерін қолма-қол көріп, салыстырып, саралап тұжырым жасауға мүмкіндік бар. Ол – методикалық жұмыс үшін де, ғылыми жұмыс үшін де таптырмайтын құрал.

Астана. 15 сәуір. ҚазАқпарат /Кенжекей Тоқтамұрат/ - Жалпыұлттық деңгейге көтерілген «Айқап» журналы әлі толық зерттелмеген, ал «Қазақстан» газетінің беті мүлде ашылмай жатыр. Осы мәселе бойынша да Н. Омашев өз ойын білдірген болатын.

«Айқап» журналы мен «Қазақстан» газетінің бағыттары бір болды, екеуі де ұлттық құндылықтарды дәріптеді, халықтың сауатын ашуды, бірлікті мақсат тұтты. Алайда жалпыұлттық деңгейге көтерілген «Айқап» журналы әлі толық зерттелмесе, «Қазақстан» газетінің беттері мүлде ашылмай жатыр деуге болады», - деді ол.

«Қазақ баспасөзіндегі шоқтығы биік басылымдарды зерттеуге қаражат қол байлау болып отыр. Кезінде «Алаш көсемсөзінің» 10 томдығын шығаруды қолға алып, Мәдениет министрлігіне жоба дайындап ұсынғанымызда,  қажетті қаражат бөлінген еді. Кейін министрлікте болған өзгерістерге байланысты қаражат тендрге салынып, ақыр соңында толық мақсатқа жұмсалмады.  20-шы ғасырдың басындағы басылымдарымыз ел аумағынан тыс қалаларда басылып тұрды, сондықтан өзге елдің мұрағатын ақтару қажет. Ал бұның барлығы қыруар қаражатты талап етеді», - дейді Н.Омашев.

Н.Омашевтың айтуынша, қазір өткен ғасырдың 20-30 жылдарындағы басылымдарды зерттеу бойынша үлкен жоба дайындалу үстінде.

Осы зерттеуді кітап етіп шығару және ондағы қаралатын мәселелер: мерзімді баспасөздің қалыптасуы мен даму бағыттарының зерттелуі, БАҚ-тағы адами құндылықтар және елдік мүдде мәселелері талқылану үстінде.

Филология ғылымдарының докторы, профессор, Евразия Ұлттық университеті жанындағы журналистика институтының директоры – Намазалы Омашев «Таңшолпанда» қонақта болып, пікірімен бөліскен болатын. Ғалым қазіргі Қазақ радиосы жайлы, жалпы Қазақстандағы радио арналардың өзгерістері жайлы көптеген пікірлер айтты. Радиожурналистиканың бүгінгі аяқ алысына тоқталған профессор: «әсіресе, Қазақ раиосындағы ертеңгілік «Мен – қазақпын!», «Қайырлы таң, Қазақ елі!» деген хабарлар менің көңілімнен шығады. Өйткені, бұл хабарлар тыңдарман қауымның көңілін көтеретін, руһын биіктететін, ұлттың мерейін асқақтататын хабарлар», - деді.

Сондай-ақ, ол жалпы журналистика саласына қатысты жағымды жаңалықты баса айтты. «Жақында ҚР Білім және ғылым министрлігі мен Мәдениет және ақпарат министрлігі бірігіп, үлкен мәжіліс өткізді. Мәжіліс тек журналистика кадрларын даярлау мәселесіне ғана арналған. Бұл көптен бері өз шешімін күткен мәселе болатын. Сонда журналистика кадрларын даярлауды қалай жақсартамыз деген бір-ақ сұрақ қойылды. Елімізде бұл саланың  кадрларын даярлайтын 25 жерде бөлімшелер бар екен. Екі ғана факультет. Бұл әрине, көптік етеді. Себебі, ол бөлімшелердің барлығында база толық емес, арнайы мамандар да жетіспейді. Сондықтан, осының барлығын қысқартып, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дегі журналистика факультеті мен Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ-дегі журналистика және саясаттану факультетіне шоғырландырып, базаны жинақтап, мамандар тартып, екі жерде дайындаса болмай ма, деген пікір айтылды. Қарағанды, Павлодар ғалымдары шығып, «екі жер аздау болар, 3-4 жерде болғаны дұрыс шығар» деп ойларын да білдірді. Осыған байланысты мемлекеттік гранттар мен магистранттар санын көбейту, PhD санына да көңіл бөлу деген мәселелер қаралып, оның нәтижесі жақында ғана газетке шықты.

«Әлемде журналистикаға А. Байтұрсынұлынан асырып анықтама берген адам жоқ» – дейді Намазалы Омашев.

Мен қанша елдердің журналистикасын зерттедім, сонда бір ғана анықтамадан асырып айтылған анықтама кездестірген емеспін*.* Ол Ахмет Байтұрсынұлының «Газет - халықтың көзі, құлағы һәм тілі» деген сөзі. Кез келген журналистің қызметі - халықтың көзі, құлағы һәм тілі бола білу. Н.Омашевтың айтуынша, биліктің болсын, оппозицияның болсын қарамағында қызмет атқаратын кез келген журналист өзінің осы бір негізгі қызметін еш уақытта есінен шығаруға болмайды. Ал оны естен шығармауға көмектесетін бірден-бір құрал - ол ішкі жан-дүние мен ар-ождан. «Міне, биыл ғана Қазақстан журналистер одағы мен Бас редакторлар клубы бірлесіп қабылдаған «Қазақстан журналистерінің этикалық кодексі» жас журналистерді өзінің ар-ожданынан аттап кетпей, халқының алдындағы қызметін абыроймен атқаруға шақырады. Тіпті, қаншама жыл журналистік қызмет атқарып келген аға буын өкілдері де кодекстің мәтінін газеттен қиып алып, үстелінің үстіне, көзінің алдына қойып қояды. Сондықтан, бүгінде университет қабырғасында осы құжаттың баптарын күнде талқылап-талдап жатсақ та, одан тек қана үлгі-өнеге мен ақыл-кеңес аламыз деп ойлаймын», - деп атап өтті ол.

 Біз Тәуелсіз Қазақстанның идеологиясын дамыған елдердегідей сауатты жүргізуіміз қажет. Көп ұлтты мемлекетіміздің халқын ауызбірлікте, басын қосып ұстау үшін көлденең көк аттының сөзіне ермей, осы бағытымыздан жаңылыспағанымыз абзал. Баяғы нұсқасыз коммунистік идеологиядан зәрезап боп қалған басымыз іші қуыс бос қаңқаның құлап түскенін көріп, идеологиялық насихаттан жеріп шыға келдік. Шындығында, біз бұған үрке қарамай, қайта тәуелсіз еліміздің мұрат-мақсаттары үшін қолдау көрсетуіміз керек. Сондықтан, журналистика да, экономика да еліміздің идеологиясына қызмет ете бастауы - заңды құбылыс.

 «Бұрынғы студент пен қазіргі студент бірдей емес. Қазіргі шәкірттеріміздің бойында қажетсіну психологиясы басым сияқты. Бұрынғылар өз бетінше көбірек ізденетін. Олар көп уақыттарын оқуға арнайтын. Ал қазіргі буынның айырмашылығы – мүмкін, ақпараттық арналардың көптігінен болар, әйтеуір, білетіндері көп, бірақ, бұрынғылардай сарылып отырып оқу, жіті ізденіп, тереңірек зерделеу жағы жетіспейтін сияқты. Бұл әрбір шәкіртке берілер баға емес, әрине. Небір дарынды, алғыр жастар баршылық. Мүмкін, жасымыз ұлғайып келе жатқаннан соң солай болар, қазіргі жастардың психологиясы кішкене өзгешелеу көрінеді. Оны жасырмай айтуымыз керек»

 Қандай өзгерістер болса да, жетістіктеріміз де, кемшіліктеріміз де журналистика мамандығының болашағы зор әрі жарқын боларына сендіреді.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Ақпарат әлемі 1-том –Алматы, 2006.
2. Әуе толқынында – Қазақ радиосы (1921-2001) Алматы, 2001.
3. ҚазАқпарат. Астана. 15 сәуір. 2011.

**Болатханқызы М.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының 2-курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: **ф.ғ.к., доцент Әбдіжәділқызы Ж.**

**Ұлттық БАҚ-тың ұйымдастырушылық функциясы**

Ұлттық бұқаралық ақпарат құралдарының халық алдында атқаратын функциясы алуан түрлі. Егер есіңізде болса, П.Прохоровтың «Журналистикаға кіріспе» оқулығындағы журналистиканың атқарар алты қызметімен таныс болған сәтте-ақ, бұқаралық ақпарат құралдарының атқарар функциясының қандай екенінен хабар ала бастаймыз. Неге десеңіз, бәрі бір-бірімен тығыз байланыста, жүктелетін міндет, қойылар талап ортақ.

 Автор оқулығында біріншіден, журналистика саласында өзара ақпараттық ықпалдасудың негізгі де басты міндеті – бұқаралық аудиториямен, әлеуметтік институттармен байланыс орнату. Сол себепті журналистиканың табан тірер функциясы – коммуникациялық (лат. communication – хабарлама жолы, байланыс пішіні) функция дейді. Бұл қызмет түрі пікірлесуге, байланыс орнатуға арналады. Бірінші ретте таза техникалық термин ретінде қабылданатын «коммуникация» ұғымы ақпараттық мән-мазмұнмен толыққан кезде, жаңа сипатқа ие болады. Сондықтан көпшілік жағдайда журналистиканы бұқаралық коммуникация құралы, mass media деп атап жатамыз. П.Прохоров екіншіден, журналистің қоғамдағы «төртінші билік» ретіндегі ұйымдастырушылық қызметін атап өтеді. Үшіншіден, идеологиялық әлеуметтік бағдарлаушы ретіндегі, яғни аудиторияның дүниетанымына, көзқарасына терең әсер ете алу қызметін айтса. Төртіншіден, қоршаған ортаны тану, құндылықтарды анықтауда бағыт-бағдар беру, жеке тұлғаны әлеуметтендіру, ағарту және тәрбиелеу, мәдениет тарату сияқты функцияларына тоқталады. Сонымен қатар оның қоғамдық процестерді реттеу және қадағалау, азаматтарды әлеуметтік жағынан қорғау және әрбір адамды кәделік мәліметпен қамтамасыз ету секілді қырлары бар екенін де ескертеді. Бесіншіден, жарнамалық қызметі. Бұл бұқаралық аудитория мен әлеуметтік институттардың ақпараттық сұраныстарына сай олардың өмір сүруін қамтамасыз ету. Барлық қырларынан алғанда, қоғамда болып жатқан барлық жағдайлармен таныстыру болып табылатынын да айтады. Алтыншыдан, рекреативтілік қызметі. Компенсаторлық (өтемдеу) бағасын, тонусты (лат. tonus – ширығу) түзеу қызметін (көңіл көтеру, дамылдату, сергіту) де журналистиканың басты атқаратын қызметтері деп көрсетеді.

Жоғарыда аталған алты қызметті де есепке алып, бүгін күнде сол қызметтермен жалғасып, толықтырылған бұқаралық ақпарат құралдарының негізгі жеті қызметі бар деп жіктеудеміз. Санамалар болсақ: ақпараттық функциясы, мәдени-ағартушылық функциясы, интегративті функциясы, әлеуметтік-педагогикалық функциясы, ұйымдастырушылық функциясы, білім берушілік функциясы, рекреативтік функциясы. Әр функцияның атқарар қызметі, көпшілікке берер үлгісі, әкелер пайдасы туралы тарқатар болсақ әрқайсысы бірнеше кітап болмақ, дегенмен де бүгін ұлттық бұқаралық ақпарат құралдарымыздың ұйымдастырушылық функциясын нысанаға алмақпыз. Бұл функцияның басты қызметі ұйымдастыру, топтастыру, барлық елдің назарын бір арнаға тоғыстыру. Аталмыш функция қоғамның өзін-өзі ретке келтіруі, қалыпқа түсуі бұқаралық ақпарат құралдарының қатысымен тікелей байланысты екенін сипаттаушы.

 Азаматтық қоғам тек журналистика арқылы ғана мемлекеттік, тұрмыстық мекемелер мен қоғамдық ұйымдарға ықпал ете алады, қабылданған мемлекеттік шешімдерді қайта қарауға, қажетті шешімдер мен қаулыларды қайта қабылдатуға ұсыныс білдіре алады. Осы функция арқылы халық әр түрлі қызығушылықтар бойынша топтасады, мысалы: саяси, экономикалық, кәсіби, мәдени, т.т.

 Ұйымдастырушылық функция әр саяси партияның баспасөз қызметінің жұмысқа кірісуіне ықпал етуші, сол арқылы партиялар өздерінің жоспарлы бағдарламаларын жүргізіп, партия қатарын жаңа мүшемен толықтырады, қоғамды партияның рөлін мойындатуға күреседі. Халық бұл жерде БАҚ-тың бұл функциясын өздерін танып білу жолындағы өте маңызды ақпараттық тірек ретінде есептейді. Мысалы, Қазақстан Коммунистік Халық Партиясының баспасөз қызметі партия жұмысын үнемі жариялап, жыл бойы тоқтамай халық назарын аударатындай іс-шаралар ұйымдастыруына байланысты Парламент Мәжілісіне бір жылдың өзінде жеті азамат депутаттыққа сайланды.

 Әлеуметтанушылардың пікірінше егер қоғамды адам организмімен салыстырар болсақ, онда журналистика жүйке жүйесінің рөлін ойнар еді, адамды ақпаратпен қамтамасыз ете отырып, ол кім? Ол нені қалайды? Мақсатына жету үшін не істеу керек? деген сияқты сұрақтарға жауап беруіне ықпал етеді. Қазіргі күнгі түсінік бойынша ақпарат қалыптасқан субъект үшін жанама, елеусіз емес, керісінше субъектілердің қалыптасуын реттейді. Анығында адамдықтың негізі әр түрлі таралымды ақпарат арналарының (ұйымдастырылмаған, сұрапыл немесе ұйымдастырылған байланыстар) көмегімен ғана шындалады, өйткені тек сол арналар ғана адами қоғамды байланыстан тысқары ете алады, себебі әрқайсымыз жеке тұлғамыз, және өзімізді тек байланыстың, қарым-қатынастың арқасында жеке индивид екенімізді жариялай аламыз, ақыры қоғамдық жеке тұлға болып шыға келеміз, сөйтіп орта, қоғам құрылады.

Міне, осыған байланысты демократиялық қоғамда «бұқаралық ақпарат құралдары» термині қолданылады, «бұқаралық делдал» сипаттайды. Бұл туралы нақтырақ В.М Владимиров былай дейді: «Бұқаралық ақпарат құралдары – бұл өзі бәрін түсініп, іс-әрекет жасау керектігі туралы білетіндер мен білгісі келетіндер арасындағы бұқаралық делдал». Журналистика бүкіл қоғамда тігінен де көлденеңінен де азаматтар мен билік өкілдерінің арасындағы әмбебап байланыстың арнасы ретінде рөл ойнайды және де жалпы мемлекеттік механизмнің барлық құрама бөлімдеріне оң әсер етеді.

Артикуляция функциясы (билік өкілдеріне халықтың көзқарасын жеткізу) және корреляция функциясы (журналистиканың көмегімен белгілі бір сұраққа әр түрлі көзқараста келісу ) басқа ештеңе де жоқ, сөйтіп журналистика өзінің ұйымдастырушылық функциясын тікелей орындауда.

 Сондай-ақ бұқаралық ақпарат құралдарының ұйымдастырушылық функциясы халықтың әл-ауқатын көтеріп, әлеуметтік жағдайын жақсартуға халықты жұмылдырып отырған қозғаушы күш. Халықты өте үлкен қызығушылықпен жақсылыққа, бірлікке, еңбек сүйгіштікке шақыру қабілеті бар. Мысалы, 2007 жылы Республикамызда бұрын соңды болмаған Ұлттық Қоғамдық «Алтын Жүрек» сыйлығы жобасы бастау алды. Аталмыш жоба арқылы көрермен қауымды, соның ішінде кәмелеттік жасқа толмаған өскелең жас ұрпақты бауырмалдыққа, кеңпейілділікке, жомарттыққа баулу. Халқымыздың әлеуметтік жағдайын жақсартуға ел болып атсалысуға шақыру. Бұл Ұлттық Қоғамдық «Алтын Жүрек» сыйлығын табыстаудағы мақсат – ұйымдар мен жеке тұлғаларға қоғам дамуына игілікті ықпал ететін қайырымдылық саласын дамытқаны, әлеуметтік маңызы бар істерді жүзеге асырғаны үшін қоғам атынан алғыс айту. Мүмкіндігі шектеулі, ауру жандарға, жетімдерге, көмекке мұқтаж жандарға көмек қолын созу жолында өз күші мен қаржысын, тіпті өмірін аямайтын тұлғаларды марапаттау әрі алғыс айту сыйлықтың міндеті. «Алтын Жүрек» сыйлығы Қазақстандағы қайырымдылықпен айналысатын жандарды біріктіреді, бір арнаға тоғыстырады. «Алтын Жүрек» сыйлығының міндеті: Қазақстандағы қайырымдылық саласын дамыту, өзара жәрдемдесу мен меценаттық дәстүрдің жаңғыруына ықпал ету, көпұлтты Қазақстанның рухани әрі мәдени құндылығының дамуына қоғам назарын аудару, қоғам санасында қазіргі қазақстандық меценат пен қайырымды жандарының идеалын қалыптастыру, меценаттар мен қайырымды жандарға әлеуметтік маңызы бар мәртебе түрінде имиджін қалыптастыру. Бюджет қаржысы аздық ететін мемлекеттің, қоғамның әлеуметтік және мәдени бағдарламаларына меценаттар мен қолдаушылардың назарын аудару, аталмыш бағытта инвестицияны ынталандыру.

 Жер бетінде адам өмірінен асқан құндылық жоқ. Дүниеде көмекке мұқтаж адамдардың өмірлерін сақтауға және олардың өркендеуіне өз уақыты мен білімін, бар мүмкіншілігін толықтай арнау, адамзат баласының амандығы үшін қызмет ету, тіпті, сол жолда өз өмірін тәуекелге арту – ізгілік атаулының биік шыңы. Қай заманда да өз тағдырын өзгелердің бақыты үшін құрбан ету қайырымдылықтың ең үздік үлгісі болып есептелген. Жасаған жақсылығың үшін ешбір ақы сұрамай, халықтың алғысына бөлену, жан аямай еңбек ету өзгелер тарапынан зор құрмет туғызатыны ақиқат. Қазақстандағы қайырымдылық һәм меценаттық дәстүрлерді қолдай, әрі дамыта отырып, «Бауыржан» қайырымдылық қоры жыл сайынғы Қоғамдық Ұлттық «Алтын Жүрек» сыйлығын тағайындады. Ол жеке тұлғалар, ұйымдар, мекемелердің қоғам дамуына баға жетпес әсерін тигізетін, әлеуметтік маңызы зор іс-шараларын, қайырымдылық майданындағы ізгі ниетті еңбектерін бағалауды көздейді. Бұл сыйлықтың негізгі мақсаты – дәл қазіргі уақытта, терроризм мен аймақтық қақтығыстар, зорлық-зомбылықты насихаттау ғасырында, дәстүрлі құндылықтар мен гуманитарлық идеалдардың құнсыздануы заманында барша адамзат баласына қызмет етуді өз өмірінің мұратына айналдырған жандарды табу және олардың еңбектеріне әділ баға беру. Біз бәріміз бір ғаламшарда тұрамыз һәм біздің тағдырымыз да ортақ. Біз өз күшімізді біріктіріп, қорқыту, үркіту, күш көрсету саясатынан бейбіт өмір мен өзара түсіністік ымырасына қол жеткізуге тиіспіз. «Алтын жүрек» сыйлығы Қазақстандағы барлық қайырымды азаматтардың бірігуіне жол ашуда.

Сыйлықты тапсыруды қолға алған негізгі ұйымдастырушылар - «Бауыржан» қайырымдылық қоры және де қолдау көрсетушілер Қазақстан Республикасының Президент әкімшілігі, «Тassay» сауда маркасы, «31-арна» медиа-холдингі және KCell компаниясы өкілдері. Сонымен қатар осы жобаны ұйымдастырушылар өзара байланыс жасап, жоспарды іске асыру жолында өздерінің ұйымдастырушылық қасиеттерін де шындай түседі және тәжірибесін молайтады. Жоғарыда аталған шараны ұйымдастыру мақсаты мен міндетіне зер салып, біз Ұлттық Қоғамдық «Алтын Жүрек» сыйлығы - ұйымдастыру шеберлігінің шыңы деп үлкен баға бере аламыз. Неге десеңіз, бұл өзге жобаларға форматы жағынан да, қатысушылардың белсенділігін арттыру жағынан да ұқсамайды, халықтың назарын тұрақтылығы мен ауқымдылығына байланысты жаулап алған. Міне, журналистиканың ұйымдастырушылық функциясының өз қызметін атқару жолындағы шеберлігі мен нәтижелі жұмыс барысына бір дәлел осы.

**Бердіқожаева С.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының 4-курс студенті

Ғылыми жетекшісі: **ф.ғ.к., доцент Жақсылықбаева Р.**

**Қазақ баспасөзіндегі аударма мәселелерінің жазылуы**

 Бүгінгі таңда мәтіндердің орыс тілінен аударылуы хақысында, нақтырақ айтқанда дұрыс аударылмау салдарынан қазақ тілінің өзіндік көркемдігі жойылып, сапасы төмендеп бара жатыр. Осы мәселе қазақ баспасөз беттерінде жиі көрініс тауып жүр. Аударма мәселелерінің өзін тұтастай қарау қиындау болар, сол себепті тақырыпты ашу үшін аударма мәселелерінің өзін: аудармадағы терминдер мәселесі (салалық терминдердің бірізді болмауы, т.б.), аудармадағы тұрақты тіркестер, сөз тіркестері мәселелері деп атап көрсетуіміз қажет.

Аудару кезінде сөйлемнің синтаксистік құрылымының бұзылуы да жиі кездесетін мәселе. Аударманың жалпы теориясында аударма нормасы деген ұғым бар. Аударма нормасын бағалау жұмысы осы ұғым негізінде жүзеге асады. Демек аударма сапасына қарай қойылатын талаптардың жиынтығы - аударма нормасы деп аталады. Аударма сапасы аударманың түпнұсқаға мағыналық жақындық деңгейімен, түпнұсқа мен аударма мәтіндердің жанрлық-стилистикалық сипатымен, аудару вариантын таңдауға әсер ететін прагматикалық факторлармен анықталады [1].

Осы орайда баспасөз беттеріндегі аударма мәселелері жиі көтеріліп жүр. Мұндағы басты себеп - сауатсыз аударма. Мәселен, «Егемен Қазақстан» газетіне шыққан «Халықаралық құжаттар тілінің сапасы төмен. Неге?» атты мақалада жазушы М. Айымбетов маңызды құжаттардың ең алдымен орыс тілінде жасалып, кейін мемлекеттік тілге аударылуын, аударылғанда да сапасы төмен аударылуын айтады. Жазушы «Мемлекеттік тілдегі халықаралық құжаттарды аударушылардың басты кемшілігі – ратификация мазмұнына орайлас заң мәтіндерінің нормалық, терминдік қолданыстарын ескермеуі», - деп көрсете келе, күшіне енетін құжаттардың мәтіндерінде заң терминдерінің бірізділігінің сақталмайтындығын айтады. Мысалы залал, зиян, нұқсан, қауіп, білікті, құзырлы, өкілетті, уәкілетті, ғаламдық жаһандық сөздері бір құжаттың өзінде әр түрлі нұсқаларда алынып, құжат заңды күшіне енгенде қиындықтар туғызып отырғандығы да айтылған [2]. Яғни, мұндай қателіктерге жол беріп отырған тікелей құжатқа жауапты кісілер мен аудармашылар. Оның себебі бүгінгі таңда аударма бизнеске айналып кеткендігінен болса керек.

Бұл туралы «Алматы ақшамы» газетіне ағымдағы жылдың маусым айында шыққан «Алматыда аударма бизнесі дамып келеді» атты мақаладан ақпарат алуға болады. Ондағы келтірілген статистикалық деректер бойынша ақшамдағы аударма қызметінің нарығы жылына 500 млн. теңгені құрайды. Қазір бір айлық табысы 300 мың теңгені құрайтын 127 әр түрлі аударма бюролары мен агенттіктері бар. Журналистің зерттеуінше қалада аударма бизнесін ұйымдастыру өте оңай екен. Бұл ретте «клиенттерді» тартуда интернет сайттар, әлеуметтік желілер септігін тигізсе керек. Дербес аудармашылар қызметіне көбіне жеке меншік агенттіктер, компаниялар жүгінетін көрінеді. Жергілікті аудармашылар тапсырысқа түскен жеке адамдардың құжаттарын аудару, экономикалық, техникалық және басқа да салалардағы іс-қағаздарды тәржімалап, бір бетіне 1мыңнан 4.5 мың теңгеге дейінгі сомада нәпақы алады [3]. Жеке меншік кәсіпорындар мен аудармашылар арасындағы мұндай қатынастың құжаттар сапасының төмендігіне тікелей әсер етуі мүмкін.

Мерзімді басылымдар бетінде телевизияның тіліне де қатысты сын мақалалар жазылып жүр. Журналист, сыншы М. Кенжебай тележурналистердің сөз саптауына қатысты мына стилистикалық қате құрылған сөйлемдерді мысалға келтіреді: «Экспортқа шығару 500 миллион теңгені құрады («Қазақстан» 17.11.2012). 2 метрді құрайтын шырша («Хабар» 24.11.2012). Қарыз 132 млрд. долларды құрады («31» канал, 25.10.2012). Оның зейнетақысы 40 теңгені құрайды. Метроның жолақысы 80 теңгені құрайды. Биіктігі 2000 метрден астамды құрайтын шыңды бағындырды», - деген секілді кеңінен тарап кеткен сөйлем құрау жүйесіне көңілі толмай, «Қазақша сөз саптау кезінде қара бақырға қажеті жоқ «составляет», «покорил», «ожидается» дегендерді орысшадан «құрады», «құрайды», «бағындырды», «деп күтілуде» деп аударып отырудың түкке қажеті жоқ. Міне, осы «құрады», «құрайды», «бағындырды», «бағындырады», «деп күтілуде» тілімізді әбден ала-шұбар, топалаң тигендей қып бүлдіріп жіберді», - деген пікір айтады.

Көріп отырғанымыздай бүгінгі таңда аударма мәселелері баспасөз беттерінде өте орынды қозғалып жүр. Сол себепті де қоғамға қазақ тілін дұрыс насихаттау үшін қазақ тіліндегі аударма мәселелерін зерттеу маңызды.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

1. Мұсалы Л.Ж. Аударманың нормативті аспектілері //ҚазҰУ хабаршысы, 2011, №4 (134).
2. Айымбетов М. Мемлекеттік құжаттар сапасы төмен. Неге? //Егемен Қазақстан, 2011. (№264/265).
3. Аймахан Қ. Алматыда аударма бизнесі дамып келеді //Алматы ақшамы, 2013. 25 маусым. ( №79).
4. Кенжебай М. Аудармамен сөйлейтін ауыздар // Түркістан, 2013. 17 қаңтар (№ 2).

**Bastaubayeva A.Z.**

Chonnam National University

 PhD

**Energetically strategy of the republic of kazakhstan**

 Nowadays many issues to take care and find solutions, one of them energetically strategies of every country. The Republic of Kazakhstan is not exception, one of the important issues energy policy. All over the world attentively watches the prices of energy types, counting exhaustible reserves of energy and want to set control in oil-producing countries. But from year to year there are new ways of using alternative ways of energy. As a importer country of oil and gas, our government monitor development.

There are several types of energy we use for example coal, oil, gas, uranium and alternative energy sources, we are among ten biggest in the world. Kazakhstan owns large reserves of energy resources, and therefore the energy policy of Kazakhstan has influence over the world's overall energy supply. Although Kazakhstan has not described itself as an energy superpower, Kazakhstan's president [Nursultan Nazarbayev](http://en.wikipedia.org/wiki/Nursultan_Nazarbayev) has claimed Kazakhstan will become a factor of [energy security](http://en.wikipedia.org/wiki/Energy_security) in Asia and Europe [1]. Kazakhstan has a strategic geographical location to control oil and gas flows from [Central Asia](http://en.wikipedia.org/wiki/Central_Asia) to East ([China](http://en.wikipedia.org/wiki/China)) and West ([Russia](http://en.wikipedia.org/wiki/Russia), global market). Kazakhstan is a partner country of the [EU](http://en.wikipedia.org/wiki/EU) [INOGATE](http://en.wikipedia.org/wiki/INOGATE) energy programme, which has four key topics: enhancing [energy security](http://en.wikipedia.org/wiki/Energy_security), [convergence](http://en.wiktionary.org/wiki/convergence) of member state [energy markets](http://en.wikipedia.org/wiki/Energy_market) on the basis of [EU internal energy market](http://en.wikipedia.org/wiki/Internal_energy_market) principles, supporting [sustainable energy](http://en.wikipedia.org/wiki/Sustainable_energy) development, and attracting [investment](http://en.wikipedia.org/wiki/Investment) for energy projects of common and regional interest [2].

 Studies of the wind power potential in some areas of Kazakhstan, carried out under a UNDP wind power project, demonstrate a good wind environment and conditions for construction of a wind power station. Those areas can be viewed as places for construction of a wind power station by 2015. Availability of a free space in the wind areas allows bringing the capacity of the wind power station up to thousands of megawatts. Studies of the power sector future capacities in Kazakhstan based on computerised models showed that with the growing prices for power resources, investment in upgrades and renovation of generating facilities, the wind power demand in the electrical power market will be about 300 MW by 2015 and 2,000 MW by 2024.

 The demand for wind power in southern and western Kazakhstan will appear as soon as by 2015 due to gas price growth. Importantly, use of renewable energy sources in electrical power production reduces greenhouse gas emissions and discharges of hazardous substances by the power industry. However, today the wind power resources of Kazakhstan are hardly used in the electrical power market – like other kinds of renewable energy sources. The cost of energy produced by wind power stations depends on many factors, including the wind potential value, wind power station capacity, construction costs, and financing expenses. For places with good wind conditions, the cost of electrical power produced by wind power stations may be 5-7 eurocents per kWh during the investment payback period. As the cost of equipment goes down, electrical power produced by wind power stations will get cheaper, too – down to 4-6 eurocents per kWh, which is comparable to the cost of electrical power produced by new power stations [3].

 Legal Mechanisms of Providing Support for Renewable Energy Sources includes: An analysis of legal mechanisms for renewable energy sources showed that the following types of support are used in the world: the feed-in tariff. This legal mechanism binds power suppliers to purchase electrical power produced from renewable energy sources at a fixed price which ensures economic independence of renewable energy sources. Examples of such legislation on renewable energy sources include Germany, Spain, Denmark and China. In Germany, the electrical power tariff for wind power stations is about 7 eurocents per kWh. Advantages of this regulation include simplicity, transparency, guarantees for investors. Downsides of this kind of regulation include: additional charge for renewable energy is to be made by power consumers who receive electricity from the network connected to renewable energy sources – this may result in an unbalanced distribution of additional charges between consumers and lack of a market-based approach to the regulation of renewable energy sources [6].

Another mechanism for regulation of renewable energy sources includes quota obligations for renewable energy, or renewable energy certificates. The obligation covers either consumption of electrical power (via suppliers and sellers) or production (power producers). To help meet the obligations, renewable energy certificates are offered, with appropriate conditions for their purchase and sales. The certificates prove power supply to the network from renewable energy sources and allow setting up a renewable energy accounting system and making sure that the obligations are followed. Renewable energy sources get an opportunity to sell power and renewable energy certificates in the market, which ensures their profitability. The obligation and certificate mechanism encourages projects with a low cost of electrical power because they gain a market advantage and have an opportunity to control the general cost of introducing renewable energy sources to the market. Under such regulation, the additional cost of renewable electrical power is distributed to all power consumers. Quota obligations and the certificates are a well-proven system which enhances the renewable energy market development. Still, this system is more difficult to manage, and renewable energy projects may incur certain risks in the certificate market. Quota obligations for renewable energy and the certificates are used in England, Sweden, Poland, and the United States.

 In conclusion, as you can see above republic have a very big potential to use natural resources, but also develop alternative types of energy, to develop new ways using natural resources. The national power policy aims to: ensure continuous supply of electrical and heating power to the people, improve effective use of power resources and provide appropriate conditions for transition of the national economy to the energy-saving development track, ensure a continuous market-based development of the electrical power complex and improve its economic efficiency, increase the export potential of electrical power.

**Досымшалова Г.Е.**

ЮНЕСКО, халықаралық журналистика

 және қоғаммен байланыс кафедрасының

1-курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: **ф.ғ.д., профессор Шыңғысова Н.**

**Дәстүрлі БАҚ және жаңа медиа**

Жаңа медиа ХХ ғасырдың соңында фильм, суреттер, музыка, ауызекі және жазбаша сөз тәрізді дәстүрлі медианы қамтитын компьютер мен коммуникациялық технологиялардың, компьютермен лайықталған құрылғылар мен Интернеттің интерактивті қызметтерін танытатын медиа ғылымда пайда болған термин. Бұл ұғымның ауқымы өте кең. Мысалы, жаңа медиа медиа контентке жататын барлық мәліметтерге кез келген уақытта, әртүрлі компьютерлі құрылғылардың көмегімен қол жеткізіп, пікірлесуге, жаңа мәлімет енгізуге және бірнеше адамның бірігіп, ақпарат түзуіне мүмкіндік беруді де сипаттайды. Жаңа медианың келесі бір қыры медиа контентті жариялау, тарату, тұтыну және әзірлеудегі еркіндіктің берілуімен құнды. Жаңа медианың дәстүрлі медиадан айырмашылығы контенттің сандық форматта бит өлшемдеріне дейін ұсақталуында жатыр. Сонымен қатар жаңа медиада контент онлайн режимде де қарқынды түрде әзірленуімен ерекшеленеді. Сондықтан да жоғары сапалы сандық тәсілмен плазмалы теледидардан бағдарламаның көрсетілуі әлі де дәстүрлі медиа болып саналады да, ал қарапайым рок әншілердің интернеттегі сайттарынан тыңдармандардың әндерді жүктеп алып, пікірталқы ұйымдастыра алатын болса "жаңа медиаға" жатады. Алдымен «медиа» сөзіне тоқталсақ, ол ақпарат беру деген мағынаға саяды. Ескі заманда тас бетіндегі жазбалар болса, олар кейінгі заманда қағаз бетіне түсті, одан соң дауысты жазып алу мүмкіндігі пайда болды. Кешегі ғасырда адамды суретке және бейнетаспаға түсіруге қол жеткізілді. Осы жазбалардың барлығы тарату үшін жазылды. Аталмыш ақпараттарды «медиа» деп атаймыз. Медианың ескі және жаңа түрлері пайда болды. Ескілері – жоғарыда айтып өткендерім. Ал жаңасы – интернетке қатысты. Ескі медианы «дәстүрлі медиа» деп те атайды. Жаңа медиа блог, блогшы, сайт деген ұғымдарды өмірге әкелді. Соңғы жылдары сәнге айналған блогшылар, блог дегенді дәстүрлі медианың журналистері жете түсінбегендіктен бе, көпшілігі дұрыс қабылдамады. Жалпы, «блог» деген ұғымды Қазақстанға ең бірінші алып келген Орта Азия елдеріне арналған «Neweurasia.net» блогындағы қазақ тіліндегі хабарлардың үйлестіруші-редакторы, «Мінбер» журналистерді қолдау орталығының жауапты хатшысы Асхат Еркімбай болатын. Біздің мақсатымыз осы интернеттегі сайт немесе блогтарды тиімді пайдаланып, халыққа дұрыс насихаттарды жеткізу.
 Енді ҚМДБ-ға қарасты сайттарға көз жүгіртетін болсақ, «Muftiyat.kz» сайтының төменгі жағында әріптес сайттардың тізімдері келтірілген. Өз басым сайттарды мінеп, сынағым келмейді. Жазбамды ол үшін арнағаным жоқ. Мақсатым – сан емес, сапаға көшуді ұсыну. Себебі сол жердегі сайттардың көпшілігінің оқырманы өте аз. Не себепті? Енді осы жағдайдың басты себептеріне жеке-жеке тоқталып өтсем. Өйткені, бұл біздегі жаңа медианың дамуына тосқауыл болып отырған жайттар болып табылады.
1. Сауатсыздық. Дәлірек айтқанда, ІТ сауатсыздық. ІТ дегеніміз – ағылшынның «Information Technology», яғни «ақпараттық технология» деген сөзінен қысқартылып алынған сөз. Осы жерде ІТ сауатсыздық туралы Асхат Еркімбайдың сөзін келтіре кетсек: «Ең үлкен мәселе сол  – ІТ сауатсыздық. Қазіргі күні адамдар «майл.руды» білсем, интернетті білем деп ойлайды немесе вордта, екселде жұмыс істеп отырса, компьютерді білем деп ойлайды. ІТ сауаттылық деген не? ІТ сауаттылық дегеніміз – компьютердің ішіндегі бағдарламаны өзіңнің жұмысыңа бейімдей білу. Қарапайым «gmail» поштаны өзіңнің жұмысыңа бейімдеп, жез қоңырауды жасап қою. Яғни интернеттегі бағдарламаның жетегінде кетпе, қайта сен оны өз жетегіңе ал. Сауаттылық деген осы». ІТ сауаттылық жөнінен Қазақстан өте төмен деңгейде екен. Зерттеулер бойынша, Қазақстан оқу-жазу жөнінен дүниежүзіндегі ең сауатты он елдің қатарына кіргенімен, ІТ сауаттылық бойынша біз Африка елдерінің деңгейінде тұрмыз.
2. Сапа. ҚМДБ-ға қарасты сайттар бастапқы уақытта сапаға мән берген жоқ. Бұл жерде тек ҚМДБ сайттары жайлы сөз қозғаған да орынсыз деп ойлаймын. Себебі елімізде әлі күнге дейін көптеген газет-журналдардың жеке сайттары жоқ және сайттардың сапасына көңіл бөлмейтіндер қатары аз емес.
3. Көшірумен айналысу. Мүфтият сайтында тың жаңалықтар, мақалалар жарияланып тұрады. Әсіресе, төл басылымдарымыз – «Ислам және өркениет» газеті пен «Иман» журналындағы материалдар басылып жатады. Ал басқа сайттар сол мақаланы көшірумен айналысып жүр. Әрине, сайт иесі қазаншының өзі болғандықтан, сайтына не саларын өзі біледі. Бірақ, сайттың өзінің жеке материалдары болмай, көбіне көшіріп отырсаңыз, сіз оқырманнан айырыласыз. Сіздің сайтыңызға кірген оқырман соңғы жаңалықтарға қарап шығады. Қараса, басқа сайтта бар мәліметтер көшірілген. Демек ол оқырман енді сіздің сайтқа кірмеуі мүмкін. Себебі жаңалықты негізгі ақпарат көзінен оқыса да болады.
4. Сілтеме мен гиперсілтеменің айырмасын да білген жөн. Жарайды, басқа сайттан көшірдік делік. Ол кезде міндетті түрде сілтемесін жазу керек. Сілтемеде материалдың алынған орны, яғни сайты жазылады. Ал кейбір сайттар гиперсілтеме болуын талап етеді. Гиперсілтеме дегеніміз – сол жазылған сілтемені басу арқылы ақпараттың негізгі орналасқан жеріне өткізетін сілтеме.
5. Сайтты немесе блогты жаңартпау. Сіз сайт немесе блог ашқан соң, оны міндетті түрде жиі жаңартып отыруыңыз шарт. Қоғамда сауаттылық артқан сайын адамдар өзіне керекті сайтты ғана оқитын болады, өзіне керекті нәрсені ғана іздейді. Діни сайттар қазіргі күні көбейіп келеді. Дегенмен, адамдар оның барлығын оқымауы мүмкін. Негізі сан сапаға ұласады. Ал ол контенттің сапасын арттыра түседі. «Қазір, иә сан көп, сол сан бірте-бірте сапаға алып келеді. Нәтижесінде қоғамда сапалы ақпарат пайда болады. Өзара бәсеке күшейеді. Мысалы, екі адам экономиканы жазатын болса, біреуі үш күнде бір жаңаласа, біреуі екі күнде жаңалайды. Мен екі күнде бір жаңалайтынын жиі оқитын боламын да, аптасына бір рет жаңалайтынды мүлде оқымайтын боламын. Сөйтіп, сан сапаға ұласып, интернетте виртуалды бәсеке орнайды. Бұл жақсы үдеріс. Сондықтан, біз қазір блог деп айтып жүргеніміз де сол. Блог көбейсін, сан көбейсін, сан сапаға алып келеді. Сайт ашсаң да, сондай болады», – дейді Асхат Еркімбай.

6. Сайтты не блогты көбіне өткен-кеткен іс-шаралармен толтыру. Қазіргі діни сайттарды бақылап шығар болсақ, көбінесе әр жерде болған шаралар туралы ақпараттарды көресің. Оны жазба деп айта алмаймыз. Әрине, халық мешіттің тыныс-тіршілігімен таныс болуы қажет. Бірақ оқырман негізінен танымдық, талдамалы, қызықты материалдарды оқуға құмар. Менің бұл сөздерімді біздің «Kattani.kz» сайтына келіп түскен мыңдаған пікірлер қуаттайды.
7. Уағыз-насихат жазғанда, тақырыпты таңдай білу керек. Тақырып демекші, сайтыңызда басқа сайттың қозғаған мәселесін қозғаудың қажеті жоқ. Өз облысыңызда, қалаңызда қандай мәселе өршіп тұрса, сайттағы жазбаларды да сол мәселелерге арнай білу керек. Сосын интернеттегі жазбалар газет-журналдағы мақалалар секілді емес. Газетті беттеп оқи бересіз. Ал интернеттегі мақала ұзыннан-ұзақ төмен қарай созыла береді. Осы себепті қысқа да нұсқа, нақты жазуға тырысқан дұрыс.
8. Сайт жасаған соң, оқырманның жағдайын жасауға тырысу қажет. Соның бірі – сайттың «wap» нұсқасын жасау. Яғни сайтты телефоннан оқи алатындай етіп қою. Себебі қазір қалта телефонын қолданбайтын адам жоқ шығар. Олардың көпшілігі компюьтерді қосып, интернетке кірмесе де, қалта телефоны арқылы кіруі мүмкін. Мысалы, сайттарды шарлап, қала берді блогшылардың жазбаларын оқу үшін бір күн кетеді. Ал енді осының бәріне қалай уақыт табамыз деген сұрақ туындайды. Күнделікті жазбаларды оқу үшін бір күнгі уақыт кетсе, кім жұмыс істейді? Бұл жерде жаңа медиа құралды дұрыс пайдалана білу жеткілікті. Мысалы, мен өзім автобуста кетіп бара жатып та, телефон арқылы интернетке кіріп, жазба жазып, поштамды бірден тексере аламын. Демек, интернетпен жұмыс істеудің өзінің бір әдебі бар. Сайттардағы RSS-тер адам жұмысын жеңілдетеді, мәселен бізге әрбір сайттың адресін ашып кіру керек емес, оларды е-поштамызға тіркеп қоюымызға болады. Онда қалта телефонымыздағы жеке поштамызға басылымдар мен сайттардың жаңа мақаласы келіп түсіп тұрады.

 [Wikipedia](http://kk.wikipedia.org/wiki/Wikipedia) - онлайн энциклопедиясы жаңа медиа құбылысын түсіндірер жақсы мысал. Оған тіркелген қолданушылар бірігіп, бірнеше редакторлар мен демеушілердің қатысуымен интерактивті қауымдастық құрылып, сілтемелер арқылы жалғанған мәтіндер, суреттер мен видеолар жариялайды. "Жаңа медиа" деп суреттелетін көптеген технологиялар әдетте манипуляциялайтын, желіде жұмыс істейтін, сығымдалған, интерактивті сандық форматта болады. Оның кейбір үлгілеріне Интернет, сайттар, мультимедиалы компьютер, компьютер ойындары, CD-ROM-дар және DVD-лар жатады. Теледидар бағдарламасы, көркем фильм, журнал, кітап немесе қағазда жарияланған мәліметтің сандық форматта графикасы, интернет сілтемелері бар интерактивті қызметтері болмайынша жаңа медиаға жатпайды. Заманауи коммуникациялардың мәселелері жөніндегі мамандар дәстүрлі ақпарат құралдары мен азаматтар арасындағы қарым-қатынас өзгере бастады деп санайды. Нәтижесінде олар «Біз – БАҚ» деп аталған жаңа құбылыс пайда болды дейді. Журналистикадағы осындай трансформациялар географиялық тұрғыдан бір-біріне алшақ болғанымен технологиялық тұрғыдан біте қайнасқан Интернеттегі әлеуметтік желілер арқылы жаңалық пен мәліметтерді жариялауға, сараптауға және таратуға мүмкіндік береді. Ақпараттық технологиядағы инновациялар әлемді демократиялық БАҚ дәуіріне көшіріп әкелді. Әрбір адам жаңалықтар мен мәліметке қол жеткізіп әлдебір журналистік жобаның құрушысы немесе оған қатысушысы бола алады. Нәтижесінде жаңалықтар соңы немен тынары белгісіз дәстүрлі емес тәсілдермен таралуда.Осыдан төрт жыл бұрын қоғамға ықпалы орасан болатын мәліметтер мен жаңалықтар жасауға азаматтардың өздері тікелей қатысатын әрі оның мазмұны күллі ғалам үшін ашық әрі қолжетімді болатын жағдай қалыптасып келе жатқанда құбылысты сипаттауға әрі жоғарыдағы сауалдардың жауабын түсіндіру үшін Медиа орталық «Біз – БАҚ» деген ұғымды таныстырған еді.Сондай құбылыстың бірі – Google іздеу торабы. Оның мақсаты әлемдік ақпаратты жүйелеу, яғни адамдарға өздері өмір сүріп жатқан әлемді ретке келтіруге көмектесу. Адамдарда өз қажеттіліктерін өтейтін мәліметті іздейтін, табатын мүмкіндіктері бар. Билік немесе ақпарат таратуды өздеріне меншіктеп алған үстемділер енді адамдардың қандай мәлімет тұтынып, жаңалық тыңдайтынын басқара алмайды.Тағы бір құбылыс – блогтар деп аталады. Бұл виртуалды күнделіктер ойларды жарыққа шығарып, әлемдегі адамдарды жақындастырады. Global Voices [http://globalvoicesonline.org] тәрізді сайттар өзіндік болмысын сақтай отыра бірінші жақтан баяндалған қарапайым азаматтардың ойларын жинастырады. Оның күші аса қуатты болғаны сонша блогосферадағы журналдардың тек төрттен бірін, яғни 25 млн. қадағалап отыратын Technorati [http://www.technorati.com] тәрізді сайттар пайда болды.Үшінші құбылысқа халықаралық спутниктік телеарналардың дамуын жатқызамыз. Бұқаралық ақпарат құралдарының демократиялануы мәдени сананың барлық түріне есігін айқара ашты. Бағасы онша қымбат емес сандық технология мен спутниктік көрсетілім арқылы 70-тен аса халықаралық арналар шекараларды кесіп өтіп әлемнің шет-шетіне жаңалықтар мен әр түрлі көзқарастағы адамдардың пікірлерін таратуда. Үкімет есебінен қаржыландырылатын BBC компаниясы 43 тілге аударылған, 100 млн адамды қамтитын жүздеген арнасы мен сайты бар жаңа үлгідегі Британия империясын құрды. Al Jazeera тұрақсыз да қауіпті араб әлеміне еркін ақпарат құралымен бірге жаңа ойды да ала келді. Өз ықпалын күшейту үшін, 2006 жылдан бері Al Jazeera тәулік бойы ағылшын тілінде де хабар таратуда.«Біз – БАҚ» деген сөз тіркесі сонымен қатар ауыз екі тілдегі сөздің қуатын танытатын жеке ақпарат құралдарын пайдалануды да білдіреді. 2005 жылдың соңында 2 млрд адам, яғни Жер шарының үштен бірінде ұялы байланысты телефон болды. Жыл сайын шамамен әлемде 800 млн. жаңа ұялы байланыс телефондары сатылады. 2008 жылдан бастап, телефонға қондырылған сандық камера көмегімен 600 млн. адам оқиғаны суретке түсіре алады. Осы құрылғылардың көмегімен «ғаламдық контент ұрпағы» қалыптаспақ. Бұл болып жатқан оқиғаға қатысып, оны хабарлап, мазмұнын (сурет, видео немесе мәтін) таратып, жариялайтын керемет мүмкіндік береді. Ғаламдық желілер адамдарға өз ойларын, суреттерін кез келген жерде, кез келген уақытта бөлісуге, жариялауға жағдай жасады.Сонымен «Біз – БАҚ» ұғымының ең басты ерекшелігі – қатысу. Әрбір адамның оқиғаға қатысы бар. Әрбір адам оқиғаның өрбуіне, бұқараға таралуына өз ықпалын тигізеді.«Біз – БАҚ» мақала жариялаудың қалыпты қадамдарын түбегейлі өзгертті. «Біз – БАҚ» жаңалықтар индустриясындағы соңы құбылыс. Жарияланатын мақала тағдырына редакциялық нұсқаулар да, журналистік кестесі де әсер ете алмайды. Оның орнына олар бір сәтте таралған әңгіменің нәтижесіне айналып, әрі қарай дамиды немесе Интернеттегі әлеуметтік желіге сіңіп, жоғалып кетеді.Мәлімет пен жаңалықты жинау, сараптау және таратумен айналысатын азамат пен азаматтар тобы редакциямен немесе онда қызмет ететін журналистермен бәсекелеседі. Қайткен күнде де екеуі де тәуелсіз, шынайы, нақты, әртүрлі және өзекті ақпаратты беру ниетін көздейді.Интернетті тұтынушылар ақпаратқа Yahoo, MSN және Google тәрізді алыптардың көмегімен қол жеткізсе де, бүгінгі қоғамдағы ақпарат құралдарының әртүрлі болуы әлдебір институттың жаңалықтар мен идеялар ағымын бақылап отыруына мұрсат бермейді. Кезінде дәстүрлі журналистиканың босағасында тұрған «Біз – БАҚ» құбылысына қазір немқұрайды қарау қателік болар еді. Бұл үрдістің дамуына қазіргі таңда кәсіпорындар, мемлекеттік мекемелер, сарапшылар, тәуелсіз журналистер, шолушылар, журналистика факультеттері мен жаңалықтар қызметтері де атсалысып отыр. Негізгі БАҚ-тың бәрінде жаңа жобалар қаулап келеді. Бірақ олардың барлығы бір қайнардан басталған. Оңтүстік Кореяның Oh My News сайты техникалық тұрғыдан алға озған елдің саясат алаңында жиі талқыланатын мәселені шешуге ықпал етті. Сайтқа он мыңдаған азаматтық журналистер тіркелді. Oh My News ашылған соң, үш жылдан кейін Кореядағы медиа алыптар билігі мен үкіметтің ауысуы да осы жобаның жемісі деп танылды.Көнеден келе жатқан журналистика мамандығы қазіргі уақытта тарихта сирек кездесетін сәтті бастан өткеруде. Алғаш рет оның жаңалық таратудағы ғаламат күшіне өзі қызмет ететін оқырмандары мен жаңа технологиялар қарсы шықты.Бұл үдерістер журналистикадағы негізгі құндылықтар айналасында үлкен пікірталастардың тууына себеп болды. Сөзсіз әлдебір күштерге тойтарыс беру арқылы журналистика өз рөлін жаңаша бағамдауда. Пікірталастардың негізгі мәселесі бақылау, сенім және өтімді тақырыпқа арналуда.

Кез-келген азамат тілші бола ала ма? Көптеген дәстүрлі журналистер өзін журналистке телитіндерді, әсіресе блогшыларды мойындамайды. Оларды тек өз жеке бастарын ойлайтын, факті тексеру, шынайы баяндау тәрізді журналистика қағидаларын сақтамайтын әуесқойлар деп санайды. Көптеген блогшылар болса, керісінше БАҚ-ты қоғамдағы сөз бостандығынан гөрі экономикалық тәуелсіздігі мен жеке мүддесін жоғары қоятын тәкаппар элиталық клуб деп санайды. Дәстүрлі журналистер блогшыларда журналистік мамандық пен дайындық болмағанымен мақаланың редакциялық өңдеуін Интернеттің өзі жасайтынын түсіне бермейді. Бар айырмашылық редакция әлдебір оқиғаға қатысты көзқарасты көбінесе оқиғаға дейін емес, кейін айтады. «Біз- БАҚ» ақпараттық кеңістігінде азаматтар мәлімет баяндауда оны түзету мен тарату ісінде бір-біріне иек артады. Мақалалар уақыт пен тарату аймағы бойынша еш шектелмейді. Ол көптеген медиатрансформациялардан өтіп үнемі өзгеріп отырады. Материал әлдебіреуге емес, аудиторияның өзіне тиесілі болады. Мұндай тәсіл ақпаратты сұрыптаудан бұрын оны жариялауға көп екпін түсіреді. Барлық талқылаулар көпшіліктің көз алдында жүргізіледі. Дәстүрлі БАҚ болса, керісінше мәліметті оқиғаға дейін іріктейді. Редакторлар мен тілшілер ынтымақтасып жұмыс істегенімен қоғам бақылап, оған әсер ете алмайды. Өз бетінше қалыптасқан және дәстүрлі журналистика арасындағы айырмашылық олардың құрылымы мен жұмыстарынан көрінеді. Дәстүрлі БАҚ коммерциялық негізде құрылған иерархиялық ұйым ретінде қалыптасады. Олардың бизнес-жоспары жарнамадан түсетін қаржымен байланысты. Олар уақыт кестесін, қызықты тақырып пен адалдықты мықты ұстанады. Сұхбаттасуды, ынтымақтастық пен теңдікті ақшалай пайдадан жоғары қоятын желілік қауымдастықтар халықтық журналистиканы қалыптастырады. Оны жүргізіп отыру үшін әдепкі журналистік дайындығы бар адам қажет емес. Көптеген блогтар, форумдар мен виртуалды қауымдастықтар олардың көмегінсіз де сәтті жұмыс істеуде.

Кейбіреулер сандық БАҚ-тың мәліметті дәстүрлі жолмен тарату және тұтынуға енгізген өзгерістері келесі кезеңдегі коммуникациялық алыптарға жаңа іскерлік мүмкіндіктерге жол ашатын ақпараттық компаниялар арасындағы уақытша дүрлігістен де, экономикалық сілкіністен де ауқымды деп санайды. Осы сценарий бойынша басты ақпаратты жеткізуші жергілікті газеттер, теледидар, радио мен баспа журналдардың орнын Google, MSN және Yahoo! тәрізді компаниялар басуда. Дегенмен коммуникация салтанат құрған қоғам басымдыққа ие деген тұжырым ескіріп барады. Адамдар мәліметке қашан, қалай қол жеткізіп, кіммен бөліскісі келетінін өздері анықтайтын болады. Бұл орайда сандық БАҚ-тың қызметі билеп төстегісі келетін кез-келген институттың мүддесіне қайшы келеді. Бұған дейін біздің біліміміз бен алатын мәліметтеріміз өмір сүріп отырған мекенімізге байланысты еді. Бір-бірімен етене байланысқан интернет көшпенділер қазіргі қоғамда әлеуметтік қоржынын күллі ғаламды шырмап алған электронды пошта көмегімен-ақ толтыра алады.
Бұл ғасыр — технологиялар ғасыры. Елімізде ақпараттық технология жедел дамып келеді. Алдағы екі-үш жылдықта интернетті пайдаланушылар саны күрт артуы мүмкін. Алайда қазір сұранысты толық қамтамасыз етіп отырмыз дей алмаймыз, өйткені интернеттегі қазақтілді ресурстардың саны аз. Деректерге қарағанда, «kz» доменінде тіркелген сайттардың 10 пайызы ғана қазақ тілінде екен. Соның ішінде санаулы сайттар ғана тұрақты жұмыс жасап тұр. Дегенмен, 2008 жылдан бастап қазақ тіліндегі сайттардың дамуы өте қарқынды жүрді, саны көбейді, қазір қазақтілді басылымдардың жиырмадан астамының интернет нұсқасы бар. Тек мәтіндік қана емес, мультимедианы (яғни, аудио, бейне материалдарды) қоса қолданып отырған сайттарды да ерекше айтар едім. Мысалы, мультимедианы жақсы пайдаланып отырған, АҚШ қаржыландырып отырған «Азаттық» сайтының қазақтілді нұсқасы мен Stan.tv сайтын атап өтуге болады.
Соңғы жылдары жақсы дамып келе жатқан қазақтілді блогтардың көбейгендігін айтып өткен жөн. Осы жерде айтып кететін жайт, қазақтілді блогтардың көпшілігінің жүргізушілері журналистер болғандықтан, оның мазмұндық, тілдік сапасы жоғары. «Мінбер» Ұлттық интернет газетінің мұрындық болуымен бір-екі жылдан бері  қазақтілді блогтарды дамыту мақсатында республикалық семинар-тренингтер ұйымдастырылып келеді. Былтырғы семинардың нәтижесінде жаңа 87 блог ашылды, олардың ішінде тұрақты жұмыс жасап жатқандары да, тоқтап қалғандары да бар. Ал жақында Алматыда өткен тренингтен кейін тағы 25 блог жұмысын жүргізе бастады. Ертең Астанада жаңа медиа технологияны дамыту мақсатындағы тағы бір тренинг басталады. Біз осындай шаралар арқылы интернеттегі қазақтілді контентті дамытуға өз үлесімізді қосып отырмыз. Осы жерде бір мәселе бар, қазіргі уақытта 700-дей блог орналасқан [WordPress*.com-ның*](http://www.google.kz/url?sa=t&source=web&cd=3&ved=0CC0QFjAC&url=http%3A%2F%2Fyvision.kz%2Fcommunity%2F%25D0%2598%25D0%25BD%25D1%2582%25D0%25B5%25D1%2580%25D0%25BD%25D0%25B5%25D1%2582%2B%25D0%25B2%2B%25D0%259A%25D0%25B0%25D0%25B7%25D0%25B0%25D1%2585%25D1%2581%25D1%2582%25D0%25B0%25D0%25BD%25D0%25B5%2Ftag%2Fwordpress.com%2520%25D0%25B0%25D1%2588%25D1%258B%25D0%25BB%25D0%25BC%25D0%25B0%25D0%25B9%25D0%25B4%25D1%258B%2F&ei=oG4BTvfTGYfTsgbjiI2gDg&usg=AFQjCNFetsWdZP4ScBe2xRv7hJnJ7I37Jg) қазақша тұғырнамасы «Қазақтелекомның» провайдерлері қосқан интернеттен ашылмай тұр, бұл қазақтілді блогшыларға үлкен кедергі болып отыр… Негізінде мен әңгіме қылып отырған жаңа медиа технологияның болашағы зор. Батыс елдерінде дәстүрлі ақпарат құралдарын онлайн интернет ақпарат құралдары түбінде басып озады деген пікір бар. Бізде де солай болуы мүмкін…Біріншіден, ақпаратты жылдам бере алатындығымен. Телевизияда бір ақпаратты жасауға тұтас шығармашылық топ қатысады, радиода да солай, мерзімді басылым екібастан баспадан басылып шыққанша біраз уақыт өтеді. Интернет журналистиканың артықшылығы сол, оқиғаның ортасында болған адам журналистің қызметін атқара алады, яғни интернет сайттарға, олардың электронды пошталарына, редакцияларына хабарласып, ақпаратты дереу жеткізуге мүмкіндігі бар. Енді ғана бағыт-бағдарын айқындап келе жатқан жаңа медиа туралы түсінік әлі толық қалыптасып үлгерген жоқ. Сондықтан дәстүрлі журналистика өкілдері де, оқырмандары да жаңа медиаға жатсына қарайды, оны уақытша нәрсе, не еріккеннің ермегі деп санайды. Батыс елдерінде қарқынды дамып келе жатқан интернет журналистика қазір саясатқа, қоғамдық өзгерістерге, адамдардың ой-санасына ықпал ете алатын күшке ие болып үлгерді. Ал біздің елдегі медианың нағыз гүлденер кезеңі алда деуге болады. Өйткені ол ешқандай қоғамды  жатсынбай тез дамитын сала. Оның мысалы ретінде тұрақты жұмыс жасап жатқан Abai. kz ақпарттық порталы, «Мінбер» (minber.kz) Ұлттық интернет газеті, «Замандас», Маsa.kz, Bag.kz секілді сайттарды айтуға болады. Әуелгіде ой бөлісетін, түрлі тақырыптарды талқылайтын форма ретінде қалыптасқан қазақтілді сайттар қазір ақпараттық-сараптамалық материалдар беретін пәрменді ақпарат құралына айналып келе жатыр. Қазақстанда ақпараттық технологиялық саланы дамыту, интернеттендіру жақсы жүргізіліп жатқандықтан, қазіргі қоғамда мектеп жасындағы баладан бастап 40-50 жасқа дейінгілер толық ғаламторда отыр деп айтуға болады. Интернет желісі ауылдық жерлерге жеткен жоқ дегенімізбен, аудан орталықтарында интернет желілері тартылған, өз деңгейінде жұмыс жасап тұр. Яғни әртүрлі көзқарастардың, пікірлердің жиынтығы, лезде таралатын ақпараттың әлемі —  интернет-журналистиканың болашағы зор деуге болады.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Сәрсенов Ж. www және kz – бұл қандай қызмет? //Айқын, 26 тамыз 005 жыл.
2. Бораш Қ. Интернеттен именбе. //Егемен Қазақстан, 20 наурыз 2005 жыл. 12-бет.
3. <http://spectator.ru/> Смирнов Д.В. Авторские проекты как пример адекватной реализации свойств Интернета.
4. Цзя Лежун. Интернет и китайские онлайновые СМИ. Москва, МГУ, 2004. стр. 23-25.
5. <http://khabar.kz/>
6. Омарұлы Б.«Менің пірім — интернет...» //Айқын №160(612), 30 тамыз 2006 жыл. 14-бет.

**Данаева Н.**

Баспа ісі және дизайн кафедрасының

1-курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: **ф.ғ.к., доцент Әбдиева Р.**

**Елдің интеллектуалды  әлеуеті  дамуындағы кітаптың маңызы**

Қазіргі таңдағы қоғам кітап маңызына баса назар аударуда. Ол үшін еліміздің интеллектуалды потенциалының дамуы, соның ішінде олардың танымдылық және дарындылық қабілеттеріне ерекше басымдылық берілуде. Интеллектуалды әлеует түсінігі адам іс-әрекетінің интеллектуалды құрамдас бөліктерін біріктіріп, оған шығармашылық инновациялық сипат береді.

Интеллектуалды потенциалды қоғам (потенциал – латын сөзі poieпiia – күш, бір нәрсеге қабілеттілік) – бұл тарихты дамытуда  жаңа тарихи үдерістерді және оның алғышарттарын құру кезінде туындаған мәселелерді шешуде қолданылатын қоғамның инновациялық мүмкіндіктері.

Интеллектуалды тұлға қалыптастыру – білім мен тәрбиенің нәтижесі болып қана қоймай, бүгінгі күннің өте маңызды әрі күрделі де ұзақ мерзімді қажет ететін көкейкесті мәселелердің бірі. Интеллектуалды тұлға дамыту білім мен тәрбиесіз, білім мәдениетінсіз, оның адами қасиеттерінсіз дамып жетілуі мүмкін емес. Тұлға интеллектісінің кез-келген мәселесі адамдардың жан дүниесімен, қоғам мен әлеуметтік өмірдің сан алуан сырларымен тығыз байланысты.

Интеллектуалды ұлт қалыптастыруда алдымен ол қандай қасиеттерді қамтитынын анықтап алуымыз қажет. Сонымен, интеллектуалды ұлт білімді, ғылымды меңгерген тәрбиенің бастауларын толық қамтитын тұлғадан қалыптасады.

Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә.Назарбаевтың «Қазақстан Республикасының модернизациясы:  Жалпыға ортақ Еңбек Қоғамына жиырма қадам» атты баяндамасынан  әлеуметтік модернизацияның жаһандық трендтерін айқын байқауға болады. Елбасымыз баяндамасында былай дейді: «20 жыл уақыт аралығында мемлекетіміздің алдында жаңа мүмкіндіктер ашылды. Алайда, соңғы жылдары әлемдегі жағдай тыныш емес. Дағдарыс жаһандық деңгейде әлі шешімін таппаған және де әлемдік қауымдастық әлі де тұрақсыздықта тұр. Қазіргі заманғы әлемнің жағдайы барлық кемшіліктері және артықшылықтарымен тығыз байланысты болып тұр. Бұл мәселе ірі, орта және кіші мемлекет болсын барлығы санасатын шындық болуда. Бұның бәрі мемлекеттің мықты әлеуметтік саясаты болғанын қалайды. Маған әрдайым әлеуметтік мәселелерді өз бақылауымда ұстап және оларға қайта оралып отыруыма тура келеді. Менің басты  назарым – әрбір қазақстандықты ойлау болып табылады. Бұл біздің мемлекетімізде өмір сүретін азаматтардың күнделікті өмірде өздерін жақсы сезінуі мен олардың өмірінің жақсы болуы үшін керек».

Ғасыр көші ілгері жылжып, тарих беттері қалыңдағанымен, адамзаттың кітапқа деген құрметі, пейіл – ықыласы ортаймаса керек. «Артық ғылым кітапта, ерінбей оқып көруге» - деген Абай, «кітап» атты құдіреттің ғажайып күшін бойына жинап, өмірлік азық етпеп пе еді?! Кітап дейтін рухани дүниенің ұлылығын танытып, қалың жұртшылыққа жақындатып, бүгінгі таңда мемлекет басшысының қолдауымен кең қанат жайған «Мәдени мұра» аясындағы іс-шаралардың бірі - «Жылдың ең үздік кітабы» атты сайыстың өтуі. Республика көлемінде «Бір ел - бір кітап» акциясының ұйымдастырылуы да үлкен шара болып танылды. Онда оқырман аудиториясының тарылып бара жатқандығы айтылды. Теледидар, радио және интернет желілері бойынша сағат сайын, тіпті минут сайын берілетін толассыз жаңалықтар легін қанағат тұтқан жұртшылық кітап оқуды сиретіп бара жатқаны ащы да болса шындық. Дегенмен, құндылықтың бастауы – кітап екендігі де белгілі. Шекспир «Кітап маған тақтан да қымбат» - деп кітаптың құдіретіне табынса, қазақ халқы кітапты «киелі», «әулие», «қасиетті», «құдіретті зат» - деп бағалаған. «Ой маржаны кітапта», «Кітап- білім бұлағы, білім - өмір шырағы», «Кітаппен кеңес-білімдімен теңес», «Білім тозбайды, білімді азбайды» - деп, кітапты жоғары бағалап, оны қолға алып оқу үшін әсемдік әулиеге балап, «тәңір» - деп, тәу етіп, кітап сөздерін жаттап, жадына сақтай білген. Кітап - адам баласының бойына жақсы қасиеттерді қалыптастырып, рухани жан - жақты дамып, жетілуіне үлкен әсер етеді.

Жер бетінде кітаптан қызық, ғажайып нәрсе жоқ. Кітап - ғылым, ол бүкіл адам баласына ортақ. Кітап - ғылым, білім жемісін халық арасына жаюшы мен таратушы. Кітап - ақылдың кені. Өз бетімен кітап оқып, оның көмегімен үздік білім алған, сөйтіп атақты ғалым болған адамдар дүние жүзінде аз емес. Мысалы, әлемге әйгілі ағылшын физигі Майкл Фарадей бала кезінде кедейліктен оқи алмай, жұмыс істейді. Ол кітап түптеп күн көреді. Ақырында өз бетінше білім алып, дүниеге әйгілі ғалым болады. Қазақтың ұлы ақыны Абай Құнанбайұлы өз білімін өз бетімен ізденуінің, кітапты көп оқуының арқасында жетілдіреді және бірнеше тілді меңгереді, алдыңғы қатарлы ойшылдардың еңбектерімен танысады. Ұлы ақын, ойшыл дәрежесіне дейін көтеріліп, бүкіл әлемге танылады. М. Горький «Мен өз бойымдағы барлық жақсылық үшін алдымен кітапқа борыштармын» - деген. Кітап оқу – өнер. Кітап оқуды неліктен өнер дейміз? Оқудың да түр-түрі бар. Қолға түскенді, табылғанды оқу бар. Әдетте мұндай оқырман көп оқиды да, өзінің ішкі рухани қажетіне жарайтын, танымын кеңейтетін, сезімін оятатын көркем ойдың үстімен қалқып өте шығады, нәтижесі тек уақыт өткізу. Оқудың өнер ретіндегі сипатын анықтайтын басты нәрсе - өз алдына мақсат қойып оқу. Бұл - тану, түсіну. Мұндайда кітаптың әрбір сөйлемі, әрбір беті ойдан, көзден таса қалмайды.

Кітап – біздің рухани құндылығымыз, теңдессіз байлығымыз, өткен замандардың тұңғиық тереңінен сыр шертетін тарихты да, әдебиетті де, басқа ғылым кереметтері де, талай оқиғалардың куәсі, талай жаңалықтардың көзі –осы кітаптар. Рухани білімнің, мәдениеттің ауадай қажеттілігі, маңыздылығы ешқашан мәнін жойған емес.

«Бүгін мәдениеттің алуан мәселелері сөз болып отыр. Мұның өзі біздің мәдениетті республикаға айналғанымызды танытады» деген болатын Мәскеуде өткен жиында ұлы жазушы М. Әуезов: «Халықтың мәдениет дәрежесі жайлы әр түрлі пікірлер болған. "Халық мәдениеті сабынның санына қарай", "тұрғын үй маңының тазалығына қарай байқалады" деушілер де болған. Адам тұрмысында тазалық атаулының маңызы зор екені рас. Бірақ Қазақстан секілді социалистік азат республикада тарихи жаңа кезеңде мәдениеттіліктің дәрежесін басқаша түсіну керек секілді. "Ауылдағы, селодағы, қаладағы әрбір еңбекшінің мәдени дәрежесін оның үйіндегі кітаптың санына қарай, сапасына қарай белгілеу шарт" десе, теріс болар ма еді?

Адамның өмірінде кітаптың маңызы қаншалықты зор екенін мәдениет қызметкерлеріне дәлелдеп жатудың қажеті жоқ.

Біз кітап арқылы бастауыш мектептің өзінде-ақ бүкіл адамзаттық мәдениетпен танысамыз. Бірақ рухани өмірімізде кітаптың алатын орны осымен тынып қалмайды. Өскен сайын, алға басқан сайын кітап біздің егіз - серік досымыз есепті бола береді» деген аталы сөздерінің арқасында еліміз 70-80 жылдары ең көп оқырманы бар халыққа айналғаны шындық.

Қазіргі оқыр­ман кітаптан гөрі оның электронды нұсқасын кітапханалық жүйеден немесе интернеттен көшіріп алғанды ұнатады, экраннан қараға­нымен толықтай зер салып оқымайды. Десек те, біз қазіргі заманауи технологиялардың өзін көбіне дұрыс әрі толық пайдалана біл­мейміз. Мысалы, компьютердің өзін алайық. Көп жағдайда сол бұрынғы жазба машинкасы сияқты ғана пайдаланып жатады, яғни оның мүмкіншіліктерінің тек 3-5% пайызын ғана қолданамыз деген сөз. Егерде компьютерді ақпарат көздерін жинақтауға, одан керекті мәліметті алуға пайдалансақ, өте дұрыс бо­лар еді. Кітап оқу мәселесі де дәл сондай жағдайды басынан кешіруде, жүре келе ол да түзеліп, өз орнын табады деп ойлаймын. Иә, нарықтық экономика келгелі бері кітап оқи­тын­дар азайып, сауда жасайтындар көбейгені белгілі. Бұрын біз кітапты іздеп жүріп оқып, үйдегі сөрелерде сақтап, әуелі құнды кітаптар­ды алу үшін макулатура өткізуге кезекте тұратынбыз. Сол кездегі әрбір шыққан жаңа кітап шалғай ауылдағы кітапханаларға да жетіп жататын. Ал қазір жақсы деген бір кітап шықса, әрі кеткенде 500 немесе мың данамен ғана таралымға түседі. Одан көп шығаруға жазушының қалтасы көтере бермейді. Қазір Қазақстанда шамамен 30-40 мыңдай кітап­хана бар екенін ескерсек, мың дана кітап көл­ге тамған тамшыдай ғана деген сөз. Сондық­тан осы азғантай ақпараттардың электронды нұсқасын оқырманға жеткізуге көмегін тигізетін компьютерлік бағдарламалардың орны ерекше. Ал балаларымызды кітап оқуға баулу процесін ең алдымен отбасы ошақ қасынан, балабақшадан, мектептен бастаған жөн. Әйтпесе бұл үрдіс тым баяу қарқынмен жылжып келеді.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. <http://www.group-global.org/ru/blog/view/7923>
2. Н.Ә.Назарбаевтың «Қазақстан Республикасының модернизациясы:  Жалпыға ортақ Еңбек Қоғамына жиырма қадам» атты баяндамасынан . 2013 ж.
3. Әуезов М. Сөз - кітап достың жөнінде. – Алматы, 1961.
4. Сұлтанаев Ә. Кітаптардың барлығын электронды оқулыққа көшірсек те, сиямен жазылған кітаптың құндылығы ерекше. Алаш айнасы.2013. 06.04.

**Досболова Г.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының 2-курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: **ф.ғ.к., доцент Әлжанова А.**

**Журналистік зерттеудің пайда болуы**

Қазақ журналистикасының тарихы ежелде, тамыры тереңде жатыр. Алайда елімізге «журналистік зерттеу» деген жанр түрінің келгеніне небәрі жиырма жылдың көлемі ғана болды. Бұл жанрдың журналистиканың басқа жанрларынан өзгешелігі өмірде болып жатқан күрделі мәселелер мен шешімі табылмаған істер, заң орындары бетін аша алмаған қылмыстардың өзін әшкерелеп газет немесе басқада БАҚ арқылы бүкіл жұртқа ақпарат беріп отыратындығында.

Журналистік зерттеудің ерекшелігі:

 ─ алғашқы зерттеу;

 ─ тақырып қылмыстық іспен байланысты болуы мүмкін, алайда оған дәлел жоқ;

 ─ біреу ақпаратты құпия ұстап қалғысы келеді.

Журналистік зерттеу, көп еңбек пен қажырлықты қажет ететін журналистикадағы бірден бір жанр. Оны бір күнде жасап тастауға болмайды, тіптен бір аптада бітірудің өзі аздық етеді. Мәселен, Америкада зерттеумен айналысатын үлкен редакциялар журналистке көбінесе ешқандай талап қоймайды, уақытын шектемейді. Алайда соған қарамастан нағыз зерттеудің сыйақысы қарапайым материалдан жоғары болады, себебі кез келген редакторға мәлім, мұндай материалдар тираждың көбеюіне әсер етеді және оқырманның алдында беделін өсіреді.

Өкінішке орай біздің мемлекетімізде мұндай, айына бір материал берумен шектелетін журналисті штат қызметкері ретінде ұстап отыратын редакция жоқ. Осы жағдайға байланысты журналистер кейде жеңіл жол таңдайды, адамдардың телефон әңгімесін, «қайрымды» біреудің әкелген таспаларын, немесе кездейсоқ оқиғаларды жариялайды. Бұл әрине жеңіл нұсқа, шаруасы аз, комментарий жасайсың, тақырып қойып, материалды нөмірге жариялауға бересің. Қалғаны тек, жоғарыға «Журналистік зерттеу» деген айдар қою ғана - сонымен сенцация дайын. Бұл жол ұзаққа алып бармайды, себебі оқырман одан жалығады және қызығушылықтары бәсеңдейді де газеттің атақ даңқы төмендей береді.

Журналистік зерттеудің құқық қорғау мекемелері жүргізетін зерттеуден айырмашылығы бар. Оқиғаның қалай болғаны туралы бірнеше деректі көрсеткен тергеуші бір шешімге келіп, оны сот алдында дәлел ретінде келтіреді және айыпталушыны кінәлі деп таниды. Ал, журналист керісінше оқиға жөнінде толық байлам жасамайды, оның мақсаты тек осы болған жайды оқырманға немесе көрерменге жеткізу және ой тастау.

Қазіргі уақытта зерттеумен айналысу қиын ғана емес қауіпті болып барады. Біз жиі-жиі журналистердің өміріне төнген қауіп пен қатер, тіптен өлім жайлы көп естиміз. Елміздегі сөз бостандығы мен журналистердің құқын қорғаушы «Әділ сөз» ұйымы журналистер жайлы, олардың өмірі мен жазған туындылары үшін қандай жазаға ұшырап жатқаны жөнінде жыл сайын мәлімет беріп отырады. Және бұл мәліметтегі көрсеткіш жылдан жылға кемудің орнына өсуде.

«Әділ сөз» ұйымының берген мәліметтеріне сенсек 2013 жылдың қазан айына дейінгі көрсеткіш бойынша СҚО Петропавл қалалық сотымен 1 журналист ҚР ҚК 129 бабы бойынша кінәлі деп мойындалып, 1 жылға басбостандығынан айрылған. Сондай-ақ редакция және БАҚ қызметкерлеріне қатысты 10 шабуыл жасалған, журналистер және БАҚ-қа қатысты 12 қоқан лоққы көрсетілген, 4 БАҚ өкілін еш себепсіз қамауға алған, 11 БАҚ жұмысын тоқтатқан, сонымен қатар 11 веб-сайттарға шектеу қойылған.

 Журналистерге қарсы 18 айыптау тіркелген.

Бүкіләлемдік журналистік зерттеу жөніндегі конференция осы жылы Рио-де-Жанейро қаласында өтті. Онда журналистерді қорғау, қауіпсіздігін қамтамасыз ету мәселелері, сондай-ақ жемқорлық және әділетсіздік үшін журналистердің күресі сөз болды.

Бүкіл әлемдік журналист ─ зерттеушілер жүйесін құру идеясы Американың «Аризона» жобасымен байланысты. Американың журналистері IRE (журналист және редактор зерттеушілер ассоциациясы) ассоциациясының мүшесі болған Дон Боллесті өлтіріп кеткеннен соң оның ісін жалғастырмақ болады. Қазір IRE-нің штаб квартирасы Миссури университетінің журналистика мектебінде орналасқан. Бұл әлемдегі білім беру жүйесі ең мықты болып саналатын мектеп. 1979 жылдан бері IRE-ге ең үздік журналистік зерттеулер үшін жүлделер беріліп келеді.

Журналистік зерттеу жөніндегі конференцияның даңқы мен беделі жылдан жылға артып келеді. Алғаш Копенгагенде (2001-2003 ж) өткен конференцияда 400 адамды Данияның Премьер-министрі қарсы алса, Амстердамға (2005 ж) 500 қатысушы келді. Канада (Торонто 2007 ж) және Норвегия конференциясы 600 адамды 85 мемлекеттен қабылдады.

Журналистік зерттеудіңалғашқы белгілері ертеден көріне бастаған. Алайда жанр ретінде алғаш рет неміс ғалымы Вальрафтың зерттеулерінде пайда болды. Европа мемлекеттерінде журналистік зерттеудің өз ерекшелігі бар, халықтың зерттеудің маңызы мен рөлін қалай түсінетіндігін айтпағанда, журналистерінің жұмыс талабында да айырмашылық сезіледі. Мысалға, Англияда БАҚ өкілдерін саясатпен ажырамайтын ландшафт деп бірнеше ғасырдан бері есептеп келе жатыр, Швеция –қанша уақыттан бері баспасөзге бостандық, еркіндік берген, Испанияда болса газеттер соңғы он жылдан бері ғана қоғамдық пікірге баса назар аударып келеді.

Франция немесе Бельгияда журналистер, дау кезінде таралған ақпараттың дереккөзін сотта айтпауына болады, мұның өзі ол алынған мәліметті тексеру үшін барлық мүмкіндіктерді жасаса ғана жүзеге асады. Француз журналистерінің тәжірбиесінде мынандай белгілі жағдай болған, журналист террористік топтың өкілімен кездеседі, бірақ олар жайлы полицияға қандайда бір мәлімет немесе ақпарат беруден: «Прессаның қызметі – қоғамды ақпараттандыру, хабаршы қызметін атқару емес» деген себеппен бас тартады.

Есесіне Германияда журналист, жариялаған фактілерінің шындыққа сәйкес екендігін қатесіз дәлелдермен көрсетуі керек. Егер әңгіме құжатқа қатысты болса, міндетті түрде тұп нүсқаны көрсетуі керек. Соған қарамастан, егер көптеген елдердің ережелері журналистерін хабаршыға ақы төлегені үшін кінәласа, Германияда бұл мәселені түсіністікпен қабылдайды. Мысалға, 1980 жылдардың соңында Германиялық БАҚ-тың ең танымал тақырыбы компьютерлік хакинг болған, тіптен пресса мен жас компьютер бұзушылардың арасындағы ақы мәселесінде шкала орнатылған: ереже бойынша, сұхбатқа және біреудің компьютеріне кіргені үшін хакерлер бірнеше жүздеген марка, жақсы ресторанда түстік немесе керек болса жол ақысын да алып тұрған.

Тек соңғы жылдары, Европалық одақ құрылған соң, европалық заңның бірігуі арқасында бәрі бір қалыпқа түсіп, бір стильде жұмыс жасай бастады. Соған қарамастан әр мемлекеттерде журналист –зерттеушілердің жұмысы өз ерекшелігін сақтап қалуда және бұл дәстүр таяу арада жоғалмайды.

Соңғы жылдары бұрынғы социалистік мемлекеттердің журналист – зерттеушілері жайлы ақпарат көптеп пайда бола бастады, мысалға, Чех қызы Сабина Слонкова (Sabina Slonkova), ол өз мемлекетінің беделді чиновнигі, Чехияның бұрынғы сыртқы істер министрлігінің бас хатшысы, елдегі билікке үлкен әсер етуші және жемқорлыққа қарсы компанияны басқарып отырған Карел Србаны (Karel Srba) түрмеге отырғызған. Слонкова оған тиесілі мүліктің құны отыз мың доллар екенін жариялағанда ол бұл ақшаның қайдан келгенін түсіндіре алмаған. Журналист ары қарай қазбалай келе чиновниктің көптеген алаяқтық істерін әшкерелеген. Мұны білген Срба журналисті өлтірмек болып, ол бұл шаруаға он төрт рет сотталған қылмыскерді жалдайды. Қылмыскер болса айнып, өлтіруден бас тартып, өзі полицияға берілген. Мұхият зерттеудің арқасында тапсырушы да, оның көмекшісі де қолға түскен.

Европалық мемлекеттердің ішінде журналистік зерттеу көбірек Швецияда дамыған, өйткені ол жерде тәуелсіз баспасөз әрқашанда маңызды орынға ие болған. Алғаш баспа бостандығы туралы заң 1766 жылы осында қабылданған. 1812 жылы өзгертулер енгізілгенен кейін, ол сол қалпында мемлекеттің Конституциясында бекітілген.

 Швецияның баспа тарихын 350 жыл деп есептейді (алғашқы швед тілінде баспа органы 1645 жылы «Ординарн Пост Тийдендер» деген атпен шыққан), бірақ дамудың ең маңыздысы ХІХ ғасырда болған. 1830 жылы Ларсо Йохано Хмертоттың бастамасымен «Афтонбладет» («Aftonbladet») деген газет жарыққа шыға бастаған. Бұл газетті 20 рет жауып тастаған, алайда ол басқа атпен тағыда ашылып тұрған. Швед журналистері оқырманның сеніміне кіре білген, себебі олар билік жаққа емес, қарапайым халықтың мұңын қорғаған.

Швециядағы алғашқы журналистік зерттеудің ірі табысы болып ақпараттық бюро –Ай-бидің (ІВ) әшкереленуі саналады, оның астарында құпия тыңшылардың ұйымы болған, ол жөнінде қарапайым халықтан бөлек, парламентте білмеген. Бұл «Уотергейт» жанжалынан кейін бірден болған, және бұл өзінше шведтік «Уотергейт» болды.

1973 жылы екі жас журналист, Ян Гийо (Jan Guillou) мен Питер Брэтт (Peter Bratt ) «Фиб/Культурфронт» («Fib/ Kulturfront» апталық журналындa IB туралы мақалалар тізбегін жіберді. Олардың басты дерекшілері сол ақпараттық бюроның бұрынғы қызметкері Хакан Исаксон болған. Мәлім болғаны IB тек шетелде барлаушы ғана емес, сондай ақ қоғамдық ұйымдар және партияларды бақылаған, олар тағы барлау мақсатында КСРО-ға келмекші болғанын анықтаған. Бұл сол уақытта ауыр жағдайға әкеліп соқтырған болатын.

Биліктегілер журналистерді мемлекеттік құпияны жариялағаны үшін кінәлады. Оларды соттап, аз ғана уақытқа түрмеге отырғызған. Олар түрмеден жеңіспен шықты және белгілі журналист зерттеушіге айналды.

Жаңадан қалыптасып келе жатқан жанрдың әлеуметтік маңыздылығын арттырған оның тақырыбының өзектілігі: жемқорлық, үлкен қалалардағы еңбек мәселелері және алаяқтық. Журналистік зерттеудің классикалық мысалы ретінде «Уотергейт ісі» саналады. Көптеген адамдар үшін «Уотергейт» оқиғасы –президент Никсонның қызметтен кетуімен байланысты. 1976 жылы Алан Пакула Галливудта «Вся президентская рать» деген, Вудворт және Бернстайын материалдарына сүйенген фильм түсіреді. Дәл осы екі журналист фактілер жинап, Ақ үйдің құйтырқы әрекеттерін әшкереледі.

Сол кездегі оқиға желісі былай дамыған. 1972 жылдың 17 маусымында полиция қызметкерлері бес адамды демократиялық партияның, «Уотергейт» қонақ үйіне заңсыз кіріп кетті деген айыппен қамауға алған. Ұсталғанда олардан фотоапараттары мен есту құралдары тартылып алынған. Ұсталғандардың біреуі, Дж. Маккордтың республикалық партия Комитетімен байланысы болған. Юстиция министрі бұл оқиғаға қатысты зерттеулер басталғанын айтқан. Президенттік сайлау комитетінің басшысы Джон Митчелл, бұл оқиғаға комитет жауап бермейді деген ақпарат жариялады. Президент Никсон да Ақ үйдің қатысы жоқ екенін айтты.

Осылай «Уотергейт ісі» басталды. Ақ үйдің ашық және жабық қарсылықтарына қарамастан Роберт Вудворт және Карл Бернстайн өз зерттеулерін жалғастыра берді. Уотергейт жанжалына қатысы бар кісілердің аттарын табу үшін олар аз еңбектенбеді. Қорыққан адамдар оларға интервью беруден қашқақтады, сондықтан журналистер әңгімені: «Сіздің атыңыз еш жерде көрсетілмейді» деген сөздермен бастайтын.

Бұл іске қатысы бар барлық адамдар қылмыстарын мойындады. 1973 жылы 9-шы тамыз күні Ричард Никсон өз еркімен демалысқа кетті. Оның көмекшісі Джон Дин төрт жылға бас бостандығынан айрылды.

Уотергейт жанжалынан кейін американдық баспасөз «төртінші билік» дәрежесіне үміткер болуға мүмкіндік алды. «Уотергейт ісі» XX ғасырдың журналистикадағы ең таңқаларлық жаңалығы деп есептелді. Милиондаған табыс әкелген екі атышулы кітаптың авторлары, Вудворт және Бернстайн халық қаһарманы атанды. Журналист мамандығы Америкада танымал және сәнге айналды. 1973 және 1977 жылдар аралығында осы сала бойынша оқытатын оқу орындарының саны екі есеге өсті. Егер 1964 жылы мұнда 11 мың студент журналистикада оқыса, 1977 жылы олардың саны 64 мыңға жетті. «Вустайн феномені» (бұл сөз екі журналистің фамилиясының көмегімен пайда болған) Американдық жастарға тыныштық бермеді. Олар: біздің, алаяқтарды әшкерелеп, Ақ үйден қуып жібере алған сол екі жастан қай жеріміз кем?-деп ойлайтын.

Қазақстан Республикасы тәуелсіздігін алғаннан соң елімізде көптеген өзгерістер болды. 1999 жылы 22 шілдеде «БАҚ туралы заң» қабылданды. Осы заң журналистерге жұмыс барысында бостандық, ар-намысы мен қадір-қасиетін қорғауы үшін үлкен мүмкіндіктер берді. Яғни біздің журналистерге «Төртінші билік» дәрежесін алуға мүмкіндік туды.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Современная журналистика. Учебное пособие. – Т.-2006.
2. Ким. М.Н. Жанры современной журналистики. - С-Пб.-2004.
3. Ильинский М. Неотмытые «Чистые руки». - «Время МН», 2002.
4. Лазутина Г.В. Технология и метод журналистского творчества: Метод.-М.-1988.
5. wikipedia.org
6. [www.adilsoz.kz](http://www.adilsoz.kz)

 **Джуматаева В.Т.**

магистрантка 1-курса кафедры ЮНЕСКО,

международной журналистики и связи с общественностью

Научный руководитель: **д.и.н., профессор Ахметова Л.С.**

**Психолингвистические особенности языка СМИ**

**Деятельность СМИ в системе процессов общения**

Массовая коммуникация это один из видов общения. Общение же есть не столько процесс внешнего взаимодействия изолированных личностей, сколько способ внутренней организации и внутренней эволюции общества как целого; процесс, при помощи которого только и может осуществляться развитие общества, ибо это развитие предполагает постоянное динамическое взаимодействие общества и личности (А.А. Леонтьев 1999, 21). Массовая коммуникация и является основным видом процессов общения в обществе, наиболее непосредственно связанным с его функционированием и развитием. Это основной механизм его саморегуляции. Можно выделять различные виды или типы общения по различным параметрам процессов общения.

Если разделять разные виды общения по параметру ориентированности (предмета или содержания общения), можно выделить три таких вида. В предметно ориентированном общении предметом (содержанием) является взаимодействие людей в процессе совместной деятельности. В личностно ориентированном общении предметом или содержанием являются личностные, психологические взаимоотношения людей то, что в обиходе и называется выяснением отношений. Наконец, в социально ориентированном общении, примером которого и является массовая коммуникация, предметом или содержанием является социальное взаимодействие внутри определенного социального коллектива или изменение системы социальных (общественных) отношений в данном коллективе (обществе), его социальной или социально-психологической структуры, содержания общественного сознания или непосредственной социальной активности членов данного общества. В этом случае одна часть общества воздействует на другую его часть с целью оптимизации деятельности общества в целом, в частности увеличения его социально-психологической сплоченности, его внутренней стабилизации, повышения уровня сознательности или уровня информированности. Субъектом такого социального взаимодействия является общество в целом (или социальная группа), а субъектом обслуживающего это взаимодействие социально ориентированного общения человек или группа, которому (которой) общество доверяет в данной конкретной ситуации выступать от своего лица: телекомментатор, автор газетной рубрики или отдельной газетной статьи, тележурналист, берущий интервью у политического деятеля, и т.п.

В общении при помощи СМИ (радио, телевидения) параметры общения варьируются довольно широко. Так, что касается психологической динамики общения, мы ориентируемся на различные психологические характеристики аудитории. Это определенный уровень знаний; определенная мотивация вступления в общение; определенный Уровень и направленность интереса и внимания и т.п. Общаясь с аудиторией через посредство радио и ТВ, мы, с одной стороны, опираемся на эти характеристики, с другой стремимся в той или иной мере изменить их. Что именно мы стремимся изменить, и действительно изменяем, зависит от типа передачи и от конкретной передачи. Психологическое воздействие на аудиторию радио и ТВ может осуществляться в сфере знаний (информирование, обучение), в сфере навыков или умений той или иной деятельности (обучение), в сфере собственно деятельности в ее реальном осуществлении (внушение, убеждение; речь идет о сообщении непосредственно значимой информации типа прогноза погоды на завтра), в сфере мотивов и потребностей, установок, ценностных ориентации (убеждение) и т.п. Здесь особенно существенно подчеркнуть, что общение по радио и ТВ, как и практически любое другое общение, не является однонаправленным ни с точки зрения структуры коммуникативной сети, ни с точки зрения самого процесса общения. Действительно, в радио и ТВ имеется обратная связь, по крайней мере, двоякого рода. Во-первых, это специальные интерактивные каналы такие, как письма, звонки на телестудию, вопросы-ответы в прямом эфире и пр. Обратная связь подобного рода изменяет и совершенствует организацию общения, но на сам процесс общения непосредственно не влияет если не считать некоторой возможной коррекции в стиле общения. Гораздо более значим второй вид обратной связи. Это представление коммуникатора о возможной и ожидаемой реакции реципиента. Выступая перед телекамерой, я не вижу своей аудитории (студийные шоу с подобранной массовкой можно исключить из рассмотрения); но, зная, на кого я рассчитываю выступление, и имея достаточный опыт непосредственного общения с такой аудиторией, я могу с достаточной степенью уверенности предсказать, какое воздействие окажет мое выступление и какова может быть реакция слушателя (зрителя). А, зная это, имея своего рода внутреннюю мерку, я могу гибко контролировать процесс общения.

**Психолингвистическая модель речевого воздействия**

Цель речевого воздействия это определенная организация деятельности людей (аудитории или отдельного реципиента). Воздействуя на аудиторию или реципиента, мы стремимся выделить факторы, влияющие на эту деятельность, и избирательно воздействовать на них. Но ясно, что при таком понимании психологическое воздействие не есть пассивное подчинение чужой воле: оно предполагает борьбу и сознательную оценку значимости мотивов, более или менее осознанный выбор из ряда возможностей. Речевое воздействие служит для облегчения осознания ситуации, ориентировки в ней, подсказывает реципиенту известные основания для выбора, осуществляет сдвиг в его системе ценностей, убеждений и социальных установок. Одним словом, оно осуществляет изменения в деятельности через изменения в личности. Для этой цели можно воспользоваться одним из трех способов. Но прежде чем на них остановиться, нам надо ввести два важных понятия.

Поле значений реципиента или аудитории это структура усвоенного человеком общественного опыта, та объективная сетка, через которую он воспринимает мир, расчленяет и субъективно интерпретирует его.

Смысловое поле реципиента или аудитории это соотнесенность системы значений с выраженными в них мотивами, включенность значений в систему личности и деятельности реципиента. Как однажды выразился известный психолог А.Н. Леонтьев, смысл это для-меня-значение.

1. Итак, первый способ воздействия ввести в поле значений реципиента новые значения, сообщить ему такие новые знания о действительности, на основе которых он изменит свое поведение или, по крайней мере, свое отношение к этой действительности. Это воздействие через информирование. Здесь мы сообщаем реципиенту о новых для него событиях (скажем, о террористическом акте 11 сентября 2001 года).

2. Второй способ воздействия: изменить поле значений реципиента, не вводя в него новых элементов, т.е. изменить понимание реципиентом событий и их взаимосвязи. Это тоже информирование, но на другом уровне, когда событие уже известно, но благодаря воздействию оно интерпретируется реципиентом по-другому. Например, когда сообщается о том, кто именно ответственен за гибель людей во Всемирном торговом центре в Нью-Йорке, сам факт этой гибели уже известен, известно и о существовании Бен Ладена и его организации; новой является только их связь друг с другом.

3. Третий способ воздействия: не сообщая вообще никакой новой информации об элементах поля значений (о событиях) или об их взаимосвязи, изменить отношение реципиента к этим элементам или событиям. Это воздействие через убеждение. Мы не сообщаем реципиенту ничего, чего бы он уже не знал, но то, что он знает, представляем для него в новом свете. Например, мы можем связать известную ему информацию с мотивом, иерархически (в структуре его личности) более высоким или, напротив, более низким, бытовым, скажем, если убедим его, что переход на зональную систему оплаты поездок на московском метро будет финансово выгоден лично для него.

Успех воздействия через убеждение связан с моделированием смыслового поля реципиента (аудитории). Коммуникатор должен представить себе смысловое поле реципиента в момент воздействия и после него, представлять себе характер и направление тех изменений в смысловом поле реципиента, которых он должен добиться в результате воздействия. Изучение роли и механизмов такого моделирования в процессах массовой коммуникации представляет собой самостоятельную и чрезвычайно важную научную задачу. Речевое воздействие в психологическом (психолингвистическом) плане в том и состоит, что на основе двойного моделирования смыслового поля реципиента (наличного и желаемого его состояния) и на основе своего представления о соотношении смыслового поля и системы значений (поля значений) коммуникатор кодирует желаемые изменения в смысловом поле реципиента в виде языкового (речевого) сообщения. Реципиент же, воспринимая это сообщение, декодирует его и извлекает из него скрытую за внешним планом (планом значений) глубинную информацию, значимую для его личности и деятельности. Это значит, что коммуникатор должен уметь не только объективно выразить в словах и конструкциях то или иное содержание, но и сделать это единственно целесообразным (или, по крайней мере, оптимальным) способом. Необходимыми для этого умениями владеют далеко не все носители языка и даже далеко не все профессиональные сотрудники СМИ.

**Социальные и социально-психологические функции общения**

Ниже мы затрагиваем только те функции общения, которые характерны для общения при помощи СМИ:

1. Оптимизация деятельности общества, обеспечение его полноценного функционирования и развития. Здесь с наибольшей очевидностью реализуется социальная сущность общения в целом. В конечном счете ТВ, радио, пресса суть способы, которыми общество как целое общается с отдельными членами этого общества или малыми группами внутри него и воздействует на них. Другое дело, что для большей эффективности такого общения оно нередко может быть персонифицировано, вложено в уста конкретного человека, пользующегося у аудитории доверием, высоким престижем и симпатиями.

2. Функция контакта, имеющая место в ситуации общения в социальной группе даже тогда, когда эта группа не объединена общими целями, мотивами и средствами деятельности. Для нас эта функция интересна в данном случае, прежде всего потому, что она наряду с другими функциями общения играет значительную роль в формировании группового сознания. Радио и ТВ сплачивают, приближают друг к другу людей, не знакомых друг с другом и не имеющих ничего субъективно общего, дают им ощущение психологического единства.

3. Функция социального контроля. Радио и ТВ, в известной мере также и пресса мощный канал, через который общество доводит до каждого из своих членов систему социальных норм, этических и эстетических требований; при посредстве радио и телевидения перед аудиторией проигрываются ситуации и способы поведения, получающие у общества положительную оценку (и сам процесс позитивного санкционирования такого поведения обществом) и, наоборот, такие ситуации, которые оцениваются обществом отрицательно (и сам процесс негативного санкционирования). Этот аспект социальной значимости радио и телевидения с особенной ясностью проявляется в передачах развлекательного характера: вместе с удовлетворением узко личностных потребностей реципиент получает от них и мощный социально-психологический заряд, видя, как надо и как не надо вести себя в той или иной ситуации и если передача является художественной осуществляя так называемое перенесение себя на героя, как бы переживая данную ситуацию и ее оценку вместе с ним. Отсюда, кстати, совершенно очевидно, что любая развлекательная передача, особенно по ТВ, должна в идеале отвечать критерию художественности. Но если ее социальная направленность неадекватна интересам общества, эта художественность поворачивается обратной стороной: так, фильм С.С. Говорухина Ворошиловский стрелок, бесспорно высокохудожественный, в то же время отнюдь не может рассматриваться как трансляция поведенческого образца.

4. Функция социализации личности, т.е. воспитательная функция. Имеется в виду привитие формирующейся личности тех черт, которые желательны с точки зрения общества.

**Оценочные высказывания и их классификация**

Оценочные суждения могут быть классифицированы по разным основаниям.

1. По характеру оценки. Она может быть эпистемической, т.е. связанной с оценкой достоверности суждения. Здесь возможны следующие виды оценок:

а) абсолютное утверждение: Петр уехал;

б) абсолютное отрицание: Петр не уехал; в обоих случаях оценки как таковой нет, она нулевая;

в) относительное утверждение: Петр, по-видимому, уехал;

г) относительное отрицание: Петр, по-видимому, не уехал;

д) эмфатическое утверждение (подтверждение утверждения): Петр действительно уехал (хотя существуют противоположные мнения);

е) эмфатическое отрицание (подтверждение отрицания): Петр не уехал-таки!

Таким образом, здесь действуют два параметра: утверждение-отрицание и степень нашей уверенности (абсолютное относительное эмфатическое).

Оценка может быть также аксиологической, или ценностной. Так, высказывания могут различаться по параметру реальности или ирреальности описываемого события. С ним соотнесены еще два фактора описания: это положительность (отрицательность) оценки и значимость (незначимость) события.

Характер оценки может меняться и в зависимости от характера эмоции, выраженной в высказывании. Страшно подумать, что... Какой стыд, что... Какое счастье, что... Радостно слышать, что... В то же время эмоция имеет свою степень, что связано со значимостью высказывания (чем более глубоко переживание, тем более значимо высказывание): Радостно, что...; Какое счастье, что...

**Образ события в СМИ**

В сущности, журналист описывает не событие как таковое или не сценарий как таковой, а их психический образ. Этот образ складывается из указанных выше основных признаков события и в идеале должен отражать их все. Однако текст, соответствующий этому образу (описывающий его), может, как мы видели, не включать описание некоторых признаков события (образа события). Журналист сознательно опускает соответствующую информацию, поскольку он знает, что реципиент СМИ, реконструируя на основе текста образ события (переводя его содержание из сукцессивного последовательного в симультанный одновременный вид), воспользуется своими знаниями и восстановит этот образ правильно и достаточно полно без дополнительной подсказки.

Итак, событие выступает в сознании журналиста в виде образа события. Образ события описывается им при помощи текста, причем конечная задача этого текста в идеале создать аналогичный образ того же события у реципиента. В этом процессе могут возникать намеренные и ненамеренные деформации.

1. Начнем с того, что у журналиста может быть неадекватный (например, неполный) образ события. Так, например, в газетных сообщениях о положении с русским языком на Украине и в странах Балтии нередки деформации, вызванные тем, что источником информации является только одна сторона сами русские (при этом неполнота информации деформирует истинное положение вещей, хотя все приводимые факты вербальные факты соответствуют действительности).

2. Далее, образ события может быть неадекватно переведен в текст.

3. Далее, текст может быть непригодным для правильного восстановления реципиентом образа события, например, в нем могут быть опущены сведения, необходимые реципиенту.

4. Наконец, даже если сам текст вполне корректен, тот или иной реципиент или группа реципиентов могут оказаться неспособными восстановить из текста правильный образ события. Журналист обязан предвидеть эту последнюю возможность и вкладывать в свой текст дополнительный запас прочности. Особенно часто такая ситуация возникает при сообщениях на темы эстрады, спорта и т.п., где значительная часть потенциальных реципиентов в данной сфере не компетентна а журналист пишет об известном фанатам эстрадном певце, как будто он известен любому реципиенту.

**Особенности образа события в печатных и электронных СМИ**

В аналитических обзорах результатов мониторинга нарушений, касающихся СМИ, публикуемых Фондом защиты гласности А.К. Симонова, показано, что более всего зафиксированных конфликтов приходится на печатные СМИ (газеты). Электронные СМИ являются участниками конфликтов значительно реже. Авторы объясняют это рядом причин. Например, тем, что в печатных изданиях позиция журналистов или СМИ получает как бы материальную фиксацию, более доступную для оценки и последующего реагирования со стороны заинтересованных лиц (что написано пером не вырубишь топором, а с другой стороны, слово не воробей, вылетит не поймаешь). Это объяснение вполне убедительно, как и другое: что, по-видимому, материал, идущий в эфир, подвергается более строгому контролю.

Зафиксируем, прежде всего, что визуальный (в частности, телевизионный) сюжет есть такой же текст, как и газетное сообщение, только построенный из другого материала. Если газетное сообщение построено почти исключительно словесными средствами и лишь иногда дополняется визуальными материалами (фотографиями или рисунками), то сообщение ТВ базируется на зрительном ряде, комментируемом словесно. В этом последнем случае содержание сообщения (текста в широком смысле) как бы задано реальным событием, в то время как газетный журналист вынужден строить этот сюжет из отдельных, более или менее фрагментарных суждений.

Зрительный образ воспринимается реципиентом как объективный и самодостаточный. Реципиенту кажется, что, увидев происходящее своими глазами, он полнее и правильнее его понимает и истолковывает. При этом он упускает из виду, что, во-первых, зрительный образ события, фиксируемый тележурналистом, может быть с самого начала неадекватен событию, что еще больше усугубляется словесным комментарием. Могут быть опущены как раз важные характеристики события, а второстепенные выдвинуты на передний план (в прямом и переносном смысле). Но визуальный характер сообщения создает эффект псевдоверификации: я верю, потому что вижу своими глазами, и не задумываюсь, верно ли то, что я вижу, адекватно ли оно действительному событию. А во-вторых, реципиенту кажется, что визуальное сообщение не экспрессивно, не оценочно (особенно если в словесном комментарии нет явных оценочных высказываний). Но это не так. Почти всякое визуальное сообщение несет в себе элементы оценочности. Представим себе, допустим, телесюжет о солдатах (любой армии). Видеоряд может подчеркнуть тяжесть шагающих сапог, а может увидеть дыры на этих сапогах. Один и тот же человек может быть пойман телекамерой, когда у него доброе и беззащитное выражение лица, а может быть показан как жестокий насильник со зверским выражением лица. Возможностей такой оценочной характеристики у тележурналиста гораздо больше, чем у газетного репортера, но, в отличие от словесного текста, в визуальном тексте эта оценочность скрыта. Реципиент ее может не заметить и чаще всего не замечает, принимая визуальное сообщение за чистую монету. Особенно часто экспрессивность и оценочность видеотекста связаны с избирательностью информации в зрительном ряде. К тому же видеосообщение нельзя (теоретически можно, но, кроме телекритиков, этого никто не делает) прокрутить вторично, полученное впечатление уже, так сказать, ушло на переработку, и остался только психический след от него. Так что любая форма его верификации реципиентом затруднена.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

1. Зарва М.В. Слово в эфире. - М., 1971.

2. Леонтъв А.Н. Некоторые психологические вопросы воздействия наличность // Проблемы научного коммунизма. Вып. 2. - М., 1968.

3. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. - М., 1975.

4. Леонтьев А.А. Психология общения. 3-е изд. - М., 1999.

5. Леонтьев А.А. На экране человек // Человек в кадре: Материалы научно-практической конференции. - М., 1990.

6. Понятия чести и достоинства, оскорбления и ненормативности в текстах права и средств массовой информации. - М.,1997.

7. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Проблемы семиосоциопсихологии. - М., 1984.

**Есімханова А.**

С.Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті

гуманитарлық-педагогикалық факультетінің магистранты

**Егемен елдің еркін баспасөзі: даму заңдылықтары мен алғышарттары**

«Армансыз адам болмайды» демекші, армансыз халық та, мұратсыз ел де болмасы анық. Әлбетте, Қазақ елінің арман-мұраты ол – Тәуелсіздіктің ақ таңы. Ата-бабаларымыздың талай ғасырлар бойы арман еткен аңсаған азат күннің ақиқатқа айналып, әлемдегі тәуелсіз елдермен иық тірестіргенімізге, міне, 22 жыл толды. Осы азат күнге жету жолындағы халқымыздың бастан кешкенін, ғасырлар бойы күресінің жаршысы – баспасөз екені айдан анық.

 Жақсылықтың жаршысы, ақпараттың тасқыны, тәуелсіздігіміздің бет-бейнесі, сонымен қатар, бұқараның үні болып табылатын баспасөздің мән-мазмұны қазақ газеттерінде көрініс тапты. Қазақ басылымдары ғасырлар бойы ақпарат пен жаңалыққа жаны құмар жамағатқа рухани азық, саяси сауат, әлеуметтік демеу бола білді. «Қай ұлттың баспасөзі мықты болса, сол елдің өзі де мықты», - деп Ахмет Байтұрсыновтың айтқаны бүгінгі таңда өзектілігін жоғалтқан емес. Сондықтан, қазақ тәуелсіздігімен бірге жасасқан қазақ баспасөзінің тарихын зерттеу де ғылыми кеңістікте жоғары мәнге ие.

 Алдымен, егемен елдің еркін баспасөзінің құрылу алғышарттары мен даму заңдылықтарын шолып өтсек. КОКП XXYII сьезінен соң Қазақстанның бұқаралық ақпарат құралдары партия бағытының мемлекеттегі қоғамдық-саяси, экономикалық және басқа салаларды қайта құру жұмысына белсенді қатысты. Қайта құру кезеңінде халықтың мүддесі мен тілегіне қажетті әрі оқырмандардың талабына сай көптеген материалдар республикалық, облыстық газеттерде жарық көрді. Халықтың мұқтаж-мұңы туралы жазған басылымдар қатарында «Лениншіл жас», «Социалистік Қазақстан», «Лениншіл жас», «Орталық Қазақстан», «Ақ жол», «Жетісу», «Оңтүстік Қазақстан» сынды газеттер бар.

 1988 жылғы есеп бойынша Қазақстан көлемінде 500 республикалық, республика аралық, облыстық, қалалық, аудандық және көп тиражды газеттер, 20 миллион данамен журналдар және журнал тектес басылымдар шығып тұрды. Енді 1988-1991 жылдар аралығында жоғарыда аталған газет-журналдардың қатарына тағы да қазақ тілінде шығатын бірнеше жаңа басылым қосылды. Олардың қатарындағы «Алматы ақшамы» газеті туралы бір-екі ауыз сөз. Бұл газет 1988 жылдың 1 шілдесінен бастап шыға бастады. Ол Қазақстан компартиясы Алматы қалалық комитеті мен халық депутаттары қалалық кеңесінің газеті болды. Тиражы 36 мың дананы құрады. Кейінгі қазақ тілді газеттер толқынына «Әділет» (1989 ж) апталығы, «Ана тілі» (1990 ж), «Халық кеңесі» (1990 ж), «Азия» (1991 ж), «Ақ босаға» (1991 ж), «Аманат» (1991 ж) және тағы басқа басылымдар бар. Бұл газеттер көші бүгінде тоқтаусыз жалғасын табуда.

Байланыс және ақпарат министр­лігінің мәліметінше, 2011 жылы елімізде ресми тір­кел­ген 2970 бұқаралық ақпарат құ­рал­дары болған. Оның 2756-сы - мер­зімдік. Осылардың 453-і қазақ тілінде. 2303-і орыс тілінде. Бұл – Қазақстан­ның өзінде шығып жатқандары. Енді осыған Ресейден келетін 5248 газет-журналды қосыңыз. Жалпы, біздің елдегі БАҚ-тың  негізгі таратылу тіл­дері: қазақ, орыс тілдері. Сонымен бірге ағылшын, неміс және басқа да тілдерде шығарылатын мерзімді бас­пасөз басылымдары бар. Қазақстан Республикасының «Бұқаралық ақпарат құралдары» Заңының талаптары бойынша елімізде таратылатын шетел­дік бұқаралық ақпарат құралдарының қызметін реттеу жергілікті басқару органдарының құзырына кіреді.

Бұқаралық құралдардың барлығы ғалымдардың зерттеу нысанына айналуда. Осыған орай әлемде жоғары беделге ие «Фридом Ревью» журналы мен «Фридом Хаус» мекемесі жүргізген зерттеулері назар аударарлық. Зерттеушілер Мажарстан, Польша, Румыния, Моңғолия, Чехия, Словакия сынды постсоциалистік елдердегі сөз бостандығын салыстырмалы түрде зерттеген. Сонымен қатар, Ұлыбритания, Германия, Канада сынды өркениетті елдердің баспасөзін шолған. Зерттеу арқылы нағыз тәуелсіз баспасөздің қалыптасу процесінің қалыптасуы қиын-қыстау жолдардан, ауыр сынақтардан өткеніне көз жеткізген. Зерттеу нәтижесі көрсеткендей, әлем тұрғындарының 22 пайызы ғана сөз бостандығының жемісін көреді екен. «Фридом Хаус» мекемесі 187 елдің журналистикасын талдаған. Зерттеушілер 58 елде баспасөз бостандығы жоқ, әрі оларды олар қатаң бақылауда екенін анықтаған. Бұл тізімде 20 ел бар. Мысал ретінде Ауғанстан, Алжир, Иран, Мысыр, Түркменстан және тағы басқалары бар. Сондай-ақ, әлемнің 65 елі, оның ішінде демократиялақ жүйедегі 44 республикада сөз бостандығы жартылай бар деп мойындалыпты. Енді Қазақстанның ақпараттық кеңістігіне ойыссақ.

Баспасөз бостандығының жүзеге асырылу жолдары қандай деген сауал көптеген әлем елдерінің назарында. Осыған орай азат журналистика жайында әлем ғалымдарының арасында түрлі пікірлер кездеседі. Мәселен, Америка құрлығы, Батыс Еуропадағы өркениетті елдерде сөз бостандығына қатысты тұжырымдамалар бар.

Біріншісі – еркін сынау теориясы. Оны ұстанушылар адам, журналистика мемлекет, үкімет басшыларын, саяси кейіпкерлерді, лауазымды тұлғаларды еркін сынай алады және түрлі саяси топтардың арасындағы көзқарастық қарама-қайшылықтарды қаз- қалпында білдіреді. Ұстанатын басты қағида – әсірелеусіз, коментарийсіз, қорытынды жасамай-ақ, оқиғаны, деректі ғана ұсыну. Осылай істеудің мәні тәуелсіз баспасөздің ресми өкіметке оппозициялық күш ретінде міндет атқаруына ықпал етуі.

Екіншісі – журналистердің ішкі бостандығы теориясы. Оны ұстанушылардың пайымдауынша, әр журналист өзі жұмыс істейтін немесе туындыларын жариялайтын БАҚ-ын еркін таңдайды, көзқарасын еркін білдіреді. Өзгелердің пікірін құрметтейді.

Үшіншісі – еркін таңдау теориясы. Яғни, оқырман, көрермен, тыңдаушы қауым өздері қалаған бұқаралық ақпарат құралдары және журналистердің ақпараттарын еркін таңдауы.

Қазақ журналистері «азат баспасөз» деген ұғымды әрқалай түсінеді. Бұл журналистер арасында жүргізілген әлеуметтік сауалнама нәтижесінде белгілі болған. Сауалнамаға қатысушылардың тең жартысы «ешбір ұйымның бақылауында болмай, экономикалық жағынан толықтай дербес тұруға тиіс» десе, 40,7 пайызы «өз көзқарастарын еркін білдіре алу» деп жауап берген. Ал бестен бірі «журналистердің саяси партияларға мүше болмауы» десе, бір пайызы «азат баспасөздің міндетті түрде жалпыхалықтық сипат алуы» маңызды деген ой білдірген. Бұл пайымдаулар арқылы тәуелсіз бапсаөздің негізгі сипаты мен ерекшеліктерін айқындауға мұмкіндік туады. Енді оқырмандардың пікіріне үңілсек: 2003 жылы елімізде 500 оқырман арасында сауалнама жүргізілген. Қатысушылардың 48,3 пайызы «бізде тәуелсіз баспасөздің негізі жаңадан қалануда» деп жауап берген. Ал 12,8 пайызының нақты жауаптан бас тартуы сөз бостандығы жағынан сауаттың жеткіліксіздігін білдірсе керек. Айта кетерлігі, қатысушылардың 53,2 пайызы «бізде сөз бостандығының жүзеге асуына мүмкіндік бар» деп жауап беріпті. «Қазақстандық бұқаралық ақпа­рат құралдарына бірлік пен ұжымдық әрекет жетіспейді. Алдымен журна­лис­тикадағы ішкі мәселелерді шешіп алу керек, өзара қырқысты тоқтату ке­рек. Еліміз бесіктен белі шықпай жатып демократияның жоғарғы са­ты­сына қарай ұмтылып жатыр. Бұл – оңай іс емес. Әрбір дамыған мем­ле­кет, әрбір дамыған қоғам бастан өт­кер­ген эво­лю­циялық кезеңдер бар. Мемлекет іш­ін­дегі әлеуметтік инсти­тут­тар да сол заңдылыққа бағынады. Журналистика біздің қоғамнан бөлі­ніп оза шауып кете алмайды. Кейбір мә­селелерде то­лық шындыққа қол жеткізе алмасақ, соған бола қайғыға салынудың қажеті жоқ. Жаңа заманға адаптациялану үде­рісі мүлде тоқтап қалса ғана қорқуға бо­лады. Бізде олай емес, ілгерілеу бар», - деп айтқан еді ҚР Журналистика академиясының президенті **Сағымбай Қозыбаевжурналистерге берген сұхбатында.**

Қазақстандық БАҚ Тәуелсіздік жылдарынан бері үш кезеңнен өтті. Алғашқысы 1991-1994 жылдардағы кезең болатын. Бұл кезде еліміздегі бар­лық салалар сияқты БАҚ-та дағ­дарысты бастан өткерді. Одан кейін на­рықтық жүйеге бейімделу кезеңі болып есептелді. Енді, міне, қазақстандық БАҚ либералды, еркін кезеңге жетті. Яғни, бұдан былай бәсекелік жолмен дамиды. Тәуелсіздік алған жылы Қазақ­стан­да тіркелген БАҚ-тың саны 600-дің шамасында еді. Содан бері тіпті дағ­да­рыс кезеңінде де олардың саны тек ар­тып отырды. Медиа-хол­дингілер, ме­диа-концерндер құрылды. Қазір мұн­дай құрылымдардың саны он шақ­ты. Біздің төңіректе мұндай көрі­ністі тек Ресей мен Қазақстаннан ғана бай­қау­ға болады. Қазір Қазақстанда тір­кеу­ден өткен 8 мыңнан астам БАҚ өкіл­і бар болса, олардың 2,5 мың­дайы бел­сенді жұмыс жа­сайды. Тір­кел­ген БАҚ-тың 83 пайызы – жекемен­шік. Соны­мен қатар жур­налис­тер­ге қа­­тысты ұйым­дар да кө­бейіп жатыр. Жур­налистер ода­ғы, Жур­налис­тер ака­демиясы, Жур­на­лис­тер конгресі, Медианет, Интер­ньюс, «Әділ сөз» сияқ­ты он шақ­ты ме­кеме бар, бұл – жақ­сы көрсеткіш. Еуразиялық медиа-­форум да – қазақ­стандық БАҚ-тың бе­де­ліне оң­тай­лы әсер етіп жатқан жоба. ТМД ау­ма­­ғын­да мұндай жоба жоқ.

Ақпараттық кеңістікке Тәуелсіздікпен бірге ой-сананың азаттығы да келді. Мемлекет өзінің ұлттық қа­уіп­сіздігін қамтамасыз ету үшін алдымен ақпараттық са­ланың іргесін мығымдап алғаны дұрыс. Елдің бір­тұтастығын қалыптастырып, бірлігін нығайту үшін мемлекеттік шекараларды анықтап алу жет­кі­ліксіз екенін бүгінгі жағдай көрсетіп отыр. Жа­һан­данудың салдарынан ақпараттық кеңістікті сақтау әсте оңай жұ­мыс емес. Адамзаттың өмірі ғаламтормен ты­ғыз байланысты болғандықтан, Тәуелсіздіктің арқасында ақпарат ке­ңіс­ті­гінде жүзеге асқан түрлі жобалар бүгінде өзін-өзі ақтап отыр десек болады. Азаттықтың алғашқы жылдары күнделікті ақпаратқа зәру болып оты­ратын көрермен, тыңдарман мен оқырман ақ­па­раттың қолжетімді болғанына риза. Жалпы, отан­дық ақпарат құралдары ғана емес, қазақтілді бас­пасөз заман көшінен қалмай дамуда. Заман көшінен қалмай, қазақ оқырмандары да ғаламтор пайдаланудан қалыс қалып жатқан жоқ. Жекелеген азаматтардың, ұйымдар мен Президент жанындағы Мемлекеттік тілді дамыту қорының қолдауымен кейінгі жылдары бірнеше сайттар мен порталдар жұмыс істей бастады. Отандық әлеуметтік желілердің даму қарқынына мамандардың көңілі тоқ. Ұлттық, мемлекеттік идеологияны қалыптастыруға зор үлес қосқан бұқаралық ақпарат құралдарының Тәуелсіздік жылдары қол жеткізген жетістіктері көп. Көптеген газет-журналдардың ғаламтордағы нұсқалары пайда болып, қолжетімділікке ие болуда. БАҚ-тың басты мақсаты – халыққа жан-жақты, сан-салалы ақпаратты объективті беру болса, ол мақсат бүгінде толықтай орындалып келеді.

Жал­пы, қазіргі таңда Қазақ­стан­дағы БАҚ-тың жағдайы айналамыздағы көрші ел­дер­дің қай-қайсысына қарағанда жақ­сы. Ол, негізінен, елдің эконо­ми­ка­лық жағдайына, мемлекеттің қам­қорлығына байла­нысты. Мәселен, көршілес елдерде БАҚ-тың мемлекеттік тапсырыс­тармен жұ­мыс жасауы өте сирек кез­деседі. Бұл жағ­дай ақпарат құрал­да­рына қар­жы­лай көмек болады. Әри­не, оған бар­лық БАҚ өкілдері ен­іп жат­қан жоқ. Де­ген­мен айтар­лық­тай қолдау болды. Ұй­ғыр, неміс, по­ляк, өзбек, кәріс тағы басқа тілдерде жа­рық көріп жатқан газеттерге мем­ле­кеттік дотация бар. Еліміздегі басы­лым­дардың арасында 16 тілде газет шығады. Қа­зақ­стандық телевизияның жағ­да­йын ТМД елдерімен, көрші ел­дермен салыстырар болсақ, көңіл то­лар­­лық­тай құбылыстарды байқаймыз.

Ең алдымен, орыстілді газеттер мен қазақтілді баспасөздердің ара­сын­да тақырыптық айырмашылықтың барын айтпасқа болмас. Бір шаңы­рақ­тың астында, бір қоғамда өмір сүріп жатса да, екеуі екі бөлек тыныстайды. Әсіресе, орыс­тіл­ді журналистер қазақ басылымда­рында не айтылып, не мә­селе көтеріліп жатқанын білмейді. Қазір қазақ ақпарат кеңістігі туралы ілгерідегі пікір түбірінен өзгерген. Ана тіліміздегі басылымдар қай тақырыпты жазуда болса да көш басында келеді. Айталық, қазіргідей ақпараттық заманның толассыз ағынынан зәрезап болған оқырманға жанына рухани уыз беретін, сезім иірімдерін тербейтін дүниелер ауадай қажет болып отырғаны шындық. Міне, осы өлшеммен қарағанда да қазақ газеттері қабырғалы істің басынан көріне білді.

Қазіргі кез – ақпараттық ағым мен сөз еркіндігінің кезі, күннен-күнге республикалық та, аймақтық масштабтағы мерзімді баспасөз құралдарының саны өсуде. Әрбір газет мемлекет көлемінде және дүние жүзінде болып жатқан оқиғаларды өздерінше хабарлауға тырысуда. Газеттердің арасындағы қатал бәсекелестік кезінде шығармашылық ұжымдар өз оқырманы үшін күресуге мәжбүр. Әрине, қазіргі кездегі басылымдардың зымыран уақыттың жалына жармаса жүріп атқарған істері де көп, кемшіл жатқан шаруалар да баршылық.

Қазіргі таңда Тәуелсіз еліміздің мерзімді басылымдары өркен жаюда. Сапасы да, саны да артқан. Мем­лекетіміздің болашақтағы гүл­денуі мен көркеюі де көп жағдайда осы бұқаралық ақпарат құралда­рына, оның ел өміріне арала­судағы белсен­ділігіне байланысты болмақ. Қазақ­стан журналистерінің кон­гресін өткізу де дәс­түр­ге айнала бастады. БАҚ-тың рөлін көтеру, жур­налист этикасы се­кілді көптеген мәсе­лені қараған Қазақ­стан журналистері­нің басқосу­лары – соның айқын дә­ле­лі. Елі­мізде дәс­түрге айналып үлгерген Еура­зия­лық медиа-форум бүкіл әлем журна­лис­терінің зор қызығушылығын ту­ғызып отырғанын байқауға болады. Форум әлем­дік бұқаралық ақпарат құралдарында елі­міз жөнінде дұрыс көзқарас қа­лып­тас­ты­руға күш сала­ды. Демек, медиа-­форумдар тә­уелсіз БАҚ-тың қалып­тасуы мен да­муына, аймақтағы ел­дер­дің саяси бел­сенді­лігінің одан әрі өркендеуіне айтар­лық­тай ықпал етері айқын.

 **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

1. Қазақ журналистикасының тарихы. – Алматы: Рауан, 1996.
2. Алаш айнасы.// 2013, 28 маусым.
3. Қазақ журналистикасы. – Алматы: Таймас, 2008.

**Жанақова М.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының 2-курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: **с.ғ.д., профессор Сұлтанбаева Г.С.**

**Репортаждың ақпараттық-сараптамалық жанрлармен ұқсастығы**

Репортаж ақпараттық жанр болғандықтан, оның ең бірінші мақсаты – оқырманға ақпарат ұсыну. Сондықтан, жанрдың ақпараттық жанрлармен ұқсастығы басым. Ақпараттық жанрлардың ішінде бастысы әрі негізгісі - **заметка.** Профессор Т.Амандосов: «Заметка дегеніміз – ең шағын және оперативті жанр. Ол өмір шындығының нақты фактілері, құбылыстары туралы дәлме-дәл тұжырымды хабарлайды. Заметканың негізінде бір оқиға, бір құбылыс, бір объект ғана жатады. Заметка алуан түрлі формада жазылғанымен, заметканың негізгі екі түрі бар деп санаймыз. Атап айтқанда, бірнеше жолдық тектес заметкалар және дербес заметка. Дербес заметка екі түрлі формада кеңейтілген түрде және сын түрінде жазылады да, ол газеттің күнделікті ісінде өте жиі кездесіп отырады» [1]. Ғалымның бұл тұжырымдамасы арқылы репортажға тән қасиеттерді байқау қиын емес. Заметка, ең әуелі, репортажға аудиторияға бұрын-соңды таныс емес жаңа ақпаратпен хабардар етумен ұқсайды. Заметка да репортаж сынды бұқараны ақпаратпен жедел әрі оперативті түрде сусындатады, болған жаңалық жөнінде кейінгі, жаңа келіп түскен мағлұматты беруге тырысады. Репортаж кіріспесі «лидпен» басталатынын ескерсек, репортажда дәл осы «лидтің» ролін «заметка» атқарады. К.Қамзин «лид» ұғымы жайлы: «Қазіргі журналистика теориясында батыстан келген «lead» (ағылшынша - «лид» - өткізу) деген ұғым бар, ол – журналистік мәтіндегі негізгі ойды ықшамдап, жылдам, көз тартатындай жарнамалай берудің он алты жолы. Журналистика теориясындағы лидтік мәтіндер қатқыл және жұмсақ болып үлкен екі топқа жіктеледі. Негізінен мәтін мағынасы «Кім? Қашан? Қайда?» деген сұрақтарға жауап берсе, лидтің қатқыл түрлері бой көрсетеді, ал оған қосымша «Неге? Не себептен?» деген сауалдарға жауап іздесе, лидтің жұмсақ түрлері басылым бетінен орын алады» деген [2]. Мысалы: «Ана тілі» газетінде «Түнгі қала ұйықтамайды» айдарымен жарияланған М.Бакмағанбетовтың ««Жедел жәрдем» кірпік ілген жоқ» (2008, №23, 5-маусым) атты кезекті репортажынан қатқыл лидтің түрін аңғарамыз: «Түн ортасы біреулерге сауық-сайран құрып, демалатын кез болса, дәрігерлер үшін жұмысының нағыз қызған шағы. Сондықтан осы жолы ақ желеңді абзал жандардың қызметін көрмекке келдік» [3]. Бұл сөйлемдерден автордың қайда, не мақсатпен келгені материалдың алғашқы сөйлемдерінен-ақ байқалып тұр. Демек, автор репортаж жазу барысында заметканың маңызды элементін: лидті сәтті пайдаланған. Репортаж жазу барысында жиі қолданылатын келесі жанрлардың бірі – **сұхбат.** Д.Рэндалл сұхбат жөнінде: «Жақсы мақала жазуды мақсат тұтып, адамдарға жөнді сұрақ қоя білу журналист үшін зор жетістік. Кейбір сәтте бұл әңгімені еске салуы мүмкін. Алайда бұл әңгіме емес, бұл – тілшілердің ақпарат жинауының тағы бір үлгісі. Мен сұхбатқа бұлай қарапайым анықтама бере салғаныммен, оның астарында ақпарат жанрының тағы бір түрі жатқанын аңғарған боларсыздар. Сұхбаттың басқа жанрлардан ерекшелігі – мұнда сіз алдын ала барлығын сценарий бойынша емес, сол сәтте, респондентпен сұхбаттасу барысында белгілі бір ақпаратқа қол жеткізесіз. Демек, сіз ақпарат беруші тарапынан қойылатын сауалдарға да әзір болуыңыз шарт және оған жолдайтын сұрақтарыңыз да дәл, нақты, тақырыптан ауытқымайтын болуы керек» [4]. Сөзіміздің дәлелі ретінде Ә.Жапақтың «Ана тілінде» жарияланған «Жаз. «Сыбырлақ» касса іске кірісті» (2008, №24, 12-маусым) атты репортажын мысалға келтірейік [5]. Мұнда репортер бірнеше кейіпкермен сұхбаттасады, олардан репортажға қажет дерек, ақпарат алуға тырысады, мамандар пікіріне жүгінеді. Ә.Жапақ репортаждарының ерекшелігі де сол – мәселенің мән-жайына көз жеткізу үшін автор әрдайым оқиға кейіпкерлерімен тілдеседі, олардан тың дерек алады, басшылармен жүздесіп, проблемаға не себеп екенін білуге тырасады, мамандар пікіріне құлақ түреді. Ал, бұл – репортаждағы сұхбаттың нақты айғағы, дәлелі. Жалпы репортажда сұхбатты қолдану репортерге оқырмандардың субъективті көзқарасынан арылып, оқиғаның шынайы өрбуіне септігін тигізеді. Оқиға куәгерлерін сөзге тарту арқылы тілші болған оқиға жайлы көп мағлұмат алады, оны көргендердің өз аузынан жеткізеді. Осыған орай, репортажға сұхбат жанрының «араласуымен» жанр мынадай мақсаттарға қол жеткізе алады: ***а) Ақпаратты куәгерлер арқылы жеткізу мүмкіндігі*** *(куәгерлердің оқиға орнында табылғанын баяндап жеткізгеннен гөрі, көруші тұлғаның өзін сөйлеткен репортаж үшін әлдеқайда тиімдірек);* ***ә) Мамандар пікірін келтіру.*** *Оқиғаға* қатысты мамандардан пікір алу – репортажда көтерілген проблеманың, жаңалықтың қаншалықты өзекті екенін анықтайды. Оқырман мамандардың пікірлерін оқып, ақпараттың ақиқаттылығына тағы бір мәрте көз жеткізеді. Репортаждың сондай-ақ, ақпараттық жанрлардың ішінде ***есеппен***де ұқсастығын аңғаруға болады. Есептің басқа ақпараттық жанрлардан ерекшелігі - міндетті түрде аудиторияның (жиындар, түрлі басқосулар, конференция немесе спорттық жарыстар), адамдар тобының болуы шарт. «Хабарлама жанрлардың ендігі бірі – есеп (отчет) қоғамдық, әлеуметтік мәселелер сөз болған жиналыс, мәжіліс, кеңестерден, конференциялардан, әр түрлі спорттық жарыстардан, бұқаралық мерекелерден, ресми қабылдаулардан жазылады. Оның міндеті – әлгідей болып өткен жиындардың қалай басталып, қалай жүргізілгенінен, қалай аяқталғанынан оқырманға мағлұмат беру, елес беру, онда қандай мәселе, проблеманың әңгіме болғанынан, олардың мән-маңызынан, қабылданған қарар-шешімінен жұртты хабар ету. Яғни, есеп – оқиға, фактіні, тәжірибені талдаудың, насихаттаудың, пікірді жинақтап, қорытынды ой айтудың, проблемалар қойып, кемшіліктердің бетін ашудың маңызды құралы» [6]. Есеп элементтері репортажда келесідегідей сипатта қолданылады: оқиғаның барлық маңызды детальдарының баяндалуы.Мұнда репортер оқиға сюжеттерін өз атынан баяндап, олардың маңыздыларына ерекше назар аударады. Нақты болған оқиғаны максималды түрде баяндауды мақсат тұтады.

***Репортаждың сараптамалық жанрлармен өзара байланысы.******Комментарий.*** *Комментарий элементтері репортажда автор оқиғадағы фактілерге байланысты талдау жасағанда, сараптағанда байқалады. Егер осы критерийлер репортаж бойынан табылса, мұндай репортажды сараптамалық репортажға жатқызуымыз әбден мүмкін. Сондай-ақ, комментарий репортажда тек сараптамалық мағынада ғана емес, оқиға қатысушысының, немесе маман пікірі ретінде көрініс табуы ықтимал. Яғни, мамандар пікірі шағын сұхбат немесе диалог ретінде, әңгімелеп беру, оқиғаға байланысты комментарий жасау тәрізді сипатта болады. Репортаж сонымен қатар, аналитикалық* ***корреспонденция*** сынды сараптамалық сипатқа ие. Алдымен, корреспонденцияға анықтама беріп көрсек. Орыс теоретиктерінің зерттеулеріне сүйенсек: «Корреспонденция – белгілі бір материалдың негізінде көтерілген проблеманы сараптай отырып, одан шешу жолдарын ұсынатын, көлемі үлкен болып келетін талдамалы жанр. Корреспонденция – проблеманы зерттеп қана қоймайды, оған баға беріп, сараптама жасайды, сараптама негізінде проблеманың тереңіне үңіліп, қорытынды шығарады. Корреспонденция: 1) хабарлама – жаһанда болған жаңалықтармен жалпақ жұртты хабардар етеді. 2) талдама – болған жағдайды терең зерттеп, оның болу себептерін анықтайды (мысалы: конфликт)» [7]. Ал, профессор Т.Қожакеев корреспонденцияға мынадай түсініктеме береді: «Мерзімді баспасөз тәжірибесінде жиі пайдаланылатын негізгі жанрлардың бірі – корреспонденция. Оның қоғамдық-әлеуметтік мән-маңызы өте үлкен, атқарар міндет-мақсаты да зор. Корреспонденция – нақты фактілер жанры. Әр жанрдың өзіндік белгілері болады десек, корреспонденцияның да сара тұрған даралық негіздері бар. Біріншіден, оның мазмұны жалқыдан жалпыға қарай дамиды. Яғни, ол сөзді нақты бір фактіден бастайды. Екіншіден, факт – дерек ақпараттық жанрларды хабарлау үшін, мақалада белгілі бір пікір, қорытындыны иллюстрациялау үшін, соның дәлелі, мысалы ету үшін ғана қолданылса, корреспонденцияда талдап, сырын ашу үшін, соның негізінде ой атып, әлеуметтік қорытындылар жасау үшін пайдаланылады. Үшіншіден, корреспонденция өмірде, географияда бар, адресті объектіден жазылады. Яғни, нақты бір өндіріс орнындағы, мекеме, ұйымдар қызметіндегі істің жай-күйін көрсетуге арналады. Төртіншіден корреспонденция көбіне баяндау стилімен жазылады» [6]. Көргеніміздей репортаж бен корреспонденцияға ортақ элементтер баршылық. Олар: ***а)*** қос жанрда өмірде болған, шынайы дәлел, факт негізінде жазылады; **б)** автордың оқиғаға байланысты мәтіндері екі жанрда да: тезис – аргументация – демонстрация – қорытынды сынды тізбекпен жазылады. Қос жанрдың элементтері де «Жас қазақ» газетінде жарық көрген Ж.Байсемізованың «Қыр асқан қара домалақтар» ( 2009, №29, 24-шілде) атты репортажынан көреміз [8]. Журналист аталған материалда корреспонденцияға тән ерекшелікпен Америкаға сапарын сараптайды, репортажға қойылар талапқа сай көрген-түйгенін өз аузынан баяндайды. Бұл жарияланымда факт пен оқиға кейіпкерлері де баршылық. Автор әсерлі тілмен оқырман назарына Америкадағы қазақ балаларының тұрмыс-тіршілігі жайлы мол мағлұмат береді.

***Автордың «мені» - репортаждың басты ерекшеліктерінің бірі.***

Мерзімді баспасөз беттеріндегі түрлі жанрларда қалам тербеген көсемсөз шеберлері, материалды жазғанда үшінші жақтан жазып, өзінің қатыстылығын аңғартпауға тырысады. Ал, репортажда керісінше, мұнда автордың оқиғаның тікелей қатысушысы болғаны репортаждың өнбойынан сезіліп тұруы керек. «Репортаждағы автор «менінің» маңызы зор: жанрды өзге публицистикалық жанрларды ерекшелейді, сюжетке жан бітіріп, мәтінді эмоционалды тұрғыда көркемдейді, репортаждағы репортердің ролін күшейтеді. Осы авторлық «мен» арқылы маңдайында «репортаж» деген айдар тағылмаған материалдың өзінен оқырман автордың оқиға көрермені екенін оқу барысында аңғарып, оның репортаж жанрында жазылғанына көз жеткізеді. Тілші болған жайды үшінші жақтан баяндай салса, мәтіннің мағынасы ашылғанымен, тілі солғын келіп, оқырманды бірден өзіне елітіп, тартып әкете алмайды. Демек, репортаждағы автордың «мені» оқиғаны баяндаудың әдемі тәсілі, репортердің ақпаратты хабарлаудағы амал-айласы. Оқырман автордың оқиғаға өзі қатысқанын біліп, бірден жаңалыққа елең етеді, қызыға оқиды. Себебі, репортажда факт, дәлелдің барлығы автор аузынан хабарланады» [9]. Демек, бұл тұжырымнан мынадай қорытынды шығарамыз: репортажда – автордың «мені» міндетті түрде болуы тиіс, автор оқырманға өзінің болған жаңалықтың куәсі болғанын сездірткен сайын, оқырман ақпараттың шынайылығына, ақиқат екеніне көз жеткізеді, газеттің келесі сандарында репортажды «іздеп тұрып» оқитын дәрежеге жетеді. Бұл бір. Ал, екіншіден, автордың «мені» репортаж бойынан айқын білінгендіктен, автор өз эмоциясын да жасырмай, керісінше барынша табиғи, шынайы қалыпта жеткізуіне мол мүмкіндік тудырады. Ал, үшіншіден, автордың «мені» репортажда жиі көрініс тапса да, бұл репортаж тілінің қарабайырлануына себеп болмауы керек. Егер репортер оқиғаға өзінің қатыстылығын дәлелсіз, фактісіз, тек «жалпақ» тілмен баяндап берсе, мұндай репортаж тек репортердің «әңгімесі» деңгейінде ғана қалады. Сондықтан, аталған қателікке жол бермес үшін, автор репортаж мәтінінде әр сөйлем сайын «мен» есімдігін қолдана бермей, өзінің оқиғаға қатыстылығын, оқиға барысынан-ақ, оның сюжеттерінен-ақ білдіруі шарт. Яғни, автор мәтінде «менді» пайдаланбаса да, оқиғаның басы-қасында болғанын оқиғаны суреттеу шеберлігімен білдіртуі тиіс. Қорыта айтқанда, репортаж жазу арқылы журналист өзінің бар шеберлігін таныта алады. Сондықтан болар, бүгін де репортаж журналистердің ең сүйікті жанрларының бірі. Мысалы: «Ана тілі» журналисті М.Бекмағанбетов «Букмекер қалтаны қақты» (2008, №9, 2-ақпан) атты репортажда авторлық «мен» айқын көрініс тапқан [10]. Сөзіміздің дәлелі ретінде репортаждан мынадай мысалды келтірейік: ««Мың рет естігеннен бір рет көрген артық»,-деп жолдасыммен бірге кешкісін сонда тарттым. Ымырт үйіріле Мұқанов пен Шевченко көшелерінің қиылысында орналасқан «Арғымақ» кафесіне келдік». Бұл сөйлемдерден автордың оқиға орнында болғаны, оны өз аузынан баяндағаны белгілі. Демек, репортажда авторлық «мен» бар.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

1. Amandosov T.S. Qazaq sovet baspasozinin janrlary. – Almaty, Mektep, 1968. – 242 b.
2. Qamzin K. Janrlardyn bastau-bulaqtary. Qazaq jurnalistikasy. 3 tomdyq. 1-t.:Qazaq baspasozi. – Almaty: «Taimas» baspa uyi, 2008. – 352 b.
3. Bekmaganbetov M. Jedel jardem kirpik kakkan jok. // Ana tili. – 2008. – №23. – 5-mausym.
4. Rendall D. Universalnyi journalist. – SPb., 1996. – 344 b.
5. Japak A. Jaz. «Sybyrlaq» kassa iske kiristi. // Ana tili. – 2008. – №24. – 12-mausym.
6. Kojakeev T. Jas tilshiler serigi. Almaty, 1991 – 223 b.
7. Voroshilov V.V. Jurnalistika. Uchebnik. 4-izdanie.– SPb. Mikhailova V.A. , 2002. – 656 s.
8. Baisemizova J. Qyr asqan qara domalaqtar. // Jas qazaq. – 2009. – №29. – 24-shilde.
9. Vakhurov V.N., Kokhtev V.N., Solganik G.A. Stilistika gazetnykh janrov. – М., Vysshaya shkola, 1978 – 183 s.
10. Bekmaganbetov M. Bukmeker qaltany qaqty. // Ana tili. – 2008. – №9. – 28-akpan.

 *В статье рассказывается о репортаже и других жанрах журналистики, в частности, рассматривается схожесть с информационно-аналитическим жанром. Автор дает теоретическое определение каждому жанру, широко освещает тему, а также старается раскрыть схожесть репортажа с другими жанрами, выявляет особенность жанра. Для выявления сходства жанров в статье использованы научные труды игазетные публикации.*

*The article on the report and other genres of journalism, in particular, the similarity with the information – analytical genre. The author provides a theoretical definition of each genre, widely covers the topic, as well as trying to uncover similarities and feature reporting with other genres. Along with this, the author of this article identifies a feature of the genre - a report of the other nonfiction genres. In order to identify the similarities of genres in the article are used not only scientific works, but also backed up by newspaper publications.*

**Жунисова М.**

магистрантка 1-курса кафедры

печати и электронных СМИ

Научный руководитель: **д.ф.н., профессор Нургожина Ш.И.**

**Авторская программа на современном телевидении**

Современное телевидение предлагает разнообразный выбор программ по различным каналам: телесериалы, мыльные оперы, телевикторины или игры-шоу, документальные фильмы, ток-шоу, программа о текущих событиях. Как правило, после «топовых» информационных программ и последних известий, зрители могут увидеть фильмы и спектакли, балет и оперу, и все виды викторин, соревнований и т.д.

 Одним из самых актуальных видов программ на сегодняшний день являются телевизионные авторские программы. Авторские программы как оригинальный телевизионный продукт практически не изучены и требуют детального рассмотрения для определения его дальнейших перспектив.

Если форма существования искусства – отдельное произведение, то форма существования телевидения – программа.

Любая телепередача реализует себя всегда в настоящем времени, и при видеозаписи возникает впечатление трансляционности, Делается это в расчете на одномоментное восприятие, иногда на конкретный день и час.

Многочисленные шоу, по преимуществу музыкальные и, безусловно, развлекательные передачи. Создание сценария подобной программы требует незаурядной выдумки, безукоризненного знания технических возможностей телевидения.

Сюда же следует отнести телевизионные игры, жанр которых (задолго до телевидения) определил М. Кольцов удачным словом «викторина». К этому жанру с полным правом можно отнести и КВН, и интеллектуальную игру «Что? Где? Когда?», и простенькую «Любовь с первого взгляда», и передачу «Счастливый случай».

Понятно, сколь велика роль автора в создании таких составных передач. Здесь он решительно вторгается в сферу деятельности и редактора, и режиссера, и других участников творческого процесса. Автор-сценарист порой бывает и ведущим такой передачи. Его знания в определенной области, эрудиция, такт, обаяние, находчивость, чувство юмора, способность публично мыслить вслух, умение «разговорить» гостя студии перед камерой и множество других необходимых качеств обеспечивают, в конечном счете, успех тележурналу, видеоканалу, шоу, викторине. Ведущий как бы «материализует» результат коллективного труда всех остающихся за кадром создателей передачи. Из этого следует, что авторская программа- программа, лишенная штампов и трафаретов, отмеченная печатью персонального таланта авторов.  Авторская программа потому и называется авторской, что в основе ее лежит ярко выраженный замысел журналиста, его отчетливая позиция и поиск оригинальной художественной формы. Возвращаясь к самой природе авторской программы, следует подчеркнуть, что такая программа может быть по жанру и постановочной, игровой, развлекательной, а вовсе не публицистической, основанной на реальности, на документе, или проблемной. Итак, авторский замысел – вот главное, что должно лежать в основе авторской телевизионной программы.

Если рассматривать авторские программы на телевидении нашей страны одной из самых популярных в нынешнее время является программа известного Казахстанского журналиста Артура Платонова, который стал Лауреатом премий Союза журналистов Казахстана (2004), как лучший руководитель и автор самой рейтинговой на казахстанском телевидении авторской программы, как лучший телевизионный ведущий страны. Ррассматриваемая нами программа - «Слуги народа». Название бесспорно очень интересное, но кого же автор называет нашими слугами?  Древнегреческий оратор и публицист Исократ (436-338 до н. э.) в своем сочинении «Ареопагетик» (354 до н. э.) писал: «Народ должен назначать представителей власти, (...) а люди, располагающие достаточным досугом, должны посвятить себя заботам об общественных делах как слуги народа» /1/. Исходя из этого, «слугами» нашими можно считать чиновников, депутатов и всех должностных лиц, занимающихся управлением государства, тем самым оказывая влияние на жизнь каждого из нас. В своей программе автор приглашает лиц государственного управления на открытый разговор, задавая острые вопросы на болезненные темы, волнующие народ. Героями программы были такие чиновники как Айкын Конуров, секретарь компартии Казахстана, Еримбетов Нурлан, президент Гражданского альянса, Алихан Байменов, председатель Агентства по делам госслужбы, Гани Касымов и другие известные личности.

 Популярная программа российского телевидения «Женский взгляд» Оксаны Пушкиной также относится к разряду авторских. О. Пушкина в 2005 году стала лучшей телеведущей, по мнению жюри премии «Золотая семерка». В мае этого года авторской программе «Женский взгляд» исполнилось 16 лет. Она дает возможность посмотреть на окружающий мир глазами женщины. Знаменитые люди с потрясающей откровенностью рассказывают о своей жизни, среди них: известные артисты, спортсмены, политики, бизнесмены - те, чьи имена вызывают интерес у аудитории, чьи жизни и поступки становятся предметом восхищения и обсуждения. Это программа - портрет, очень камерная и теплая, в которой каждый герой может рассказать не только о своей карьере и творческих планах, но и о личной жизни, о встречах, определивших его судьбу, о своем детстве, отношениях с родителями, друзьями и любимыми. Герои программы - известные и популярные личности. Хронометраж программы 26 минут, в течение которых ведущая с присущим ей тактом повествует о самых важных событиях и впечатлениях в жизни героя. Героями программы «Женский взгляд Оксаны Пушкиной» стали: Дэвид Копперфильд, Андрей Кончаловский, Мила Йовович, Олег Басилашвили, Александр Абдулов, Галина Волчек, Анжелика Варум и Леонид Агутин, и многие другие. Герои предстают перед телезрителями не только как официальные лица, но и как обыкновенные люди с их увлечениями, трудностями и радостями.

Итак, программы концептуально похожи. Но, аудитория у этих программ разная. Программа Артура Платонова носит политический характер, в то время как «Женский взгляд» программа-портрет для широкого круга зрителей. Оксана Пушкина показывает историю того или иного героя сквозь призму своего сознания, высказывая порой свою точку зрения, которая может не совпадать с мнением зрителя. Она дает личную оценку событиям. В этом плане, программа Платонова более строга и принципиальна. Герои программы предстают как официальные лица, главная задача которых эффективно выполнять свою работу. В программе «Слуги народа» А. Платонов оценок не дает, он старается быть нейтральным, пересказывая историю героя, опираясь на реальные факты. Конечно, если говорить об авторах программ, то имя Оксаны Пушкиной более публичное, так же как и её передача, чем имя Платонова.

 Таким образом, авторская программа является продуктом самого процесса телевещания, а для того чтобы телепередача пользовалась успехом, необходимо добиться расположения телезрителя. Надо войти в доверие, тогда у программы будет будущее, и соответственно определенный круг постоянных зрителей.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

1. Пущинский А. Исторический момент двадцать лет спустя. - URL: <http://www.stihi.ru/2013/10/04/5481>)

2. Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я.. Телевизионная журналистика.- М., 2002.

*Given article considers authoring program as one of the most interesting and colorful creations on television, built on personal ideas, talent and personal conception of the author. The program which can be in totally different genre and artistic form. The program which has no restrictions and stamps.*

*Берілген мақала авторлық бағдарламаны телевизиядағы автордың дербес идеясы мен дербес талантының арқасында құрылған ең қызықты және көркем туындылардың бірі деп қарастырады. Бұл әр түрлі жанр мен әр түрлі көркем пішінде құрылатын бағдарлама. Шектеусіз, тыйымсыз құрылатын бағдарлама.*

**Картаева С.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының 1-курс докторанты

Ғылыми жетекшісі: **с.ғ.д., профессор Сұлтанбаева Г.С.**

**Ақпараттық кеңістіктегі Оңтүстік Осетия және Грузия қақтығысы**

БАҚ жаппай халықтың санасына ақпараттық ықпал жасай алатын бірден бір құрал болып табылады. Сол себептен де, оларды (бұқаралақ ақпараттық құралдарды) ақпараттық соғыстың стратегиялық күшінің негізгі бөлігі ретінде қарастырады. «Адамның санасы және сезіміне дыбыстар мен бейнелер арқылы жасырын ықпал етудің түрлі технологияларын қолдану жаппай қырып жою қаруларының ұқсастығы жөнінде айтуға мүмкіндік береді» [1]. Көптеген мамандар ақпаратты қабылдаушының көз алдына белгілі виртуалды картинаны бейнелеу арқылы жеткізілуін БАҚ-тың ең қауіпті тұсы деп есептейді.

Ақпараттық ықпалдылықтың қайнар көзі ретінде БАҚ-тың іске асуы ең алдымен ғаламдық хабарлау жүйесінің құрылуымен негізделген. Күнделікті өмірде бейбіт мақсатта қолданылып жүрген олардың еш кедергісіз әлемнің түкпір-түкпіріне дейін сигналдар жеткізуге қабілетті. Бұл ықпалдылықтың күші мен нәтижелілігі мықты психологиялық әсер болып табылады. Себебі, көрермен оқиғаға «қазір және осында» ене отырып, оның қатысушысына айналады. Бұл әдістер қарастырылып отырған қақтығыстың ақпараттық соғысында кеңінен пайдаланылды.

*Соғыстың ресейлік БАҚ-та жариялануы****.*** Ресейлік БАҚ үшін әскери қақтығыс туралы негізгі ресми ақпарат көзі РФ Қарулы күштері Бас штабы бастығының орынбасары, генерал-полковник А.Ноговицынның күнделікті пресс-конференциясы болып табылды.

Оқиға орнынан репортаж жүргізген журналистер туралы айтар болсақ, 2008 жылдың 3 тамызынан бастап Цхинвалда ресейлік телекомпаниялардың тілшілері қызмет еткен болатын. 8 тамызға қараған түні Оңтүстік Осетия астанасында Бірінші канал, НТВ, ТВ Центр, «Россия» телеканалы, РЕН ТВ, 5 канал, Russia Today, «Мир» телерадиокомпаниясының түсірілім топтары болды. «Бескүндік соғыста» жұмыс істеген жалғыз шетелдік түсірілім тобы – ол украиналық «Интер» телеканалы болды. 9 тамызға қарай журналистердің көп бөлігі қақтығыс аймағынан кетіп қалды. Цхинвалада жоғарыда көрсетілген тек алғашқы үш каналдың, украиналық «Интердің» және бірнеше газет журналдың өкілдері ғана қалды.

2008 жылдың 21 тамызы осетиндік дирижер Валерий Гергиев Мариин театрының оркестрімен бірге Цхинваланың адамға лық толы алаңында соғыста қаза тапқан бейбіт тұрғындардың құрметіне концерт берді [2]. Ол концерт алдында: «…Әлемдік қауымдастық орыстардың Грузияға кіргендігін айтады ма? Бірақ, ешкім мыңдаған адам ұйқыдағы қаланың тірі қойларына айналғандығы жөнінде ауыз ашпады! Сонда, танктан балаларға соққы жасау – Кавказдағы ерлер-әскерінің айбыны болғандығы ма?! Бұл – барып тұрған масқара!..», - деген болатын [3]. Осы концерт бейбіт алқаптарға қысым көрсету және қоғамдық сананы манипуляциялау әдісі мақсатында ресейлік насихаттаушылармен кеңінен қолданылды. Тіпті, кейбір БАҚ үшін концерт «ресейлік сыртқы саясаттың құралы» деп те танылды.

Оның үстіне Times сияқты, көптеген британдық газеттер палестиналық аудитория алдында жиі концерт беретін танымал дирижер Даниэль Беренбоймға (шығармашылық тобына палестиналық та, израильдік музыканттар кіреді) қарағанда, Гергиев осы қақтығыстағы өзінің проресейлік ұстанымын нақты жеткізді [4].

Гергиев концертінің ресейлік әрекеттерін насихаттаудан басқа, «ақпаратшылар» қалың халық арқылы әсер етуді жөн көрді. Осылайша, Оңтүстік Осетия қақтығысы туралы айтылатын «08.08.08 Сатқындық өнері» және «Олимпиус инферно» фильмдері аздаған уақытта түсіріліп, жақсы айналымға түскен болатын. Соңғы фильмде қақтығыс барысында жүргізілген ақпараттық соғыс анық көрсетілген. Сонымен қатар, режиссерлар грузиндік әркеттердің американдықтардың басқаруымен жасалғандығын тиянақты көрсеткен. Осылай, американдық BBC телеканалының журналисі грузиндік әскермен жарылған үйдің алдында репортаж жасап тұрып, камераға үйдің орыс әскерімен жарылғандығын хабарлайды. Басты кейіпкердің ақпаратты бұрмалап жеткізілуіне қатысты таң қалып қойған сұрағына, тілші: «мұнда танк та, ұшақ та жоқ. Бұл – ақпараттық соғыс!» деген жауап қайтарады. Spiegel неміс журналы бұл фильмді ресейлік «насихат машинасы» деп атайды [5].

Осетиядағы соғыс жөніндегі арнайы хабарда «Вести» телеканалы абхаздық президент Сергей Багапшаның сөзін дәйектейді: «Оңтүстік Осетиядағы Грузинның қимылдарын осетиндікті халықты қанау деп қана сипаттауға болады. Осындай оқиғадан кейін Абхзия мен Оңтүстік Осетия Грузиямен бірге бір мемлекетте өмір сүре алады деген қиял ой ешкімде қалмайды деген ойдамын» [6].

Алайда, қарулы қақтығысқа барлық БАҚ оңтайлы көзқарас таныта қойған жоқ. Кейбір ресейлік массмедиаларда өткір айтылған пікірлер де болды.

Мысылы, 19 тамызда «Газета» газетінде профессор Б.Соколовтың мақаласы жарық көрген. Ондағы автордың пікірі бойынша «қазіргі ресей-грузин соғысының сыртқы шапшаңдығына қарасақ, оның ұзақмерзімді келешегінде Мәскеудің әскери-саяси және дипломатиялық жеңілісін көруге болады» деген баға берілген. Б.Соколовтың пікіріне сәйкес басылымның жарық көруіне байланысты РФ Президент Аппаратының талабы бойынша автор университеттегі жұмысынан бас тартуына және баспамен ынтымақтастығын үзуге мәжбүр болды. Дегенмен, университеттің өзінде Соколовтың жұмыстан өз еркімен босағандығын айтты [7]. «Саакашвили жеңілді ме?» атты мақаласының сайтта жойылуын «Газеты» редакциясының қызметкері Дмитрий Бальбуров техникалық ақау деп түсіндірді [8].

Грузиядағы ресейлік БАҚ-та Ресейдің әскери кампаниясының сынға ұшырауы биліктің және жекелеген авторлар мен редакторлардың ақпараттық саясатқа араласу фактілерінің кездесуіне алып келді. Сонымен, 29 тамызда РФ Үкіметінің төрағасы В.Путин Ресейдің 35 жетекші БАҚ өкілімен кездесу өткізді. Олардың арасында «Эхо Москвы» радиостанциясының редакторы Алексей Венедиктов болды. Ресей премьер-министрі, американдық The Washington Post [9] газетінің ақпаратына сүйене отырып, әскери қақтығыс туралы радиостанция хабарларындағы олқылықтарға тоқталып өтті. Венедиктов: «ескертуді көпшілік алдында есту жағымсыз, ал өкінішке орай, орын алған қателіктерді мойындау одан да жағымсыз болды», оның айтуынша Путин бір де бір журналисті, бір де бір қатаң талапты атап көрсетпеді. Алайда, кейбір құқық қорғаушылар мен журналистердің пікірінше, сөз бостандығы мен ресей-грузин қақтығысының салдарына әкімшілік қысым көрсету әрекеттері байқалған [134-135].

Сонымен қатар, ресейлік БАҚ-ғы Оңтүстік Осетияға қатысты Кремль саясатына қарсы сыни пікірлермен қатар, насихат материалдары да кездескеніне назар аударған жөн. 2008 жылдың 1 қыркүйегі «Коммерсантъ-Власть» журналы қақтығыс жаңдайынағы және оқиғаны жариялау барысындағы ресейлік ресми тұлғалар, электронды БАҚ («Комсомольская правда», «Известия», телеканал «Вести») тарпынан қасақана жасалған қателер, бұрмалаулар мен ақпаратты дұрыс жеткізбеудің нақты мысалдарын келтірген [10]. Мақала авторы бұл басылымдарға «шектен шыққан патриоттар» деген баға берген.

*Грузия мен Ресей арасындағы ақпараттық соғыс.*Грузия Қауіпсіздік Кеңесінің хатшысы лександр Ломайдың айтуынша, ресейлік БАҚ Грузияға қарсы «ақпараттық соғыс» жүргізуде. Осыған байланысты, 9 тамыз Грузия барлық ресейлік телеканалдардың өз территориясында хабар таратуын тоқтатты, сонымен бірге, ресейлік сайттарды істен шығарды. Керісінше, «Америка даусының» грузин тіліндегі нұсқасы көбейтілді [11]. 8 тамыздан бастап ресейлік БАҚ-тың басты тақырыбы Оңтүстік Осетиядағы соғыс болғандығымен Lenta.ru келісіп отыр және ресейлік телеканалдар эфирінің маңызды бөлігін мойындалмаған республиканың билік басыларының жағдайға қатысты пікірлеріне арнағандығын айтады [12]. Қақтығыс орын алған уақыттан бастап территорияда орыс тілінде жүргізілетін жалғыз канал RTVi тыйымға соңғы болып ұшырады. Олардың телеэфирге шығуын қаламайтындығы туралы хат RTVi басшылығына 18 тамызда, Ресейдің Сыртқы істер министрі Сергей Лавровтың Оңтүстік Осетия соғысындағы Грузия басшылығының әрекеттеріне қатысты айтқан сын пікірінен соң жіберілді [13]. Кейінірек грузин басшылығы ДТВ, ТНТ, СТС, «Мәдениетке» рұқсат беріп, Бірінші канал, Россия, НТВ, ТВ Центр және Вести тыйым салынған күйі қалды.

Ресейлік тарап Грузия өз әрекеттерімен өз азаматтарын обьективті ақпараттан айырды деп есептейді. «Грузиндік азаматтар үшін ғаламторға кіру мүмкіндігі жойылды, бұл Ғаламтор халықаралық желісінің қолданыстағы ережелеріне қарсы жасалған», - деп жариялады Ресейдің байланыс және бұқаралық коммуникация министрі Игорь Щеголев. Оның пікірінше, грузиндік билік өкілдерімен «өз халқын сауатсыздандыруға бағытталған ақпараттық-насихат» кампаниясы ұйымдастырылған [13].

Кейбір мәліметтер бойынша, Ресейде Грузия қимылдарына жауап ретінде грузиндік сайттарға кіруге тыйым салынған – ол туралы батыстық [14] және ресейлік оппозициялық сайт Каспаров.ru [15] дерекнамалары мәлімдейді. Негізгі куәландыратын жайт ретінде кей грузиндік сайттарға (civil.ge, newsgeorgia.ru, president.gov.ge) кіруге тыйым салынғандығы айталады. Ресейлік ресми БАҚ-та бұл туралы ештеңе айтылмаған.

Сонымен қатар, ресейлік журналистердің грузиндіктер тарапынан соққы астына қалғандығы да орын алған.

Өздерінің бар екендігін білдіруге дайын тұрған Ресей жастары қақтығыстан тыс қалмауды жөн көрді. 8 тамызда «Наши», «Жас Ресей», «Жергіліктілер», «Жас Гвардия» және «Жаңа адамдар» қозғалыстарының көшбасшылары барлық интернет ресурстарда жүзеге асыралатын «Грузия Президенті М.Саакашвилидің режиміне қарсы ақпараттық соғыс жариялауға» шақыратын өтінішке қол қойды [16].

Грузия мен Ресей арасындағы ақпараттық қарама-қайшылық шынымен-ақ, қақтығысқа қатысушы мемлекеттердің ресми сайттарына және аталған соғысты жариялайтын жетекші БАҚ-тың электронды нұсқаларына кибер-атака жасауға дейін алып келді. Интерфакстың хабарлауы бойынша 8 тамыз күні кешкі уақытта Грузияның Сыртқы істе министрлігінің және басқа да мемлекеттік құрылымдардың сайттарына хакерлердің шабуыл жасағаны байқалған [17]. А.Гитлер мен М.Саакашвилидің суреттерінен жасалған коллаж Грузияның СІМ сайтының бастапқы бетінде жарияланған. Осыған байланысты грузин тарапы өкілдерінің ресми өтініші сайт жұмысының қалыпты жағдайына келмегенінше информагенттіктер арқылы жарияланып тұрды.

Одан басқа, Грузия президентінің ресми сайты да шабуылға ұшырады. [17]. Польша президенті марқұм Лех Качиньски Грузия үкіметіне Оңтүстік Осетиядағы жағдай туралы жариялап тұру үшін өз сайтын ұсынған болатын, алайда ол сайт та хакерлермен бұзылды [18]. Кейбір БАҚ «Грузия Online», «Грузия жаңалықтары», сонымен қатар Сivil.ge және «Азат Грузия» сияқты грузиндік ресурстардың бұзылғандығы жөнінде атап өткен болатын [19].

Десек те, батыс баспалары интернет-шабуылдарға тек хакерлерге ғана емес, Ресейге де кінә тағуға кет әрі еместігін білдіртті. Ал, жоғарыда аталып өткен поляк президентінің сайтында тіпті, «интернет блокаданы Ресей Федерациясы жасап отыр», - делінген. TULIP Systems хостинг-кампаниясының жетекшісі Том Берлинг: «Шабуыл жасалып отырған IP –мекен-жайдың барлығы Ресейге тиесілі. Біз оларға төртеп бере аламыз, дегенмен, кедергі қойылған сәттен бастап-ақ, тағы да 500-ге жуық бұзушылардың тізімі басқа ресейлік мекен-жаймен тіркеледі». Алайда, сайттардағы хакерлердің шабуылдық қимылдарын байқап отыратын танымал ShadowServer.org сайты бұқаралық шабуылдар бірінің басқарушы IP-мекен-жайын анықтай алды және ол мекен-жай территориясы бойынша АҚШ-та орналасқан. Интернет-трафикті бақылайтын американдық Renesys Corp.компаниясы Ресейде «Грузияға ешқандай интернет-трафикті шектеудің болмағандығын» айтады [18]. «Каспер Лабораториясының» жетекші антивирус сарапшысы Виктор Камлюк бұл хабарламаны жоққа шығарды: оның ойынша, грузин сайттарына кіруге тыйым салынуы DDos-шабуыларының салдарынан болып отыр [20].

Бирменгемедегі Алабама Университетінің компьютер бойынша экспертиза орталығының директоры Гэри Уорнер (Gary Warner) грузин сайттарының жабылуына ресейлік билік өкілдерінің қатысы жоқ екендігімен келіседі. Оның сөздері бойынша, жүздеген ресейлік сайттар мен блогтарда DDos-шабуылдарға арналған эстондық сайттарға жасалған шабуылдар кезінде кеңінен танылған скрипттар кездескен.

Бұл – грузин сайттарына қарапайым интернет пайдаланушылары щабуыл жасағандығын көрсетеді. Сонымен қатар, ол қоғамдық пікірді қалыптастыру үшін БАҚ-ты мемлекеттің өзі қолданғандығын атап өтіп, нәтижесінде Ресей тұрғындарында Грузияның НАТО-ға кіруі РФ әлсіретеді, ал Оңтүстік Осетияның қолдануы оған тосқауыл бола алады деген пікір қалыптасып, грузин сайттарына шабуыл жасағандығын айтады [21].

Көптеген сарапшылар маңызды қолдау болмағандығын алға тартып, шабуылдардың әлсіз үйлестірілгендігін айтады. «Хакерлік ақпараттық соғыстың құрамдас бөлігі бола алады, бірақ тек негізгі бөлігі емес», - деп есептейді «Коммерсантъ» баспа үйінің директоры Павел Филенков [22].

Өз кезегінде оңтүстік осетия тарапы олардың сайттарына да хакерлік шабуылдардың жасалғандығы туралы айтады. Оңтүстік Осетия республикасының мемлекеттік ақпарат және баспа комитетінің сайтында «DDoS-шабуылдарының жүргізілуіне байланысты сайттар жұмысы жиі істен шығады» деп хабарланған. Қосымша ақпарат үшін өзге Цхинвал.ru сайты іске қосылған болатын, бірақ кейінірек ол да шабуылға ұшырады [23]. Әскери қимылдардың белсенділігі байқалғаннан кейін, оңтүстік осетиндік ақпараттық агенттігі «Осинформнің» ұқсас мекен-жайлы (ср.: osinform.ru и os-inform.com) клоны жасалынды. Ол жерде орын алған оқиғаның грузиялық нұсқасы жария етіп отырды, тіпті Оңтүстік Осетия президенті Эдуард Кокойттың жалған хабарламалары да жарық көрді [24].

Тіпті қақтығыс тоқтатылғанына бір ай өтсе де, осетиндік сайттарға, электронды пошта жәшіктеріне және ICQ интернет-пейджерлерінің аккаунттарына шабуылдың басылмағандығы хабарланды [25].

DDOS-шабуылға сонымен қатар, РИА «Новости» сайты [19], Russia Today ресейлік ағылшын тілді телеканалының сайты да тап болды. Телеканалдың ақпараттық қауіпсіздік мамандарының анықтауынша, шабуыл Тбилисиде тіркелген IP-мекен-жайдан жасалған болып шықты [26].

2008 жылдың қазанында коммуникация жөніндегі грузиялық ұлттық комиссия «Оңтүстік Осетияда және оған жақын аймақтарда заңсыз хабар таратқаны үшін» ресейлік бұқаралық ақпарат құралдарына: «Первый канал» және «Вести FM»50 мың лари (шамамен 36 мың АҚШ доллары) көлемінде айыппұл салған. Бұған дейін ресейлік «МегаФон» операторы байланыстың Ресей аймағынан тыс Оңтүстік Осетия территориясында болғаны үшін 360 мың АҚШ доллары көлемінде айыппұл төлеген болатын [27].

Қорыта келе, әлемдік бұқаралық ақпарат құралдарына жүргізілген сараптама қақтығыс басталған уақыттағы Ресей қимылдары біржақты жағымсыз баға алғандығын көрсетті. Мұндай жағдай автордың пікірінше, екі себеппен қалыптасты. Біріншіден, Ресейге қарсы бағытталған ақпараттық соғыстың Грузия тарапынан әлемдік ақпараттық нарықта монополист болып табылатын АҚШ қолдауымен жасалып отырған айдан анық болып отыр. Оған басылымдар сипаты мен жүргізілген жалған ақпараттар ағымы дәлел бола алады. Екіншіден, Ресейдің өз саясаты және ақпараттық қарама-қайшылыққа төтеп беруге жасаған әрекеттері болып табылады.

Ресейлік БАҚ-тың сараптамасы көрсеткендей, қақтығыстың алғашқы күндері Ресей сондай күшті антинасихатқа қарсы тұруға дайын болмады. «Дәстүрлі БАҚ-ғы соғыс Цхинваладағы атыстың басталуына дейін өріс алып кеткен болатын. Батыс телеканалдары ұзақ уақыт бойы назарды Саакашвилидің демократиялығына аударып отырды. Жалпы айтқанда, қоғамдық пікірді қалыптастыруға және ақпараттық өрістегі шабуылдарға үлкен дайындық жұмыстары жүргізілді. Ресей тарапынан мұндай дайындықтың ешқайсысы да болмады және 8 тамыз күні басталған шабуыл Ресей үшін күтпеген жағдай болып қала берді» [28].

Ресейлік басшылықтың алғашқы қимылдары өз халқын қолдаймын деген келісімін алуға бағытталды, яғни Ресей алдымен жұмысты тек ішкі нарықта жүргізді. Оның үстіне, шетелдік журналистердің кіре алмауы мемлекеттің абыройына үлкен нұқсан болып тиді. Сондықтан да, батыс БАҚ болып жатқан оқиғаға обьективті баға бере алмады.

Өзгеріс тудырған кезең тек қыркүйектің орта шебінде - ВВС телеканалының тәуелсіз зерттеу нәтижесі бойынша грузиялық биліктен жалған ақпарат пен бұрмалаушылықтардың болғандығы анықталғанда ғана келді.

Ресейлік БАҚ уақытында «ес жинап», қарсы тараптың арнайы насихаттаушыларына қарсы тұра алды ма? Күрделі сұрақ. Дегенмен, автордың байқауынша, ол туралы әлем елдерінің ресми тұлғалары да айтқан, ресейлік PR-менеджерлер аздап кешіккен.

2000 жылы Ресей де, АҚШ та, «үлкен сегіздіктің» мүшесі бола тұра, ғаламдық ақпараттық қоғамның Окинав Хартиясына қол қойған. Құжатта «қоғамның ақпараттық дамуының басты элементі» «қатысушылардың тиімді серіктестігі, оның ішінде саяси ынтымақтастығы» болып табылады делінген. [29]. Хартия 13 жыл бұрын қабылданған, бірақ өзіміз көріп отырғандай, осы саладағы жағымды ілгерілеу байқалмайды. 2005 жылы Бүкіләлемдік ақпараттық қоғамның ғаламдық мәселелері бойынша өткен жоғарғы кездесуде қабылданған Тунистік міндеттемеде де: «біздің барлығымыз өз үлесімізді қосатын ғаламдық ақпараттық қоғам, барлық елдерді және әлемдік қауымдастықты кең мүмкіндіктермен қамтамасыз етеді. Және біз бүгін оған барынша қолдау көрсетіп, оның одан ары қарай жетілуіне апаратын мүмкіндіктерді қолдана білуіміз қажет... барша халықтың игілігіне қызмет ететін ғаламдық ақпараттық қоғам үшін»,-делінген [30]. Оңтүстік Осетиядағы әскери қақтығыс және оның маңында өріс алған ақпараттық соғыс бізге керісінше дәлелдеп бергендей. Немесе, құрбаны Ресей болған ғаламдық ақпараттық қоғам «барша халықтың игілігіне» қызмет етпейді, болмаса, қоғам американдық деп емес, ғаламдық деп аталудың деңгейіне әлі жете қойған жоқ.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

1. Алексеева И.Ю.и др. Под общ. ред. Федорова А.В., Цыгичко В.Н. Информационные вызовы национальной и международной безопасности – 62 С. – М., ПИР-Центр, 2001. – 328 с.
2. «Южная Осетия. После войны» // Вести, 21 августа 2008 г. (<http://www.vesti.ru/doc.html?id=202990>)
3. «Цхинвал: послезавтра после дня независимости» // Еженедельник 2000, 5 сентября 2008 г. (<http://2000.net.ua/2000/forum/aktualno/43403>)
4. «Уроки информационной войны на Кавказе» // BBC Russian.com, 26 августа 2008 г. (<http://news.bbc.co.uk/hi/russian/international/newsid_7581000/7581065.stm>)
5. «Russischer Actionfilm. Propagandaschlacht zur besten Sendezeit», Von Moritz Gathmann // Spiegel Online, 29.03.2009 ([http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,616124,00.html](http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0%2C1518%2C616124%2C00.html))
6. Спецвыпуск о войне в Осетии // Телеканал «Вести», 16 августа 2008 г. (<http://rutube.ru/tracks/929615.html?v=b0b5dd8b1c1a4b00c329d9d224ea6ba4>)
7. «Профессора уволили по статье о Саакашвили», Горелик О. // Мой район, 26 сентября 2008 г. (<http://www.mr-msk.ru/story/top/story_4163.html>)
8. <http://r-ia.ru/proisshestviya/proigral-li-saakashvili.html>
9. «In Wake of Georgian War, Russian Media Feel Heat» By Philip P. Pan // The Washington Post, September 15, 2008 (<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/09/14/AR2008091402249.html>)
10. «У патриотизма глаза велики» // Коммерсантъ – Власть, 1 сентября 2008 г., №34 (787) (<http://kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=1017746>)
11. «В Грузии в субботу отключат вещание всех российских телеканалов» // Интерфакс, 8 августа 2008 г. (<http://www.interfax.ru/politics/news.asp?id=25994>)
12. «Грузия прекращает вещание российских телеканалов» // Lenta.ru, 8 августа 2008 г. (<http://lenta.ru/news/2008/08/08/tv/>)
13. «Рунет вернулся в Грузию» // Интерфакс, 21 октября 2008 г. (<http://www.interfax.ru/print.asp?sec=1448&id=40620>)
14. «Georgia accuses Russia of coordinated cyberattack» // CnetNews, August 11, 2008 (<http://news.cnet.com/8301-1009_3-10014150-83.html?tag=mncol>)
15. Война или "принуждение к миру"? // Каспаров.Ru, 11 августа 2008 г. (<http://www.kasparov.ru/material.php?id=48A0537D80049>)
16. «У здания грузинского посольства в Москве разбит палаточный городок» // Lenta.ru, 8 августа 2008 г. (<http://lenta.ru/news/2008/08/08/tents/>)
17. «Официальный сайт МИД Грузии взломан хакерами» // Интерфакс, 9 августа 2008 г. (<http://www.interfax.ru/news.asp?id=26009&sec=1484>)
18. «Охота на сайт. Президент Саакашвили не держит интернет-удар» // Российская газета, 13 августа 2008 г., №4727 (<http://www.rg.ru/2008/08/13/saakashvili-sait.html>)
19. «Сайты РИА Новости подвергаются непрерывным DOS-атакам» // РИА Новости, 10 августа 2008 г. (<http://www.rian.ru/news_company/20080810/150243787.html>)
20. Федина О. Принуждение к миру в Сети // Время новостей, 18 августа 2008 г. (<http://www.vremya.ru/2008/149/72/210691.html>)
21. «Власти РФ не причастны к кибер-атакам на грузинские сайты – эксперт» // РИА Новости, 21 августа 2008 г. (<http://www.rian.ru/science/20080821/150557270.html>)
22. «Можно ли считать атаки хакеров важным фактором в информационной войне?» // РИА Новости, 12 августа 2008 г. (<http://www.rian.ru/opinions/20080812/150306008.html>)
23. «На сайте МИД Грузии появился коллаж с Гитлером» // Lenta.ru, 9 августа 2008 г. (<http://www.lenta.ru/news/2008/08/09/defaced/>
24. [www.os-inform.com](http://www.os-inform.com)
25. «Спецслужбы Грузии атакуют осетинские сайты, почту и «аськи» // Росбалт-Кавказ, 12 сентября 2008 г. (<http://www.rosbalt.ru/2008/09/12/523149.html>)
26. «Сайт телеканала Russia Today подвергся атаке хакеров» // РИА Новости, 10 августа 2008 г. (<http://www.rian.ru/media/20080810/150250603.html>)
27. «Грузия наложила штраф на российские СМИ за вещание в Цхинвали» // Известия, 7 октября 2008 г. (<http://news.mail.ru/politics/2075172/>)
28. [Шевяков](http://bookz.ru/authors/timofei-6evakov.html) Т., Жаров М. Хроники информационной войны // <http://lib.aldebaran.ru>
29. [Окинавская Хартия глобального информационного общества](http://www.iis.ru/library/okinawa/charter.ru.html) **//** Институт развития информационного общества (<http://www.iis.ru/library/okinawa/charter.ru.html>)
30. ТУНИССКОЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВО. Документ WSIS-05/TUNIS/DOC/7-R // International Telecommunication Union, 16 November 2005 (<http://www.itu.int/wsis/docs2/tunis/off/7-ru.doc>)

**Кенжебаева М.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының 2-курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: **ф.ғ.к., доцент Мектеп А.**

 **«Қазақ тілі» газетіндегі тақырыптық ізденіс**

Қазақ журналистикасының, оның ішінде баспасөзінің тарихында қаншама дәуір өтсе де, қаны жерге тамбайтын құнды басылымдар баршылық. Соның бірі – «Қазақ тілі» (1919-1928 ж.ж.) газеті. Аты да, заты да дана халқымыздың тіліндей нәрлі, құнарлы басылым. Негізінен алғанда «Қазақ тілі» газеті өзінің баспасөздік қызметі тарихында елдегі қоғамдық-саяси өзгерістерге байланысты атауын бірнеше рет ауыстырды. Басылым 1919 жылдың 4 желтоқсанынан «Қазақ тілі» деген атпен шығып келсе, кейінгі жылдары «Жаңа ауыл», «Қызыл дала», «Социалды Шығыс», «Екпінді», «Семей правдасы», «Ертіс», ал соңғы 1944 жылдан «Семей таңы» деген атпен жарияланып келеді.

ХХ ғасыр басында Семей аймағында жарық көріп, мүмкіндігінше бүкіл қазақ жеріне тараған кеңестік басылым «Қазақ тілі» газетінің атқарған қызметін саралап, оған қазіргі заман талабы тұрғысынан баға беру аса маңызға ие. Міне, осы мақсатты іске асыру талабына орай қазақ баспасөзінің даму тарихында өзіндік орын алатын газеттің атқарған қызметін ғылыми тұрғыдан бағалап, зерттеуге назар аударып отырмыз.

...1919 жылдың желтоқсан айының алғашқы таңы атар алдында жергілікті большевиктердің бастауымен қала жұмысшылары қолдарына қару алып, азаттық үшін айқасқа көтерілді. Сібірден ақтарды өкшелей қуған қызыл гвардия бұл уақытта Семейге тақап қалған-ды. Оның үстіне жергілікті гарнизон солдаттары көтерілісшілерге келіп қосылды. Осынау ең соңғы тірегінен айырылған билеуші тап халық қаһарына төтеп бере алмады, осындай қаһармандықпен өкімет билігін өз қолына алған халыққа қазақ тілінде шығатын газет керек болды. «Қазақ тілі» әскери-революциялық комитеттің алғашқы шешімі бойынша дүниеге келіп, оның алғашқы нөмірі осындай аласапыран күндердің бірінде, 1919 жылдың 4 декабрінде жарыққа шықты. Ол ғасырлар бойы ат төбеліндей ғана билеуші таптың үстемдігін қызғыштай қорып келген патшаның да, буржуазиялық-помещиктің мемлекеттің де Ұлы Октябрь күлін көкке ұшырғанын, езілген еңбекші қауымға бостандық, теңдік әкелгенін, Совет өкіметі еңбекші бұқараның өкіметі екенін, ол еңбекшінің сөзін сөйлеп, мүддесін көздейтінін жар сала келді.

 Қазақ кедейлерін азаттық үшін шайқасқа көтерген «Қазақ тіліне» арнаған өлеңінде ақын Қашаф Туғанбаев:

 Отты жылда, шайқаста туған,

 Таптық күрес, айқаста туған.

 Еңбекші қазақтың тілі боп шыққан,

 Лениндік шындықтың үні боп шыққан, - деп тебіренеді.

 Газеттің тұңғыш редакторы Мәннан Тұрғанбаев болды. Оған революциялық өзгерістердің жасампаздығын жіті тани білген Шаймардан Тоқжігітов ұзақ уақыт басшылық жасады. Қазақтың маңдайына біткен мақтанышындай екі алыбы Жүсіпбек Аймауытов пен Мұхтар Әуезов осында қызмет атқарды.

 Революцияға дейін – 1914 жылы Семейде Абай кешін өткізген, сол арқылы өз халқының сөз құдыретін паш еткен, қазақ өнерінің қамқоры атанған Нәзипа мен Нұрғали Құлжановтар, 1912 жылдан лениндік «Правданың» кенді Алтай өңіріндегі тілшісі болып келген Жұбандық Болғанбаев қазақ газетінің қабырғасы қатайып, бұғанасы бекуіне белсене ат салысады. Ал көмейінен сөз, көкірегінен ой құйылған Сәбит Дөнентаев, Ілияс Молдажановтай таланттар «Қазақ тіліне» келіп, газет жұмысының ыстығы мен суығын бірге бөлісті.
 Сондай-ақ сол кезде Семейде қызмет істеген Нығмет Нұрмақов, Әбілқайыр Досов, Абдолла Ярмұхамедов, Әбікей және Қаныш Сәтбаевтар, Мәншүктің әкесі, ақын Ахмет Мәметов уақыт тынысынан туған келелі тақырыптарға жүйелі қалам тартып тұрды[1].

 Тақырыптың шеңберінде біз «Қазақ тілінің» Қазақстан Республикасы Орталық Мемлекеттік мұрағатының, сондай-ақ Ұлттық кітапханасының және Мемлекеттік ғылыми кітапханасының сирек кітаптар мен қолжазбалар қорында сақтаулы барлық нөмірін қолға ұстап, әр парағын ақтарып, ондағы араб әліпбиіне негізделген төте жазумен жазылған материалдарды кирилл қарпіне түсірдік.Аталған бөлімдерде тарихи құнды басылымның 1920 жылғы №62, 63, 97, 98, 112; 1921 жылғы №119,122,130,132-134,136,137, 148-150; 1923 жылғы №125; 1924 жылғы №1,2,4,7,8,11,12,21-29,31-39, 40-48, 51-71, 74-76, 79-86,90-94,96-98; 1925 жылғы №12; 1926 жылғы №22, 46, 49-56; 1927 жылғы №1-52; 1928 жылғы №1-11 нөмірлері сақталыпты. 1919 және 1922 жылғы сандарын, өкінішке қарай, қолға түсіре алмадық.Тарихи құнды жәдігерлер түрлі қолдан жасалған, жасалмаған себептермен сақталмапты. Бұған дейін Р.Молдашева, Н. Сайлаубаева іспетті зерттеушілердің тарапынан газеттегі біршама материалдар ғылыми айналымға енген-ді. Алайда, ғылыми өндіріске түспеген материалдардың көп екенін көзіміз көрді. Осы орайда ғылыми ізденіс барысынан «Қазақ тілі» газетіндегі тақырыптық ізденістің сан қырлы әрі мазмұнды екенін айрықша атап өткіміз келеді.

 М.Әуезов Мұхтар деп өз қолтаңбасын қалдырып, қалам тербеген «Бұл күнгі зор міндет» мақаласында: «... арысы жалпақ елдің, берісі ел ішіндегі көзі қарақты жігіттердің істеуін күтіп, иесіз тұрған қызмет көп. Қазіргідей шаруа жөні күзеулік болып елдің қоғамда көп тілегі орындалуға жол болмай тұрғанында елдің қамын шын жейтін азаматтар мың тілектің бірі орындалатын болса да, соған еңбегін салмаушы ма еді? Төстабандап тартып соңында болса жемісін талған елге жегізем демеуші ме еді?! Менікі сондай мың тілектің жарым жартысы болғандай, ел өміріне өте қажет істердің бірталайын істеуге осы күнде кең орын ашық жолдар бар. Бойына азын аулақ шыдам жеп, аз ғана еңбек қылса, көркейіп кеткелі тұрған істер көп. Ол істердің бірі деп менің айтатыным, оқу жұмысы», -деп бірталай жылдардан бері қарай қазақ оқығандары қалада тұрып, бас қосып елді ағарту жолына қызмет қылар десе де, әлі күнге ірі қалада қазақ халқына арналып салынған бір мектеп, бір клуб жоқтығын ашына айтады. Қара бұқараны бұл тоқу, былғары илеу, шыны ыдыс-аяқ істеуді үйрететін шеберханаларға баруға шақырады [2]. Бұдан өзге «Қазақ тілінің» 1921, №150 санында оқу ісіне қатысты «Еңбекшіл көзін ашсын» деген мақала жарық көрген. Авторы – Ғұнф. Біздің пайымдауымызша,Ғұнф бүркеншігі – Мұхтар Омарханұлына тиесілі. Газетте 1921 жылдың шілдесінен 1922 жылдың қарашасына дейін редакторлық еткен Мұхтар Әуезовтің шебер жазушылық қолтаңбасы айқын аңғарылады. «Зорлықта, зомбылықта жүрген еңбекшіл халықтың күні туып, жарық дүниеге шығуға жол ашылғандығына төрт жыл толып, бесінші жылға аяқ басты. Біздің қазақ еңбекшілдері одан-бұдан хабары жоқ. Осы күні кеше көрпесінің астынан басын шығармау, «басымды шығарсам, біреу қойып қала ма» дегендей тып-тыныш бұғып жатыр. Оның жатқанын пайдаланбаған кісі жоқ. Орыстың хатшысы да (тілмаш), милициясы да, қазақтың ескі заманнан атқа мінген мырзалары, қулары, алаяқтары да – бәрі де пайдаланады. Ұзын сөздің қысқасы, көп жеп, көп боқтап, аз жұмыс қылуға үйренбеген хайлежі таздың бәрі де қазақ еңбекшілінің надандығынан, қорқақ һәм жуастығынан пайдаланбай отырған жоқ. Осы күні ел ішінде қайда қарасаң да, қай ауылға барсаң да, сөз сөйлеген, ауыл билеген Уолисполкомдарда, ауылнай советтерде отырған, жүргеннің бәрі баяғы ескі заманды кедейді – еңбекшілді жеген, талаған, зар жылатқан» [3]. Қазақты ендігі бар күшін сол дұшпандармен алысуға, оқумен алысатын байламға, еңбекшіл жолдастарды оқуға ұмтылуға шақырады. Қылышынан қан тамған қызыл империяның заманында қазақ арасында оқыған саусақпен санарлықтай еді. Сол үшін де қарапайым қарашаға оқу, көзін ашу ауадай қажет болатын. «Қазақ тілінің» қайсыбір сандарын қолға түсіріп, ақтара қалсақ, қазақты оқу-ағартуға жұмылдыру мәселесі алдыңғы орында тұрғанын бірден байқаймыз. Ал «Қазақ тілінің» 1921жылғы7-қараша күнгі №149нөмірінде «Октябрь төңкерісі һәм оқу» деген материал шыққан. Мақалада: «Бұрынғы жүзі қара патшалықтың оқумен дұшпан болып халықты қара ұстауы да сол оқудың елдің пікір көзін ашуынан құтқарғандығы. Ел оқыса пікір көзі ашылады, пікір көзі ашылса, патшаның істеп отырған жауыздығын көреді, жауыздықты біреудің қамын істейді. Жеке патшалықтың әмірі халықтың пікір көзі ашылуына қарай саналып тұрды. Россияға оқу тамырын жайған сайын патшаға алғы қорқыныш кірді. Оқығандар қанша қырылып, неше түрлі азапты көріп жүрсе де, осы төңкерістің тууына жол ашты; жұмыскер тапқа басшылық істеді» [4], -деп Қазан төңкерісінің туу себебі, оқудың халыққа тигізер пайдасы ашып жазылған. Бұл мақаланың авторы мүлде көрсетілмеген. Мақаланың өн бойынан Мұқаңның (Мұхтар Әуезовтің) қаламының иісі аңқып тұрғанын сезу қиын емес. Міне, басылымдағы оқу, еңбекші халықтың көзін ашу мақсатындағы мақалалардың бір парасы осындай. Бұлардан өзге Жүсіпбек Аймауытұлының «Оқыған әйелдің бірі», Мұхтар Әуезовтің «Оқуға ұмтылатын уақыт», Шаймардан Тоқжігітовтің «Оқу майданы» және «Шәкірттер үміті орындалсын», сонымен қатар Сәбит Дөнентаевтың «Оқу ойыншық емес», Абзал Жиенғалиев «Халық биін қалай сынау керек» мақаласында «Ел болу үшін негізгі шарттар деп «бірінші жер, екінші оқу, үшінші сот жайын айтқым келеді» дей келе соттың қандай болуы керектігіне тоқталып, Жантілеуов Шайқы Мұсатайұлының «Ұлт мәселесі һәм губернияда оқу істері»,«Оқуға күш салынсын», Құндақбайұлының«Оқып жүрген жастарға», «Қата жол», «Міндет», т.б. секілді материалдары баспа бетін көрген.

 «Қазақ тілі» газетінде тұрақты көтерілген тақырыптың бірі – тіл мәселесі. «Қазақ тілі» газетіндегі тіл мәселесі жөнінде жазылған мақалаларды бірнеше тақырыпқа жіктеп, бөлуге болады. Бірінші, қазақ елінде тіл мәселесінің жағдайы; екінші ел ішіндегі мектептердегі тіл жағдайы, ондағы оқыту ісі, ана тілінде оқытатын мұғалімдердің аздығы, қазақша оқу құралының тапшылығы, үшінші бастауыш мектепті тек ана тілінде оқыту мәселесі, төртінші кеңселерде іс-қағаздың ана тілінде жүргізілуі, қазақ тілімен іс жүргізудің тәртібін білетін қызметкерлердің тапшылығы.Газет төңірегіне топтасқан қазақ зиялылары қазақ тілінің қоғамдық және әлеуметтік өмірдің барлық салаларында емін-еркін пайдаланылмай, белгілі дәрежеде шектеліп, қолданысының тарылуы – ұлттың тоқырауы мен дағдарысына әкеліп соғатындығын өткір жазды [5].

 «Қазақ тілі» газетінің 1921 жылғы 11 тамыз күнгі санында жарияланған «Қазақ тілі орнын алсын» атты мақалада қазақ тілін кеңселерде қолдану жөнінде мәселе қозғалады. Мақалада кеңселерде іс-қағаздарды қазақ тілінде жүргізудің жобалары ұсынылады. Онда қазақ тіліне қатысты 6 мәселе алдыңғы кезекке қойылады. Олар төмендегідей болды:

1. Қорғаншақтықты қойып, осы күннен барлық қазақ ұлыстың

комитеттерін қазақша жаза бастау керек.

1. Уездік кеңселер салақтықты қойып, қазақ арасына жіберетін

қағаздардан кісілердің мандаттарын қазақ тілінде жазу.

1. Әр үйездегі әкімшілік бөлімде елу кісілік кеңсе

басқарулары курсын ашу.

1. Губерниялық әкімшілік бөлімі кеңсе жұмысын тексеретін елу кісілік

нұсқаушылар (инструктор) курсін ашу.
 5. Бұдан былай қазақ исполкомде орысша жазылған қағаздарды қабылдамау, мандаты қазақша жазылмаған жолаушыларды тұтқын ету.Қазақ ішіндегі судья тергеушілер қазақ тілі тұрасындағы декретті мықты ұстап, күзетші болу» [6].

Бұл мақалада кеңселерде заң бойынша ресми тіл қазақ тілі болғандықтан өз құқықтарын қолдануы және оны іске асыруда барлық қазақ азаматтарының атсалысуы қозғалады. Осыған қоса, іс-қағаздарын ана тілінде жүргізу туралы мәселе айқын жолға қойылды.

Тіл мәселесін одан ары өрбіткен «Қазақ, құқыңа ие бол!» атты мақала «Қазақ тілі» газетінің 1921 жылғы 5 қырқүйек санында жарық көреді.Мақала авторы Мәннан Тұрғанбаев тіл тағдыры – ұлтының тағдыры екеніне терең мән беріп, халқына «Қазақ тілінің кеңсеге кіруі тұрасында декрет шыққаннан бері кеңсесін қазақшаға айналдырып, тілмәштарын үйіне қайырып, мағынасы қазақша жазылмаған кісілерді ұстап әуреге салып, ат бермей жатқан қазақты көре алмай отырмыз. Бұл қалыптан арылмасаң, қазақ, сен мың жылда да ел болмассың! «Іріп -шіріп» құрисың! Қазақ! Сен ел болуды ойласаң, берілген құқыңа ие бол! Декретті бүгін естісең, ертеңінде сол жолды мықтап ұстан, ұстап қатып қал! Барлық жұмысты оқығандардан күтіп отыра берме. Азғана оқығандарын бірінші, үстіне артылған жұмыс көптігінен, екінші, сүйектеріне біткен салақтық, жалқаулықтан сендердің құқықтарыңды қолдарыңа мықтап ұстата қоймайды. Мысалға алайық, «Қазақ тілі кеңселерде қолданылсын» деген декрет шыққалы бір ай болды. Осы Семей губерниясы қазақ жұмхұриятына (Республика) бағынғанына төрт ай болды. Сол уақыттан бері әлі бір қағаз, бір мандат қазақша жазылмай отыр. Губком қазақ тілі турасындағы декретті бұлжытпай орындаңдар деп жарлық шығарып отыр. Оны да әлі қолданған жоқ. Бұл не деген ұят, бұл не деген қорлық! Қазақ ! Сен құқына ие болатын ел болсаң, қалай істер едің! Губерниялық төңкеріс комитетінің жарлығын естіген күннің ертесінде-ақ бұрынғы тілмәштарынды үйіне қайтарып жіберіп, қазақша хатшы алар едің. Губерна, үйез кеңселерінен орысша жазылып барған қағаздарды қазақша мағлұмат шыққан орнына қайтарып жіберер едің. Мандаты, удостоверениесі қазақша жазылмаған жолаушыларды мейман тоқтату етіп, шыққан жеріне қайтарар едің. Сен осыны істей бастасаң, уездік, губерниялық кеңселер еріксіз қазақша жаза бастар еді. Қазақ! Сенің енді қорқарлық орның жоқ, берілген құқыңа ие болу жолындағы істеген жұмысыңа ешбір айыпты болмайсың. Қазақ, сен сансыз көп ыза шеккен жоқ па едің? Өзің алдыңа хатшы болып отырған тілмашты қаладың, алым жиюға алып шыққан стражнигің орыс тілін білген соң өзіңе қожа болып алмаушы ма еді? Өзіңнің қызметкеріңнен сөз естіп, таяқ жеп отыру саған жақсы ма еді? Қазақ! Сен ашынған аю, ашулы арыстан сияқты болып тұрсаң ғана құқығыңа ие боласың!» [7] деп ұран тастап, қазақ тілі турасында шығарылған декреттер қазақтың неше жылдан бері арман қылып жүрген құқығы болғанымен қазақ тілінің жүзеге асуы қазақ халқының берілген құқыққа ие болуына байлаулы екенін ашық айтады.

«Қазақ тілі» газетінде тіл мәселесін көтерген «Қазақ тілі жүзеге асады», «Қазақша машиналар алынсын», «Қазақ тілі» газетін алушыларға «Қазақ тілін іске асыру», «Тағы да қазақ тілі тақырыбы», «Қазақ тілін жүзеге шығаратын комиссияның міндеті», «Қазақ тілінің жауы», «Жүзеге асыр тіліңді» тағы басқа тақырыптардағы бас мақала, өлең, жариялама еңбектер көптеп кездеседі.

Қазақтың кеңестік ұлттық мемлекеттілігінің жариялануы қазақ халқы үшін тарихи маңызы зор оқиға болды. Ұлттық қайта өрлеу жолындағы алғашқы қадамын қуаттап-қолдаған, талап-тілектер білдірген мақалалар «Қазақ тілі» газетінде көптеп басылды. Атап айтқанда, «Қазақ тілі» газетінің 1921 жылғы 5 ақпан күнгі санында М.Әуезовтың «Не себептен», «Қазақ тілі» газетінің 1921 жылғы 8 наурыз күнгі санында «Орынбор хабарлары» бас мақала, «Қазақ тілі» газетінің 15 маусым күнгі санында «Құтты болсын қазақ автономиясы» бас мақала, «Қазақ тілі» газетінің 1921 жылғы 5 қыркүйек күнгі санында Мәннан Тұрғанбаевтың «Қазақ, құқыңа ие бол!», «Қазақ тілі» газетінің 1921 жылғы 27 тамыз күнгі санында «Қазақ жері» бас мақала, «Қазақ тілі» газетінің 1921 жылғы 13 желтоқсан күнгі санында Ғарифолла Мусиннің «Надан кісі соқырдан жаман», «Қазақ тілі» газетінің 1921 жылғы 12 мамыр күнгі санында Нығмет Нұрмақовтың «Қазақ есіңде болсын», «Қазақ тілі» газетінің 1922 жылғы 19 қыркүйек күнгі санында «Жастарға», «Қазақ тілі» газетінің 1922 жылғы 20 мамыр күнгі санында «Еңбекшіл қазақ халқына», «Қазақ тілі» газетінің 1923 жылғы 30 тамыз күнгі санында Жанәбіл Найманқожаұлының «Жерге орнықтыру керек», «Қазақ тілі» газетінің 1924 жылғы 18 қазан күнгі санында «Жер дауы (туралы)» сынды бас мақалалар жарияланды.

«Қазақ тілі» газеті төңірегіне топтасқан қазақ зиялылары сол кездегі саяси-әлеуметтік мәселенің ең бастысы – жер мәселесі екенін жақсы түсінді. Мұны олар шиеленіскен жер мәселесін шешуге арналған маңызды мақалалары барысында батыл көтере біледі. Басылымда жер мәселесін көтерген «Қазақ жері», «Әзір тұру керек», «Жерге орнықтыру керек», «Қазақстандағы жер бөлімі екпінді жұмыс істей бастады», «Қазақты жерге орналастыру туралы» деген мақалалардың жарық көруі осының айғағы.

Ел ішіндегі маңызды жұмыстың бірі денсаулық қорғау ісін жүргізуде «Қазақ тілі» газеті өте үлкен орын беріп «Денсаулық жайынан» атты айдармен үнемі мақалалар жариялап тұрған. Атап айтсақ, «Қазақ арасындағы денсаулық қорғау жұмысы», «Денсаулық ағарту жолында игілікті іс», «Кеңес үкіметінің денсаулық ісі», «Әлеумет науқастары», «Қазаққа денсаулық керек» т.б. Денсаулық сақтау жұмысын жан-жақты көтеруде басылымның басқарушысынан бастап белсенді автор, тілшілердің барлығы да атсалысқан.

«Қазақ тілі» газетінің қомақты қозғаған тақырыбы әйел теңдігі мәселесі. Сол кездегі қазақ әйелдері мен қыз балаларының өмірін өткір жазған мақалалар газетінің әрбір кезекті санында жарияланып тұрды. Бұл мәселеге Ж.Аймауытов, С.Дөнентаев, Ғ.Сұлтанов, Ғ.Ғабдоллина, Б.Далдабайқызы сияқты қаламгерлер айрықша мән берді. Қазақ әйелдері мен қыз балаларының өмірін жазған және оларды өнер білімге, еңбекке шақырған «Октябрь төңкерісі һәм қазақ әйелдері», «Әйел мәселесі хақында», «Қалың малды жоғалту туралы», «Жас қыздарға» атты мақалалар «Қазақ тілінде» басылды.

Жастар мәселесі «Қазақ тілінің» тұрақты тақырыбына айналды. 1923 жылдан бастап басылымда «Еңбекшіл жас» деген арнайы жастар беті ашылады. Мұндағы мақсат қаладағы және қырдағы қазақ жастарын білім-ғылымға шақыру мен басылым ісіне баулу. «Еңбекшіл жас» бетін шығарушылар Мұсатай Ақынжанов, Сақи Бейсебаев болды.

Басылымда «Ішкі хабарлар», «Сыртқы хабарлар», «Әйелдер мәселесі», «Одан-бұдан», «Шаруа жайынан», «Басқармадан жауап», «Денсаулық майданы», «Оқу майданы», «Ел жайынан әр түрлі хаттар», «Жастар тіршілігі», «Кооперация жайынан» сияқты тұрақты айдарлар болды. Бұл айдарлармен ұдайы тиісті материалдар, хабарлар жарық көріп тұрды.

«Қазақ тілі» газетінде халық ағарту ісін өркендету, денсаулық сақтау ісін ілгерілету, ауыл шаруашылығын қалпына келтіру, ірі өнеркәсіпті дамыту сияқты ірі мәселелер қозғалды. Газетте ұлттық білім беру жүйесін қалыптастырудағы халықсауатын ашу, халықты ілім-білім мәдениет жолына түсіру, ұлт мектебі арқылы жас ұрпаққа ұлттықтәрбие беру сынды маңызды міндеттер көтерілді. Сондай-ақ білім, ғылым жаңалықтарын жеткізіп, қазақ ағартушыларының озық ойларын халық арасына насихаттап отырды.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

1. Семей таңы, 1989 ж. №229 (16129), -1-желтоқсан, -3-4 б.б.

2. Бұл күнгі зор міндет. Қазақ тілі, 1920 ж.№112, -31-желтоқсан

3. Еңбекшіл көзін ашсын. Қазақ тілі, 1921ж. №150, -12-қараша

4. Октябрь төңкерісі һәм оқу. Қазақ тілі, 1921ж. №149, -7-қараша

5. Сайлаубаева Н. Тарих ғылымдарының кандидатығылыми дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация. – Семей: -2010ж. -62-б.

6.Қазақ тілі орнын алсын. Қазақ тілі, 1921ж.-11-тамыз

7. Тұрғанбаев Мәннан. Қазақ, құқыңа ие бол! Қазақ тілі, 1921 ж.-5-қыркүйек

*Автор в своей статье пишет о газете «Қазақ тілі», вышедший в 1919-1928 годах в Семее, таким образом распространившийся всей казахской земле, и частью Монголии, о тематическом блоге газеты. В «Қазақ тілі» достаточно тем, которые постоянно усердно поднимались авторами. Например, проблема казахского языка, его осуществления, учебно-просветительское дело, вопрос здоровья, неравенство женщин в обществе, вопрос молодежи, восстановление сельского хозяйство, движение крупной промышленности, и.т.п. В газете поднимались такие важные вопросы как, формирование грамотность народа в системе отдачи национальногознания, через национальную школу дать молодому поколению национальное воспитание. А также доставить новости об учебе, о науке, и пропагандировать народу прогрессивные мысли казахских просветителей.*

*The author writes in his article about of the newspaper "Kazakh tili", released in the years 1919-1928 in Semey, so effused entire Kazakh land, and part of Mongolia, a thematic blog of the newspaper. In the "Kazakh tili" enough to those who are constantly raised by the authors diligently. For example, the problem of the Kazakh language, its implementation, training and educational matter, a matter of health, inequality of women in society, the issue of young people, the restoration of the rural economy, the movement of big industry, etc. The paper raised important issues such as the formation of literacy of the people in the impact of the national knowledge through a national school to give the young generation of national education. And also to deliver the news about the school, about science, and to promote progressive thinking to the people of the Kazakh educators.*

**Кәрібаева А.Б.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының 1-курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: **ф.ғ.к., доцент Әлжанова А.Б.**

**Телевидениедегі жаңа медиа қолданысының тенденциялары**

Телевизия – уақытпен бірге дамып, елмен бірге өзгеріп, қоғаммен тығыз бірлікте қанатын жая түсті. Теледидардың басты мақсаты – аудиторияға ақпарат тарату, идеологиялық тәрбие мен насихат жұмысын жүргізу, саяси-мәдени, экономикалық саладағы хабарлар көлемін өсіру. Қазір жер беті халықтарының телевизиялық өнімдерінсіз өмір сүре алмайтындығы баршаға аян. Бүкіл әлемдегі телеарналардың қай-қайсысын алсаңыз да, адамзат үшін аянбай қызмет ететін, мақсаты мен мүддесі айқын ғаламат идеологиялық күшке айналып барады. Интернеттің дәстүрлі БАҚ-ның әрбір саласына әсер етпей қойған жоқ. Сол себепті интернет-телевидение, интернет-радио, интернет-журнал сынды жаңа журналистикалық құралдар пайда болды. Біз интернет-телевидениеге тоқталып өтсек.

**Интернет-телевидение** немесе **онлайн-ТВ** (Телевидение межсетевого протокола) дегеніміз – кеңарналы қосылу көмегімен интернет-байланыс арқылы берілетін телевизиялық сигналдың екіжақты сандық таралу негізінде құрылған жүйесі. Интернет-телевидение қазірде жаңа деңгейде дамуда. Көрермендерді интернет-телевидениеде ең басты телевизиялық контентті қолданудың кең мүмкіндіктері қызықтырып отыр. Бүгінде интернет-телевидение жүйесі мынадай қызметтер атқаруға мүмкіндік береді:

* әр қолданушының жазылған теле-топтамаларымен басқару;
* кез келген деңгейде телевизия мазмұнын қорғау;
* MPEG-2, MPEG-4 форматындағы телеарналарды тарату;
* Телевизиялық бағдарламаларды таныстыру;
* Телевизиялық бағдарламаларды тіркеу функциясы;
* Бұрын көрсетіліп кеткен бағдарламаларды іздеу;
* Осы шақта телеарнаны пауза режиміне қою функциясы;
* Әрбір қолданушы үшін индивидуалды телеарна топтамаларын жасау.

Әлемде Интернет-телевидение дамуының шарықтау кезеңі 2005-2007 жылдарға сәйкес келеді екен. Өйткені дәл осы кезеңде Skype пен Kazaa құрушылары Янус Фрис пен Николас Зенстромның дүниеге әкелген Joost жобасы кең танымалдылыққа ие бола бастады. Көріністі радио және кабель арналары арқылы тарататын кәдімгі телевидениеге қарағанда, бұл жобада трансляция пирингтік технологиялар негізінде таралады. Кеңарналы қосылудың арқасында эфирлік бағдарламалар мен кабельдік, спутниктік арналардан сапалы бейнені көру мүмкіндігі бар. Joost-тағы арналар -телебағдарламалардың видеоларынан тұратын плейлистер. Сондай-ақ онда бағдарлама көріп отырып, керекті жерінде пікір қалдырып, өзге қолданушылардың пікірлерін көруге, бағдарламаға баға беріп, ең үздік телебағдарламалардың рейтингісін құрауға, контентке тегтер тағуға мүмкіндік бар еді. Бұл сияқты еуропалық Babelgum интернет-ТВ-сі де қолда бар контент арқылы өз арнаңды құрауға мүмкіндік береді.

Интернет дегеніміз жаңа технологияларды қолдану. Ал жаңа технологиялар заңды түрде адамның күнделікті әдеттеріне, өмір салтына өзгеріс әкеледі. Әдеттер мен күнделікті өмір режимінен түгелдей бір адам мінезі де өзгеруі мүмкін. Осының бәрі де қазірде бүкіл әлемді жаулаған жаһандануға алып келе жатыр. Осы орайда Президентіміз Н.Ә. Назарбаевтың «Ғасырлар тоғысында» атты кітабында: «Ең соңында, айтпай кетуге болмайтын нәрсе – жаңа ақпараттық болмыс. Сонау алпысыншы жылдардың аяғынан бастап күллі планетамыз әлемдік ақпараттық қоныс ретінде қарастырыла бастады. Өйткені жаңа ақпараттық қатынасқа ешқандай «темір» құрсаулар төтеп бере алмайды. Ақпарат тасқыны өркениет аралық шекаралар мен бөгесіндерді бірден шайып әкетері хақ. Сондықтан ертеңгі алматылық, париждік, сеуілдік жастардың дүние танымдарының арасындағы айырмасының қаншалықты үлкен бола қоятындығы атымен күмәнді» деген екен. Расымен де бұл жердегі «ертеңгі» деген сөз бүгінде біздің реалымызды құрап отырғандай. Өйткені әлемдегі кез келген астанаға барып, тіл білмейтін адам брендтердің атымен-ақ сауда-саттық жасап, жол сұрап, әңгімелесіп кете алады екен. Бұл белгілі эксперимент. «Кока-кола», «Макдональдс», «адидас», «Iphone», «dirol», т.б. көптеген брендтер бүгінгі күнде жалқыдан жалпы атауға айналып бара жатыр. Сол себепті де қазірдің өзінде Алматы, Астана жастарының дүниетанымында, көзқарасында жаһандану белгілері айқын көрініп, ол басқа да ауыл жастарынан үлкен айырмашылықта. Осы орайда бұл үрдістің дұрыс-бұрыстығы көптеген дау-дамайлар туғызып жүр. Алайда оның сөзге қарамай, бүкіл әлемді дендеп келе жатқаны мәлім.

**Керимкулова Н.**

магистрантка 1-курса кафедры

печати и электронных СМИ

Научный руководитель**:**

 **к.ф.н., препод. Мусинова А.А.**

**Новые медиа в казахстанской перспективе**

 Массовая коммуникация сегодня приобретает глобальный характер, ее развитие, совершенствование становится важным элементом развития общества. Глобальный  информационный процесс сильно повлиял на развитие национальных  средств массовой коммуникации (СМК). Во всем мире происходит либерализация и глобализация информационных рынков. Одновременно с этими процессами происходит слияние компьютерных, телекоммуникационных и вещательных технологий, т.е. конвергенция. В  СМК за последние двадцать лет произошли большие перемены, изменения в коммуникационной сфере: в формах собственности масс медиа, в формах проявления, в новых функциях, в новых тенденциях, в новых медиа профессиях. Современный мир выдвинул на первый план сферу электронных  СМИ.

 На определенном этапе развития информационных технологий, особенно в 1980-1990-е годы появляются новые медиа (глобальные компьютерные сети, мобильная телефония. Интернет, спутниковое и кабельное ТВ, волоконно-оптическое, интерактивное, цифровое вещание, системы видеотекста и другие), что послужило толчком в исследовании этих новых видов коммуникации. С  1980-х годов прошлого ХХ столетия о новейших средствах массовой коммуникации (СМК) стали говорить как о самостоятельных новых медиа. Одна из  работ исследователя Г.П. Бакулева в этой области посвящена мировому опыту. Во-первых, отмечает исследователь, происходит значительное и постоянно растущее разделение «производства» информации и ее распространения: предложение информационной продукции и ее потребление выходят из-под монопольного контроля поставщиков содержания, что позволяет альтернативным коммуникационным средствам функционировать в менее централизованных по сравнению со «старым» вещанием формах.

 Во-вторых, огромная, практически ничем не ограниченная пропускная способность кабеля, спутников и видео, делает открытым для потребителя все информационное пространство мира. В-третьих, это более высокая степень интерактивности, связи с потребителем, большая гибкость форм и способов, не свойственная традиционным СМК. Благодаря перераспределению функций и репертуара каждое из СМК используется там, где наилучшим образом проявляются его уникальные природные достоинства. Эфирное, кабельное и спутниковое ТВ, несмотря на все трудности взаимодействия, сосуществуют, дополняя, стимулируя, изменяя друг друга.

 Новейшие ИКТ позволили перейти к широкомасштабному переводу накопленной человечеством информации с электронной в цифровую форму. Эти формы представления различной аудиовизуальной, мультимедийной информации позволяют на качественно новом уровне организовать процессы производства, хранения и распространения информации.

     Стремясь к созданию новой глобальной информационной инфраструктуры, многие страны  разрабатывают стратегию стандартизации технологий, которые позволят создать всемирную широкую совместимость между национальными системами коммуникации. Как отмечал профессор Я.Н.Засурский, «мобильная коммуникация становится важным фактором инновационного развития: она не просто телефон, но и средство получения, передачи мультимедийных текстов, фото-теле-кинокамера, цифровой, музыкальный плеер, мини-Интернет, будильник, пластиковая карточка оплаты, контроля, мини-телевизор» и др.

     В настоящее время цифровая, мультимедийная интерактивная коммуникационная технология расширяет свои границы между странами, становится более доступной в разных регионах мира. Происходит слияние между передающими каналами как телефонных, так и кабельных сетей.

 Пока единого, всеми признанного определения новых средств массовой информации пока не существует, однако 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. Как отметил  исследователь В.Н.Павленко на семинаре «Новые медиа специального назначения» (Алматы, 16 марта 2012г.): «Новые медиа – термин, означающий появление цифровых компьютерных, информационных, сетевых технологий и коммуникаций в конце ХХ века. Новые СМИ – это любая медиа продукция, являющаяся интерактивной и распространяемая цифровыми методами. В настоящее время формируются четыре направления в журналистике:

- интерактивные сервисы (различные возможности сайтов),

- гражданская журналистика (редакция привлекает блогеров),

- журналистика данных (работа с труднодоступными источниками, журналистское расследование),

- краудсорсинг (коллективное обсуждение в сетях до обработки и сбора информации по заранее заданной теме)».

  В расширяющемся медиа пространстве печать, аналоговое радио и телевидение воспринимаются как «старые» СМИ, новые каналы доставки информации и сама информация, основанные на дигитализации, определяются как «новые медиа». Другое предлагаемое определение описывает новые медиа как «каналы цифровой  коммуникации, в которых текст, графические и движущиеся изображения, звук представлены в едином «пакете» и которые имеют различные  формы производства, распространения, приема и хранения конечного продукта».

 Развитие современного общества происходит под влиянием новых информационно-коммуникационных технологий и новых медиа, которые изменяют медиа ландшафт. Особенностью  новых СМИ стало изменение характера коммуникации. В них трудно различить массовую и личностную форму коммуникаций, массовые и немассовые средства информации. Потребление новых медиа имеет и будет иметь более индивидуальный характер. Происходит процесс **«**демассификации». Новые медиа увеличивают возможности коммуникации. Электронные новые СМИ предлагают разное интерактивное взаимодействие пользователя и производителя, а также распространителя содержания.

 В настоящее время глобальные системы связи и коммуникаций охватывают планету своими высокоскоростными магистралями. Интернет послужил толчком для развития новых средств массовой коммуникации и изменил медиа ландшафт ХХ1 века. Идея передачи по Интернету движущегося видеоизображения в реальном времени уже нашла свое воплощение. Эта технология используется не только для телевещания, передачи видеозаписей, новостей, но и для переговоров обычных пользователей Интернета друг с другом, для организации видео совещаний, телеконференций со многими участниками, телемедицины, телеработы, дистанционного образования. Интернет быстро становится атрибутом домовладельцев в разных уголках мира. Исследователи приходят к выводу, что число пользователей этой сетью находится в определенном соотношении с обладателями персональных компьютеров, развитием телекоммуникаций, а также правительственной политикой.

 Новые медиа облегчили общение, приобретение знаний, обеспечили доступ к фондам библиотек, университетов, музеев, ускорили почтовое обращение и другие общенациональные и транснациональные информационно-культурные услуги. В отличие от традиционных СМИ пользователи Интернета из пассивных реципиентов информации превращаются в ее активных преобразователей, создателей и распространителей.

 Ярким примером служит бурное развитие блогосферы, гражданской журналистики в мире и в Казахстане. По прогнозам аналитика Ассоциации приграничного сотрудничества М.Шибутова, объем казахстанской блогосферы к 2017 году достигнет - 1 персональный Интернет-блог на 100 Интернет-пользователей, к 2020 году – 2 персональных Интернет-блога на 100 пользователей. Повышается средняя посещаемость казахстанских Интернет ресурсов и в 2017 году она достигнет 40%, а к 2020 году – 50%.

 В настоящее время бурно развиваются новые СМК и, в частности, социальные сети во всем мире, и Казахстан не исключение. Число казахстанских пользователей социальных сетей превысило в 2012 году 5,5 млн. человек. Директор «Интерньюс-Казахстан» М. Ельшибаева отмечала, что в тех регионах Казахстана, где функционирует сильное местное ТВ, активность СМИ в Интернете меньше. А там, где традиционные медиа неудовлетворяют потребность аудитории в информации, в Интернете жизнь бьёт ключом. Так, в Караганде, Шымкенте и Кустанае телекомпании «дадут фору любому алматинскому и астанинскому телеканалу». А в Западном Казахстане, по ее мнению, ТВ уступает каналам из вышеперечисленных городов, зато там СМИ хорошо представлены в социальных сетях. В целом, далеко не все казахстанские СМИ представлены в социальных сетях. Многие масс медиа, успешные в «реальном» пространстве, не чувствуют пока необходимости в интерактивном общении в Сети. Однако, в условиях бурного развития новых СМК, ситуация может измениться.

     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  (2007-2015гг.) для внедрения цифрового вещания. В Казахстане разработана  Государственная программа развития цифрового телерадиовещания в РК на 2008-2015 годы.

       С июля 2012 года в стране запущена сеть цифрового эфирного телевещания в Астане, Алматы, Караганде, Джезказгане и Жанаозене. В общей сложности сеть будет включать в себя 827 радиотелевизионных станций. В Астане, Алматы и областных центрах передаются два мультиплекса, эквивалентные 30 каналам SDTV, в остальных населенных пунктах – один мультиплекс из 15 телеканалов. В 2013 году национальная спутниковая сеть «ОTAU- TV» охватит цифровым вещанием 400 тысяч новых абонентов.

      Создание информационно-телекоммуникационной инфраструктуры, развитие интеллектуального  капитала в республике – позволяет говорить об обновлении ситуации в области массовой коммуникации, новых медиа, основанной на социально -экономических и культурных преобразованиях в обществе. На повестку дня встают вопросы конкурентоспособности СМК  с зарубежными СМИ, качества традиционных и новых медиа, заполнения новых СМИ отечественным контентом (содержанием), производством казахстанских IT-продуктов и услуг.

 Интернет, кабельно-спутниковое телевидение, мобильная телефония являются одними из главных компонентов процесса глобализации. Они глобальны по своей сути. Глобальными являются и последствия эволюции новых медиа, их внедрение и развитие уже сегодня изменяет формы потребления информации и коммуникации в стране и в мире.

**Кокушева М.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының 2-курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: **ф.ғ.к., доцент Қабылғазина К.**

**Отандық БАҚ: шетелдік ақпаратты тарату мен сараптау қызметі**

Қазақстанның әлем елдері қатарындағы орны күн-сайын айшықтанып келеді. Әрине, бұл еліміздің стратегиялық дамуының үздіксіз жүзеге асып келе жатқандығын аңғартады. Осыған орай, отандық бұқаралық ақпарат құраладары (БАҚ) үшін міндет пен жауапкершіліктің еселене түсетіні анық. Мемлекеттің халықаралық деңгейге көтеріліп, танымал болуына орай, ақпараттық сараптамалық өнімдердің қоғам үшін қажеттілігі артты. Яғни, әрбір қазақстандық үшін әлемдік оқиға мен шетелде орын алған әртүрлі жағдайларға бейжай қарай алмайды. Бұл - экономикалық өсіп-өну мен дипломатиялық қатынастар ұлғайған сайын туындайтын ақпараттық қажетімділік. Олай дейтініміз, халықаралық қатынас өзара ақпараттық ашық кеңістік пен өзара түсіністік, селбестік, ымырашылдық негізінде жүзеге асады. Бірақ, қазақстандағы отандық БАҚ шетелдік ақпаратты тарату мен сараптау тұрғысынан өзіндік дербес көзқарас, жеке дара стиль қалыптастыра алмады. Бұл кемшілік қазақ журналистикасының шетелдік ақпарды алып таратуда Ресейлік БАҚ қызметіне тәуелділіктен ажырай алмай отырғандығынан деп білеміз. Мұндай тәуелділік - ақпараттық идеологиямызға кері әсерін тигізіп отыр. Яғни, ақпараттық дербес талдау мен саралау болмағандықтан, қазақстандық БАҚ -тың аудитория алдындағы беделі мен өткірлігін жоғалтып отыр. Яғни, қазақстандық ақпарат тұтынушы жеке дара көзқарасы мен өзіндік зерттеуі жоқ, көшірме, шетелдік басылымдардағы ойды қайталай беретін баспасөздің өнімін тұтынудан бас тартуға мәжүр болып отыр. Бұған қазақстандық азаматтардың Ресейлік ақпаратты көп тұтынатындығы нақты дәлел. Әрине, бұл геосаяси тұрғыдан етене жақын, іргелес орналасудың салдары деп айтуға да болатын шығар. Алайда, әрбір елдің өзін лайықталған ақпараттық кеңістігінің "қожасы" болуы шарт. Бұл сөзіміз дәлелді болуы үшін нақты мысалмен түсіндірейік. Мәселен, биылғы жылдың үздік әлемдік саяси оқиғасы ретініде - Бостон оқиғасын атауға болады.

Бостон оқиғасы - әлемнің назарына ілікті. Бұл Америкада орын алған 2001 жылғы 11 қыркүйек оқиғасынан кейінгі ауыр жағдай. Яғни, жарылыстан 3 адам қаза тауып, 180-нен астам азамат жарақат алды. Аталған оқиғаға қатысты. Әлем елдерінің басшылары АҚШ-тың Бостон қаласында болған лаңкестікті айыптап, көңіл айтты. Мысалы, БҰҰ бас хатшысы Пан Ги Мун терактіге қатысты "ең сұмдығы - екі жарылыстың да әлемнің әр түкпіріндегі адамдарды біріктіретін шара кезінде болғаны" десе, Ресей президенті Владимир Путин жарылыстарды "тағылық қылмыс" деп атап, АҚШ-қа Ресей көмегін ұсынды. Ал, Ауғанстан президенті Хамид Карзай "өз елінің мұндай оқиғалар кезінде туындайтын азап пен қайғыны бөлісетінін" айтты. Бұлардың қатарында Қазақстан президенті Нұрсұлтан Назарбаев АҚШ президенті Барак Обамаға жеделхат жолдап, ел халқының және өзінің атынан қаза болғандардың отбасылары мен туған-туыстарына, бүкіл Америка халқына көңіл айтты[Мемлекет басшылары Бостондағы терактіні айыптады. <http://www.azattyq.mobi/a/24958961.html>].

#  Алайда, әлемнің назарына іліккен жарылыстың жауапкершілігін әзірге ешкім (Лаңкестік ұйымдардан) мойнына алған жоқ. Тек терракті болған Бостон, оған жақын орналасқан Нью-Йорк, Вашингтон, Лос-Анжелесте қауіпсіздік шаралары күшейтілді. Федералды тергеу бюросы терактіні тергеу жұмыстарын жүргізіп жатыр. Әзірге анықталғаны Тергеу амалдарын жүргізген Федералдық тергеу бюросы жарылғыш заттың күші барынша төмен болғандығын әрі қандай да бір арнайы өнеркәсіптік қоспаларсыз қолдан жасалғандығын мәлімдеді. Тергеушілердің байламынша, олар жарылғыш құрылғыларды өздерінің арқа қоржындарында салып алып келген. Бұл, мәлімет аталған лаңкестердің күші әлсіз, үлкен ұйымға шынында да қатысы жоқ екендігін аңартады. Бұл күдіктілер тек саяси ойыншы. Бұл туралы төменде айтамыз.

 Америкалық БАҚ-қа сұхбат берген күдіктілердің ағасы Руслан Царнаевтің айтуынша, отбасы толық құраммен 2000 жылдардың басында Түркиядан АҚШ-қа тұрақты тұру үшін көшіп келген. Оған дейін Царнаевтар Махачкалада тұрған, ал ол жерге Қырғызстаннан қоныс аударған. Күдіктілердің ата-аналары Ресейге қайта көшіп кетіп, қазіргі уақытта Дағыстанда тұрады. Ағайынды Царнаевтардың түрік азаматтығы бар. Екі жыл бұрын ағайындыларды ФТБ шетелдік экстремистік ағымдарға қатыстылығын тексеру үшін тергеуге шақырған. Бірақ та олардың қандай да лаңкестік ұйымға қатысты екендіктері анықталмаған. Ресей тарабы ағайынды Царнаевтардың қандай да бір қылмысқа не болмаса экстремистік әрекеттерге қатыстылығы туралы ақпараттардың жоқ екендігін мәлімдеді.

Бұл ретте Қазақстанда өз мәлімдемесін жасады. Осы оқиғадан кейін Еліміздің сыртқы істер министрлігі: «Баспасөз құралдары арқылы Бостондағы оқиғаларға қатысты қайшы ақпараттың тарағаны бізге белгілі. Бұл ақпараттарға сәйкес күдіктілер бұрын бірнеше мемлекеттерде, соның ішінде Қазақстанда да тұрған. Бүгінге дейін біз бұл ақпаратты растайтын деректерді таба алмадық», - деп теріске шығарды.

Бірақ, "анықталған екі күдікті Солтүстік Кавказ тумалары 19 жастағы Джохар Царнаев пен оның ағасы 19 жастағы Тамерлан екендігі белгілі болды". Сондай-ақ, жекелеген сарапшылардың пайымынша, ағайындылар діни экстремизм идеяларына мойынсұнып, Түркия мен Шешенстан аумағында іс-әрекет жасайтын қандай да бір топпен байланысты болған. Сонымен қатар бірқатар бақылаушылардың атап өтуінше, АҚШ пен Ресей қарым-қатынасы арасына сызат түсуі жалғасып отырған уақытта Бостондағы лаңкестік әрекетке Ресей тумасының қатысуы екіжақты қарым-қатынасты одан әрі ушықтырып жіберуі мүмкін. "Қалай болғанда да бұл фактіні американдықтар біржақты қабылдайды, яғни бұрынғы КСРО тарабынан лаңкестік қатер әлі де болса жойылған жоқ" - деп түсінеді. [<http://www.inform.kz/kaz/article/2552120>].

Бұл көзқарастан кейін Вашингтоннның алдағы уақытта Таяу Шығыстағы жіті қадағалауын Кавказға қарай бағыттайтындығын болжауға болады. Бұл пікірдің өміршеңдігін батыстың Азиядағы күштерін, яғни, "Ауғанстандағы бейбітшілік пен тұрақтылықты сақтау жөніндегі әскерлері мен әскери техникасын шығарып әкету" әрекеттерді қуаттады. Олай дейтінміз, Ауғанстаннан шығарылған күш қайда тұрақтайды, яғни миссиясын қайда жалғастырады деген сауалға жауап әлі айтылған жоқ. Бұл ретте Ауғанстаннан әскер шығару ісінде қазақстандық сарапшылар көп алаңдаушылық тудырған еді. Бұл туралы БАҚ бетінде бірнеше көзқарастағы ақпараттар тарап кетті. Яғни, ауғаннан шыққан әскер "Қазақстан арқылы тасымалданатын болды". Міне, осы жәйт «Бостон оқиғасының астарында тұр ма?» деген сауал қоғамды алаңдатып отыр. Тіптен, лаңкестік әрекетке қатысы бар азаматтардың "қазақстанда тұрғандығы", "кавказ аймағының тумасы" болғандығы бұл күдікті тіптен қоюландыра түскендей. Яғни, Бостон оқиғасы "Ауғанстандағы Халықаралық күштердің шығарылуына өз әсерін тигізебесе де", "әлемдік лаңкестікпен, экстремизммен күресті күшейту және жаңа "тұрақсыз нүктелерге" табан тіреуі мүмкін екендігін аңғартады. Яғни, "бейбітшілік пен тұрақтылықты сақтау жөніндегі әскерлері мен әскери техникасын" кавказ аймағына апарып кіргізуі әбден мүмкін. Ал, кавказға келген әскери күштің ықпалы Қазақстанды шарпиды. Себебі, біздің елімізде де 2011-2012 жылдары түрлі діни экстремизм пен терроризмге қатысты деген күдікпен бірнеше қылмыстық топтың көзі жойылды. Алайда, олардың да іс-әрекетін қандай да бір халықаралық ұйым өз мойнына алған жоқ. Сондықтан, Бостон оқиғасының салдары - уақыт өте келе батыстың Азиядағы Кавказға ауыз салу жоспарының алғы шарты болып шығуы әбден мүмкін. Өкінішке, қарай, бұл астарлы ойдың анық-қанығын БАҚ тұтынушыларына толыққанды жеткізіп бере алмады. Тек, Бостондағы жарылысқа адамгершілік тұрғыдан көзқарас танытқан ресейлік баспасөздің ығына жығыла кетті. Жекелеген әлеуметтік желілерде, жекеменшік, аудиториялық таралымы шектеулі басымдарда ғана мамандар сараптамасы берілді. Алайда, аудиториясы үлкен емес БАҚ қызметі жалпыға ортақ идеяның кең етек жаюына ықпал ете алмады. Осылайша, Қазақ елі азаматтары ақпараттық дербес ойлау мен саралаудың жоқтығы салдарынан үрей мен үмітсіздіктің "құрбанына" айналып кете береді. Сондай-ақ, ел азаматтары отандық БАҚ-тың ақпарат тарату мен дербес сараптау стилінің жоқтығына налып, Бостон оқиғасына ресейлік көзқараспен қарап отыр.

Бірақ, оқырман бұл ойымызды қуаттағысы келмейтін шығар. Себебі, Бостон оқиғасына қатысты әлемдік ақпараттық кеңістіктің көзқарасы АҚШ пен Ресейдің ортақ мүддесіне орай қалыптасты. Біз жиырма екі жылдық тәуелсіздіктің дербес шағында да ресейлік БАҚ-тың ақпараттық "шанағыннан" шығып кете алаған жоқпыз. Бұлардың бірі Орта Азияға көз тіккен, екіншісі Батыстан өз аумағын (көршілес аймақ) қызғана, жеке дара билеп төстеуге әрекеттеніп келе жатқан ресейлік ұстаным еді. Біз көзі қарақты оқырманға Бостонда орын алған жағдайдың ақпараттық мақсатын толық түсіндіруге тырыстық, алайда, Ресеймен экономикалық одақтас ел болғандықтан, ақпараттық да ымырашылдыққа да бойымыз үйренген. Себебі, АҚШ -тың Азияға деген көзқарасы ресейлік түсінік бойынша "жат пиғылдың жалауын өткеріп тұр". Әрине, біз бұл тұрғыда АҚШ- ты жақтаушы немесе ақтаушы ойдан аулақпыз. Мүмкін, оқырманға Ресейдің экономикалық саяси мақсатының салдарынан туындаған оқиғаны мысал ретінде келтірсек сенімін иелейтін шығармыз. Онда, Киевтегі толқуға тоқталайық.

Евразиялық экономикалық одаққа кіруді ұзақ ойланып шешім қабылдаған Украина билігі - халықтың наразылғына ұшырады.Толассыз толқудың соңы биліктің халыққа күш қолдануына әкеліп соқты. Тіпті, ереуілшілердің қатары милионға жетіп жығылды. Алайда, билік бұл талаптарды бассыздыққа балап, жаныштауға кірісті. Дәл, осы оқиғаның жай жапсарын қазақстандық баспасөз - Бостон оқиғасын жазғандай Ресейдің аңдысын аңдап, әліптің артын баққан сыңай танытып, түстік көршіміздің түсінігі мен ақпараттық мақсатына орай қызметке кірісті. Украин ереуілшілерін "маскүнем, европаның желіктіруіне ерген ессіз жастардың құйтырғылығы" деген ресейлік ұстанымды қуаттап шыға келдік. Тіпті, орыс журналистерінің қисынға келмейтін ақпаратына ой жүргітпестен-ақ, жарыса жария етіп жатырмыз. Бұл санатты ресейлік холдингтардың қаржыландыруына тәуелді, коммерциялық арналарды мысал ету қажетсіз. Алайда, біздегі ұлттық баспасөз бен телеарналардың ақпараттық дербес кеңістігі шамалы болып отыр. Еліміздегі бас арналардың бірі: "Абай «екі кеме құйрығын ұста, жетсін бұйрығың» депті. Сол айтпақшы, Украина әрі-сәрі күйде. Ресейдің де көңілін жыққысы келмейді, Еуропаға да жәутеңдейді. Біріне бүйрегін бұрса, екіншісі жәукемдейді" деп желдей ескен ақпаратты сайрата жөнелді. Иә, біздің сөзіміз ұйқасты, шымыр құрылымы болғанымен ақпараттық сараптамалық салмағы жоқ. Қазақ журналистикасының ұтылатын тұсы да осы. Жел сөздің желдірмесі - аудиторияның ақпаратқа деген құлшынысын төмендетіп, сенімін жоғалатады. Украина өз шешімін қабылдады, бірақ, сол таңдау түскенде Ресейдің білегінен ұстаймын деп «ресми Киевтің басы пәлеге қалды». Алайда, Ресей жағы алғыс жаудырғанымен, өз халқы қарғыс жаудырып жатыр" деп желдірте айтады. Бірақ, сөз арасында ресейлік ұстанымның "Еуропа да есесін жібермейтін тәрізді" деген өшпенділік, Еуропа таңдауын теріске шығаратын пиғылдың жататыны анық. Телеарна журналистері «Елдi үшiншi мемлекеттерге сатып, еуропалық болашаққа деген үмiттi өшiргенi үшiн және экономикалық дағдарысқа ұрындырғаны үшiн үкiметтi отставкаға кетiру керек» деген ұрандарынан құлақ тұнады» деп жарыса айтып жатыр. Шындығында, біз украин халқының азаматтық белсенділігін бағалауға тиіспіз. Елдік мұратқа сай келмейтін үкімет ұстанымын - түп көтеріле қарсы келіп жатыр. Тіптен, халықтың бірлігіне таң қаласың. Алаңға милиондаған наразы топ шығып кетті. Бірақ, Елбасының экономикалық жоспарын жүзеге асыра алмаса да, қазына қаражатын мақсатсыз жұмсаса да - үкіметі өз еркімен, немесе халықтың наразылығымен отставкаға кетіп көрмеген қазақ билігіне бұндай азат ойдың әбестік көрінгені даусыз. Ұлттық арнаның жан-жағына қарамастан "құйындатып" ақпар таратқаны сондықтан. Бұл - заңдылық дейік. Алайда, украин халқын- ресейлік көзқараспен жаныштауға қақымыз жоқ. Біз неге өзіміздің дербес ойымызды, пікірімізді қалыптастыра алмадық. Біздің үкімет Ресеймен "кедендік одаққа" кіргенімен, ақпараттық одаққа кіруге міндетті емес екенін аңғартпайды.

Ең масқарасы, Украин халқының дербес азаматтық көзқарасын да түбегейлі танып біле алмадық. Халықтың наразылығын ресейлік ұстаным негізінде "европалық елдердің арандатуы" деп жеткіздік қазақ аудиториясына. Орыс журналистикасы да оғаш мәлімет таратудан аянып қалған жоқ. Миллиондаған украин азаматының алаңға шығып азаматтық пікірін білдіруіне "европалық мүдделі елдер арнайы қаржылық қолдау арқылы туындатып отыр" деген мәліметтер жариялады. Тіптен, "миллион адамның қолына, әр күн сайын 150 АҚШ доллары шамасында ақша ұстатып украин билігіне қарсы алып" шықты деп таныды. Мүмкін, бір елдегі жүздеген азаматтың наразылығын ақшаның құдіретімен ұйымдастыруға болатын шығар. Алайда, миллион адамды бірнеше апта бойы наразылыққа алып шығу үшін бюджет жете ме? Ақпараттық соққы жасаудағы ағаттыққа ешкім тоқталған жоқ. Ресей қалай жария етті, біздің мемлекеттік БАҚ-та шу ете қалды. Тіптен, осы ақпараттық кемшілік пен дұрыс есептелмеген "шедевр ақпараттың" оңбай жаңылысқанын қазақстандық тәуелсіз журналистер фейсбуктегі жеке парақшаларына жария етті.

Сондықтан, Отандық БАҚ қызметін жетілдіру мен жүйелеуді қолға алып, шетелдік ақпаратты тарату мен сараптау қызметінде шетелдік тәжірибенің озық тұстарын алып, қазақ журналистерінің шетелдегі оқиға орнына барып ақпаратты алу мүмкіндіктерін жан-жақты қарастыру қажет деп ойлаймын. Бұл тұрғыдан әрине, сәтті қадамдар жасалып жатыр. Бұған еліміздегі журналистердің де "Болашақ бағдарламасы" аясында білім алуға мүмкіндік алғандығы қуанатады. Сондықтан, бүгінгі жас журналистерді оқыту ісінде шет тілдерін тереңдетіп оқытуға баса назар аудару қажет деп ойлаймын.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. «Азаттық радиосы» «Бостон оқиғасы» 5 мамыр, 2013 жыл
2. «Керек.info» сайты 17 мамыр, 2013 жыл
3. «Лаңкестік оқиғаға душар болғандар» VOX POPULI сайты 22 мамыр, 2013 жыл
4. «Washington post» басылымы, мамыр, 2013 жыл
5. «Известия», «Независимая газета» , мамыр, 2013 жыл

**Құтымова Г.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының 1-курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: **с.ғ.д., профессор Сұлтанбаева Г.С.**

**Сандық – ақпараттық дәуірдегі телевизияның дамуы**

ХХI ғасыр − ақпарат ғасыры болып табылады, адамзат қауымы дамудың жаңа сатысына − ақпараттық қоғамға аяқ басты. Біз куә болып отырған қазіргі заманға зерттеушілер түрлі анықтама беруде: біріншілері «жаһандану ғасыры» деп атаса, екіншілері «постмодернистік», үшіншілері «ақпараттық» қоғам деп баға беруде. Бір анығы, біз «ақпараттық жарылысқа» негізделген ақпараттанған қоғамда өмір сүріп жатырмыз. Қаласақ та, қаламасақ та заман ағымы осылай. Бүгінгі жаһанданған әлемдегі технологиялық инновацияның шарықтаған заманында: интернет, спутниктік байланыс арқылы мәтін, аудио, видеоақпараттардың тез арада әлемге таралуы, олардың географиялық, экономикалық, рухани аймақ шекарасынан ары шығып кетуі осының айғағы. Бұл процестердің қоғамдық сананың қалыптасуы мен өзгерісіне тигізер әсері мол. Осы тұста азаматтардың ақпараттық сауатты болуы маңызды. Сол себепті, қандай қоғамда өмір сүріп жатырмыз, оның болашақтағы салдарлары қандай болады, оның негізгі қырларын түсіну – бүгінгі таңда сандық – ақпараттық дәуірдің маңызды міндеттері болып қалуда.

Бұқаралық ақпарат құралдарының соңғы жарты ғасырда қаулап өсуі біздің адамзаттық мүмкіндігімізді, мәдени кеңістігімізді белгілі бір мөлшерде кеңейтіп қана қойған жоқ, өркениетімізді адам танымастай етіп өзгертіп жіберді. Қазіргі кезде электронды ақпарат құралдарының пайда болуымен бұл әлеуметтік институт бүгінгі қоғамның, саяси-биліктік қатынастардың барлық қырларын түбірімен түрлендіріп жіберді. Бұқаралық ақпарат құралдарының даму үдерісіндегі ең қуатты алғышарт компьютер мен интернет бүгінде басқаларынан көш ілгері. Ол барлық әлемді құшағына қамтып, кез келген ақпарат көзімен әпсәтте-ақ байланысқа түсе алады. Бұл бір жағынан заман талабы, әрі, осы «коммуникациялық революция» тудырған процестен біз де қалыс қала алмаймыз.Ақпараттық қарым-қатынастың дамуы әлеуметтік өмірге үнемі жаңаша сапалық өзгерістерді әкеліп,  қоғамдағы ақпарат ағынының аясын кеңейтті. «Бүгінгі күні толықтай алып қарастырғанда ақпараттық қоғам дамуының  әлемдік үш модулі анықталып қойылды: еуропалық, латынамерикалық, азиаттық» [1].

«Ақпараттық қоғам» идеясы алғаш рет өткен ғасырдағы 60-жылдардың аяғы мен 70-жылдардың басында бірқатар ғалымдардың, атап айтқанда, Д. Белл мен Э. Тоффлердің зерттеулерінде көрініс тапты. Олар адамзат өркениеті аграрлық және индустриялық даму кезеңдерінен кейін жаңа ақпараттық кезеңге қадам басады деп есептеген. Ақпараттық қоғамның тұжырымдамасын зерттеушілер «технологиялық жаңашылдықтар түбегейлі мәдени және әлеуметтік өзгерістер туғызады, әлем мүлдем өзгеше болады» деген дәйектермен келтіреді.

Зерттеушілер атап өткендей, «жаһандық ақпараттық қоғам» термині ең алдымен саяси, экономикалық және мәдени-әлеуметтік тұрғыдан алғанда, ақпарат пен білімнің рөлі, үздіксіз артып отыруына байланысты дамитын аса ауқымды, біртұтас ақпарат индустриясы деген ұғымнан тұрады. Бұл құбылыс жаһандық компьютер желілерінің, бірінші кезекте интернеттің пайда болуымен тығыз байланысты. Осылардың дүниеге келуі және бүкіл әлемде басталып кеткен нарықты ырықтандыру нәтижесінде, коммуникациялық қызмет түрлерінің арзандауы ақпараттық саланың күрт дамуының және оның әлеуметтік рөлі арта түсуінің негізгі екі факторы болып табылады.

Ақпараттық қоғам теориясы туралы, электронды қоғамның әлемдік тәжірибесі туралы Й. Масуда, О. Тоффлер, Г. Бехманн, Д. Белл, К. Акер, Дж. Б.Хак, Б. Лоудер, А. Макинтош сияқты көптеген шетелдік зерттеушілердің еңбектерінде кеңінен қарастырылған. Ақпараттық қоғамда ағартушылық, білім мен ғылым маңызды орынға ие. Ақпараттық қоғам – бұл, ең алдымен, «білім қоғамы», «ақыл-ой қоғамы», «интеллектуалды қоғам». Жапон әлеуметтанушысы, Жапониядағы ақпараттық қоғам құру Ұлттық бағдарламасының авторы Й. Масуда былай деп жазады:  «ақпараттық қоғам алдыңғы қоғамнан толықтай ерекшеленетін қоғамның жаңаша түрі болады»[2]. БАҚ – кейде қоғамдық пікірді білдіретін және шынайы билікке ықпал ететін, тіпті оның мүмкіндіктерін бір сәтке болса да шектейтін күш. Осы арқылы медиа мәдениет қоғам мен мемлекет, билік пен тұлға арасындағы делдал ретінде көрініс табады. Сонымен бірге, жаңа билік қарым-қатынасы саяси биліктің механизмдеріне әсер ететін ақпараттық қоғамның жаңа мәдени формаларының туындауына негіз болуда, олар – медиа мәдениет, ақпараттық мәдениет, желілік мәдениет т.б.

Медиамәдениетті бекерге «төртінші билік» деп атамайды, бұлай айтқанда, медианың адам сезімі мен санасына жүргізген қуатты, сан қырлы және ауқымды билігін ескеріп отыр. Масс-медиа қызметі, Н. Луманның пікірінше, «қоғамдық жүйелерді өзіндік бақылауды басқарудан тұрады, мұның аясында басқалардың ортасындағы кейбір нысандардың дербестелуі емес, әлемді жүйеге және сыртқы әлемге бөлудің тәсілдері ұғынылады» [3].

 Жоғарыда айтылғандарды түйіндей келе, медиамәдениет ақпараттық қоғамның билеп – төстеуші мәдениеті, оның болмысы сөздік, дыбыстық және визуальды бейнелер көмегімен әлемнің социомәдени тұрпатын тудыратын дәстүрлі және электронды бұқаралық ақпарат құралдарының әрекетімен тығыз байланысты.

Компьютерлік жүйенің жылдамдықпен дамуы ХХ ғасырдағы ақпарат құралдарынан мүлде өзгеше сандық технологияға көшкен, жаңа құралға негізделген жаһандану заманының ақпарттық кеңістігін құрып отыр. Зерттеушілердің болжауларынша, компьютерлік ақпараттық қатынас жүйесінің көмегі арқылы мерзімді баспасөз, радио, телевизия үшеуінің өзара бірігіп, бір – біріне сіңісу үрдісі жүрілмек. Басқару мәдениетінде рационалды бастау, білім, заманауи концепциялар, ғылыми технология ерекше маңызға ие. Халықтың ақпараттануы мемлекет үшін қауіпті болмайды, керсінше егер ақпарат уақытылы  және толыққанды жететін болса, онда ол мемлекет үшін де, қарапайым халық үшін де пайдалы, игілікті болады. Бүгінгі таңда ақпаратқа негізделген қоғамда басқару мәселесі өз өзектілігін жойған жоқ және ол болашақта жаңаша қарқын алуы мүмкін.

Уақыттың жылдам өзгеруі, күн санап қоғамымызға еніп жатқан жаңашылдықтар сәйкесінше, саяси билік пен басқарудың жаңа түрлерін қажетсінуде. Ақпараттық желілер барлық сала мен билік құрылымдарын бір – бірімен араластырып жіберуде. Бәрімізге белгілі ағылшынның «менеджмент» (басқару) сөзі өзінің бастауын латынның «манус − қол» деген сөзінен алған. Басқару – бұл мақсатқа жету, қоғамның міндеттерін, пайдалы қорытынды алуға бағытталған, белгілі әдіс-тәсіл мен әрекеттердің көмегімен тиімді ұйымдастыру. Ерекше басқару болып жатқан әрекеттердің мәнін танудан, жаңа идеяларды ұсынумен, ақыл-ойға негізделген басқарудың деңгейімен анықталады. Бүгінгі күні персоналды басқару мәселесі қоғамдағы ең өзекті сұрақтардың біріне айналуда. Басқару – қоғамды реттеу мен жетілдіру мақсатымен оған қатысты ерекше іс-әрекет. Ақпараттық қоғамдағы басқару бірнеше мағынаға ие:

* Қоғамдық пікірге, саясат пен мәдениетке, кәсіпкерлік іс-әрекетке ықпал ететін әлеуметтік және экономикалық институт ретінде.
* Рухани өндіріс және медиаөнімдерді (газет, журнал, кітап, фильм, телебағдарлама, DVD, CD тауарлары) саласындағы басқару ісімен айналысатын адамдар тобы.
* Ақпаратты өндіру мен тұтыну процестерін, медиа техникалық-ұйымдастырушылық және әлеуметтік-экономикалық.

Қазіргі уақытта Э.Тоффлердің пікірінше білім мен ақпараттық құралдар әлемде ерекше маңызға ие бола бастады.

Қоғам неғұрлым интеллектуалды қоғамға айналған сайын, ондағы қоғамдық пікір мен әлеуметтік психикананың ерекшеліктерін ескермей, сол қоғамдағы басқару қиынырақ болады. Соңғы жылдары адами, қаржылық, материалдық ресурстармен қатар басқару процесінің маңызды ресурстарының бірі ақпарат саналып отыр. Ақпаратты өндіру мен тұтыну қоғам өмірінің барлық саласындағы даму мен тиімді басқарудың негізіне айналуда. «Әлем дегеніміз бір ұзын кабель болып шыққандай! Ақпарат – білім алу емес, ақпарат – білуге мәжбүрлеу болып табылады» [5].

Ақпараттандыру адамзаттың жаһандық сарқылмас қорына айналып, ақпарат билеген үздіксіз қозғалысқа ие дәуірге аяқ басты. Американдық әлеуметтанушы В. Дайзардтың анықтауынша, ақпарат – бұл, ұлттық шекаралар мен бөгеттерді білмейтін құбылыс [6]. Ақпараттандыру, басқару мен ұйымдастыру жаңа өркениеттік дәуірде прогреске жетелейтін зор локоматив секілді мемлекеттердің дамуында қозғаушы күш қызметін атқаруда.

Заман ағымына орай, 2003 жылы сандық технология туралы ең алғаш рет мәселе Голландияда қозғалды. Жапон мамандары «4000 тармақты жоғары айқындылықты бейне жүйе» деп аталатын баяндама жасады. Баяндама авторы көрерменге HDTV үлгісінде жасалынған жоғары айқындықты заманауи телевизия жүйесінен гөрі нақтылықты, ақиқатты көздейтін жүйе ұсынды. Бұл жүйе көрерменнің субъективті түйсігін оқып білуде өте жоғары база болып табылды. Баламалы телевизия ғасыры аяқталуға жа­­қын. Оның орнына сандық телевизия, ал, онымен бірге интерактивті телевизия келді. Бүгінде эволюция процесі жүріп жатыр жә­не ол ақылы телевизия абоненттерінен бас­тау алады. ХХI ғасырда Қазақстанда жаңа басқару мәдениеті қалыптасуда. Оның негізгі мәні: ақпарат, білім, ғылыми жобалау, әлеуметтік модельдеу. Осының арқасында медиамәдениет қоғам мен мемлекет, индивид пен билік арасындағы делдал қызметін атқаруда.

Бүгінде елімізде эфирлік, спутниктік және кабельді телевизия жұмыс істейтінін білеміз. Сандық телевизия – осы ортадан алшақ кетпей-ақ, өңдеудің жаңа тәсілі. Цифрлық стандартқа ауысу тех­ни­ка­лық ілгерілеушіліктің арқасында бол­ған­дықтан, оның артықшылығы мен мүмкіндіктері де ауқымды. Бірін­ші­ден, сапасы жақ­сарса. Екіншіден, радиожиілікті пай­да­лану тиімділігі артады. Ең бастысы, сан­дық телевизияға ауыспауға да болмайды. Себебі, 2015 жылдан бастап тек сандық таралымның жиілік жоспары қолданыста болады.

Егер осы кезге дейін «Сандық телевизияға» көше алмасақ, онда ел аума­ғын­дағы радиоэлектронды құралдар көрші ел­дердің радио­элек­трон­ды құралдары тарапынан түрлі бөгетке тап бо­лады. Ал сандық телевизия ақпараттық қа­уіп­сіздікті қамтамасыз ететінін ұмыт­паған жөн. Тағы бір артықшылығы – егер бүгін бір жиілікте бір ғана телеарна берілсе, санға көшкенде осы жиілікте 10 бағдарламаны көруге болады. Демек, радиожиілік спек­трі­нің тиімділігі бірнеше есе ұлғаяды. Мә­се­лен, алыстағы ауылдарда 2-3 арнаны көр­сетсе, ал қазір 20-30 арнаға жол ашылды. Осы орайда «қаптаған арнаны не­мен толтырады?» деген сауал туындайтыны сөзсіз. Жалпы, ақпараттық саладағы проблемалардың зерттелуі мен ғылыми формасы және ақпараттық қауіпсіздіктің жүйесін дамыту мен құруында мемлекеттің өзіне ғылыми талаптарды орынды қалыптастыру қажет. Бұл жағдайда мемлекеттің алдында қоғамның даму бағдарламаларын жүзеге асыру, бұқаралық санада мемлекетті позитивті жағынан көрсетуде белсенді ақпараттық саясат жүргізген жөн болар. Сандық телевизияны дамыту бағ­дар­ла­масына сәйкес, тұңғыш мультиплекске бар­лық әлеуметтік маңызы бар бағ­дар­ла­ма­лар енуі тиіс. Осы қоржынға ие әрбір аза­мат ел ішінде және сыртта болып жат­қан жаңалықтардан қалыс қалмайды. Отанға деген сүйіспеншілік, тұрақтылық, патриотизм секілді көңіл күйлерді орнықтыратын материалдарды жиі беру керек. Ақпарат құралдары бір Отан, бір мемлекеттік тіл, бір ұлттық саясатты насихаттаушы біріккен күш, бірліктің ұйытқысына айналса ғана жекелеген қаржы немесе саяси топтардың қолшоқпары болу қауіпінен құтылады, тәуелсіз Қазақстан алдында тұрған басты міндет те осы.

Қазақстан әлемдік өркениет көшінен қалмай, жаңа ақпараттық-коммуникациялық технологияларды игеріп, оны саяси жүйе мен жалпы қоғам өмірінде кеңінен қолданса ақпараттық ғасырдағы тұрақты даму жолына түспек. Заманауи әлемдік саяси тәжірибеде бұл жауапты міндетті электрондық үкімет жемісті жүзеге асыруда. Қазақстандық ақпараттық өрісті бір мезетте бірнеше ақпараттық тасқын келіп құйылатын тоғанмен салыстыруға болады. Бұлардың ішіндегі ең қуаттысы – Ресейден құйылатын ақпараттық тасқын. Оның кәсібилік деңгейі өте жоғары телебағдарламасы, бірқатар радиостанцияларының хабар таралымы, тұрақты оқырмандары бар газеттері мен салыстырмалы түрде жақсы дамыған.

Біздің қазіргі таңдағы басты мақсатымыз қазақстандық аудиторияға шетелдік ақпарат тасқынына төтеп беретін, онымен иық теңестіре алатын жергілікті БАҚ-тың сапасын арттырып, мемлекетіміздің саясатын күшейтуіміз  қажет.

Қазақстан мәдениетінің аудиовизуальді кеңістігіндегі қазақ тілі ықпалының шекарасын кеңейту қазақтардың этномәдени сәйкестігінің қайта өрлеуіне жол ашты. Тіптен ұлты бойынша орыс, бірақ жаңалықтар бағдарламасын мүлтіксіз қазақ тілінде жүргізетін дикторлардың теледидар экрандарынан бой көрсетуі құбылысы, еш күмәнсіз, телекөрермендер санасында қазақ тілінің орнын нығайтуда үлкен әсер қалдырып отыр.

Белгілі американ футурологы Э. Тоффлер біздің дәуірімізге тән негізгі белгілерді сипаттай отырып, мынадай баға береді: «Интерактивтілік, мобильділік, өзара байланыс мүмкіндігі, қайтымдылық, жаһандану секілді белгілер. Осылардың барлығы ендігі таңда жаңа биліктің – ақпараттық биліктің маңыздылығын көрсетеді» [7]. Қазақстан әлемдік өркениет көшінен қалмай, жаңа ақпараттық – коммуникациялық технологияларды игеріп, оны саяси жүйе мен жалпы қоғам өмірінде кеңінен қолданса ақпараттық ғасырдағы тұрақты даму жолына түспек.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

1. Александровская В.Н. Информационная парадигма прогресса. − Донецк: Изд-во ДонНМУ, 2007. − 200 с.

2. Masuda Y. The information society: as post-industrial society. − Tokyo, Japan: Institute for the Information Society, 1980. − 171 p.

3. Луман Н. Общество общества. Часть II. Медиа коммуникации. − М.: Логос, 2005.280 с.;

4. Луман Н. Реальность масс-медиа / пер. с нем. А. Антоновского. М.: Праксис, 2005.

5. Құлсариева А.Т. Аударма − өркениет феномені: Философия ғылымдарының докторы ғылыми дәрежесін алу үшін даярланған диссертация. − Қазақстан Республикасы, Алматы, 2006. − 212 б.

6. Dizard W.P. The coming information age. An overview of Technology, Economics and Politics. − Longmann, 1982. − 287 c.

7. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. Знание, богатство и сила на пороге ХХІ века. − М.: ООО «Издательство АСТ». − 669 с.

**Қалихан Ж.**

 ЮНЕСКО, Халықаралық журналистика және Қоғаммен байланыс каафедрасының

1-курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: **ф.ғ.к., профессор м.а. Ниязғұлова А.**

**Қытайдағы Қазақ тілді сайт «Сен Қазақ»**

Ғаламтор техникасының дамуын әр түрлі тұрғыда түсіндіруге болады. Алдымен оның Web өлшемі мен қуаты тұрғысынан Web1.0 кезеңі деп алғашқы пайда болған тұсын айтамыз. Ол кезде пайдаланушылар тор шолғыш арқылы жалаң HTML беттеріндегі мазмұндардың " оқырмандары" ғана бола алатын еді. Бірақ, осы дәуір адамзаттың ғаламторға қолы жеткен бақытты заманының бастамасы еді. 2004-жылдан кейінгі дауірді Web 2.0 дәуірі деп атайды. Сайттар дәл осы дәуірде шыңдалып қуатты даму басқышына өтті, себебі ғаламтор пайдаланушылар енді тек "оқырман" ғана емес, Web2.0 дауірінде "жанкүйер, үлес қосушы, жазушы" сынды міндеттер атқара білді. Қытайдағы қазақ тіліндегі сайттар web 1.0 дәуірінде өмірге келсе, web 2.0 дәуірінде бес мүшесі толысып, сенімді әрі нық қадаммен дәуірмен бірге алға басты, ал алдағы күндері толғағы жақындаған Web 3.0-дің қуаттарын пайдалана отырып халыққа тіпті де көп игіліктер әкелері даусыз.

Қытайдағы ең алғашқы Қазақша сайт 1998-жылы  Чиңхуа университетінде оқитын Әсет дейтін азаматтың бастамасымен «Ауыл» деген атпен ашылған.  Осы «Ауыл сайтын» қазақ ғаламторы тарихының үлкен бір ескерткіші деуге болады.  Іле-шала «Парасат», «Мереке», «Тамшы» сияқты сайттар ашылып, қазақ ғаламторы интернет әлемінен ойып орын ала бастады. Қытай қазақ ақпаратының саны жағынан Қазақстаннан кейiнгi екiншi орында. Шыңжаң өңiрiнде қазақ тiлiнде 10-нан астам газет, 30 журнал, 40-қа жуық интернет сайт, 3 телеарна, күнiне 18 сағат қазақ тiлiнде хабар тарататын «Шыңжаң халық радиосы» станциясы, 7 баспа және Бейжiңнiң өзiнен хабар тарататын «Орталық радио» станциясы, «Ұлттар баспасы» жұмыс жасауда.

Қытайдағы Қазақ тіліндегі сайттар сан алуан салалармен жұмыс жүргізуде, оларды негізінен үкімет сайттары және үкіметтік емес сайттар деп бөлуге болады.  Үкіметтік сайттар ірі ақпараттық порталдар мен үкімет орындарының сайттарын қамтиды, бұларға арнаулы қаржы бөлінетіндіктен барған сайын кемелденіп келе жатыр.  Ал жекелер иелігіндегі сайттар қаржы тапшылығына қарамастан, қарқынды дамуда әрі Қазақ ғаламторында әлі де маңызды орынды иеленіп келе жатыр. «Сен Қазақ сайтын» алып айтсақ, күндік көрілімі 100 мыңнан асады әрі екі алфавитте жұмыс жүргізіп, тек Қытай Қазақтарын ғана емес, әлемнің әр бұрышындағы қандастарымызды өзара тіл табыстырып отыр.  Жалпы ғаламтор біздің ана тіліміздің өсіп-өркендейтін өте қолайлы да шексіз мүмкіндіктер жасырынған кеңістігі.

Сайт ашудағы ең басты мақсат ұшқан құстай дамыған мына ғылым, білім, техника заманында жұртты алуан білім игеруге бастау. Қарап отырсаңыз, ұлтымызда сауатсыздық жағдайы әлі бар, бұл ұлт сапасына кесірін тигізіп отыр. Ал бүгінгі ақпарат заманында, өзінің ғаламтор сайты жоқ ұлтты сауатсыз халықтар қатарына жатқызуға әбден болады. Әрине, біз одан аулақ болсақ екен деймін. Бұдан басқа, ортақ ұлттық танымы мен қуаныш-қайғысы, көзқарасы болмаған ұлт та ұлт болуы қиын. Қарап отырсаңыз, мейлі оған жауап шықпаса да сайттағы талас-тартыстар арқылы ортақтық іздейміз, одан қалса, халықтың рухани жақтағы сұранысы жоғары, бұл жағында "күпі киген қазақтың қара өлеңін, шекпен жауып өзіне қайтарамын" дегендей, халықтың өз ән-күй, өлең-дастан сияқты қазынасын өзіне ұсынуға деген қажеттілік алға жетелеп сайт өмірге келді.

«Сен қазақ сайты» ең алғаш 2005-жылдары «Қытай қазақтары сұхбаты» дейтін атпен Уатқан Ыдрыс ұлы алғаш тіркеуге алдырған, кейін ол азаматтың үкіметтегі қызметтеріның қарбалас болуымен 2009-жылдан бері Ақытбек Шеризатұлы өз қолына алған.  Сайт алғаш дүниеге келгенде оның оқырманы аз, мазмұны жалаң болған.  Біраз азаматтарымыз жұмыстан тыс уақыттарын тиімді пайдаланып, мазмұнын байыта бастаған.  Анығырақ айтсақ, сайт бүгінгідей табысқа жетуіне Қалиакбар Ұсемқанұлы, Ерлан Мазанұлы, Қадила Нұрғалиқызы бастаған зиялы аға-әпкелеріміздің еңбегінің үлкен жемісі деп ойлаймын. Былайша айтқанда, сол азаматтар сайт құрылғаннан қазірге дейін сайт мазмұнын үздіксіз толықтырып келеді.  Сайттың қолдаушылары да, қорғаушылары да осы кісілер.

Осы сайт ашылған кезде Ерлан Нұрдыхан дейтін ақынымыз «Сен қазақ» деген өлең жазған еді:
Сен қазақ, тамыр алған Көк түріктен,
Шоқ шайнап, ақындары от бүріккен.
Тораптың толқынында тоғыс, Алаш,
Ұлтжанды, халқым дейтін тектілікпен!

Сайттағы басқарушылар "асабалар" делінеді, олар еріктілер, өздері жұмыстарынан тыс, азаматтық міндет ретінде сайттағы мазмұндарды реттеп, редакциялап отыратын қабілетті кісілерден құрам табады әрі сайттағы контенттер, тақырыптар бүкілдей ашық, тегін, сіз тіркелмей- ақ мазмұндарды пайдалана бересіз, осыған қарамастан 34 мыңнан аса тұрақты жанкүйері бар, бұл сан күн санап артып келеді. Сайтта 40-тан астам айдарша бар, барлығы да қазақ тілін дамыту үшін үнсіз үлес қосуды, күллі қазақ баласына ортақ ақпараттық кеңістік ашуды, ортақ ұлттық сезім қалыптаструды мақсат еткен.

2012-жылдың орта шенінен бастап, төте-кирил екі жазуда автоматты сәйкестік қабілетін қосып, қытайдағы бір жарым миллион қазақты дүниеге бет алдыруға бастамашы болды, сонымен қатар басқа елдегі қандастарымыздан да сайтқа жанкүйер болушылардың саны күн санап артуда, демек "сен қазақ сайты" қытайдағы қазақ тіліндегі сайттардың серкесіне айналып үлгерді деуге толық негіз бар.

Интернет пайдалану қазіргі жастар үшін күнделікті тұрмыс дағдысына айналды, әйтседе әттеген-ай дейтін тұстарымыз да жоқ емес.  Айталық, қазіргі көптеген жастар ғаламторды білім алудың емес, көңіл ашудың құралы етеді, бұл дұрыс емес.  Сондықтан да ауылдағы үлкен кісілер компьютер, ғаламтор десе болды, ойыншық қана деп ойлайды. Шындығында ізденген адамға онда мол білім бар, керек десеңіз сіздің қалаған қажетіңізден шыға алады, әңгіме соны қалай пайдалануда.
        Интернетте өзінің ұлттық сайты мен ұлттық кеңістігі болу осы заманғы ұлт болудың, ол ұлттың бәсекеде табан тіреп тұра алуының алғы шарттарының біріне айналды.  Сонымен бірге ана тіліміздегі мол рухани байлықты халық кәдесіне жаратуда интернет табылмас тамаша құрал әрі дамудың мол мүмкіндіктерін силаушы.

Дүниедегі жан саны көп ұлттың арасында жасап жатқан аз Қазақтар үшін аянбай, ұлттық түс алған, Қазақи үрдісте жол тапқан, болашаққа жол тартқан Қазақ тілді «Сен Қазақ» сайты, тағдырдың айдауымен қиырда жүрген Қазақ үшін жұмыс істеп, Қытайдағы аз Қазақты әлемдегі озық ұлттар қатарына қосуға талпынып жатқан, олардың санасына жер бетіндегі бүкіл Қазақтың бір ғана тауелсіз Қазақ елі бар екенін саналарына сіңдіріп келе жатқан сайттың бірі және бірегейі. Бұлай деудегі себебіміз өзіміз көріп отырғандай артықшылықтарға ие екені айдан анық. Қытай ішіндегі, Қазақ еліндегі, тіпті дүниедегі күн сайын емес сағат сайын болып жатқан жаңалықтар «Сен Қазақ» сайтының бетінен қағыс қалмайды. Міне осыдан да көруге болар қандай ерекшеліктерге ие екенін. Бүгінгі техникалық қоғамда компьютердің құлағында ойнаған Қазақ жастары әлем кеңстігінің «Ауасын» ортақ пайдалануға күш салып жатқаны бірден көзге көрінеді. Ұлтым деп еңбек етіп жатқан жастары бар елдің ертеңі де нұрлы болмақ. Ал осындай ұлтым дегенде ішкен асын жерге қояр азаматтар барда «Сен Қазақ» сайты әлі талай асулардан асып, биіктерді бағындырары ақиқат.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Баймолда Д. Қазақша хабар тарататын шетел радиолары. –  Алматы,

2011.

2. Шинжяң газетiнiң 28-наурыз күнгi 3-бетiндегi "Жас қанат" бетiнен алынған.

3. «Сен қазақ» сайты.

*Статья рассказывает о сайте посвященном казахскому языку в Китае, которое предаставляет возможность общению нашего народа из разных уголков мира. Также в статье расматриваются вопросы основания и использование сайта. В общем интернет способствует безграничнему росту нашего радного языка.*

*The article talks about the website dedicated to the Kazakh language in China, which predastavlyaet opportunity to communicate our people from all over the world. The article also questions are risen base and use of the site. In general, the Internet contributes to an unlimited growth of radium our language.*

**Қожақова А.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының 4-курс студенті

Ғылыми жетекшісі: **ф.ғ.к., доцент Жақсылықбаева Р.**

**Бүгінгі жастар шығармашылығы хақында**

 Шығармашылықпен айналысу жас талғамайтыны белгілі. Бірақ рухани әлемдегі кез-келген жас та, жасамыс та барлығы бір бағыттың бойынан табылмайтыны тағы бар. Бірі ішіндегі көңіл пернесін поэзиямен жеткізсе, бірі жан дүниесіндегі алай-дүлей болған сезімдерін прозамен, енді бірі оқырманды қара сөзбен бағындырады. Десек те, кейінгі толқын деп жүрген шығармашылық әлемдегі жас қауымның беталысын бағамдасақ.

 Бүгінгі таңда өзге жанрларға қарағанда поэзия жанрына қалам тербегендер әлдеқайда көп. Осыған байланысты көптеген басылымдарда сыни тұрғыдағы мақалалар да аз жарияланбайды. Поэзия жанрының кең етек алуы, әрине, қуантарлық дүние. Бірақ «поэзия, поэзия» деп драматургияны ұмытып кеткендейміз. Яки, жас драматургтарды табу қиынға соғып отыр. Бұл жанр турасында да азды-көпті проблемалық мақалалар да жарияланды. Бұл өз алдына.

 Алайда мақсатымыз кемшілігімізді түгендеу емес. Керісінше рухани әлемдегі жас буын өкілдерінің әдебиет беттерінен орын алған дүниелерінің ерекшеліктері жайында. Поэзияда қаламдарының ұшқырлығымен танылып, талайды табындырып жүргендер Бейбіт Сарыбай, Ерлан Жүніс, Ардақ Нұрғазы, Тоқтарәлі Таңжарық, Ұларбек Нұрғалым, Қуаныш Дәлей, Гүлманат Әуелхан, Ықылас Ожай, Ырысбек Дәбей, Серік Боқан, Азамат Тасқараұлы Танакөз Толқынқызы, Қанат Әбілқайыр, Бауыржан Әлқожа, Жақсылық Қазымұрат т.б.

 Асқар Сүлейменов: «Ұрпақ - ұрпақпен ұрпақ. Аға буын ағалық қамқорлығын көрсетсе, рухани мұраның тарих қоржынында қабаттасып қала бермейтініне есеп беріп отыр. Қазіргі жас - тарихтың мұрагері, сондықтан да сол мұраны жетпек жеріне жетелеп кетеді деп, соның азабына да, ауыртпалығына да таймай барады деп үміт артады. Бұл  - сенім, бұған қоса жауапкершілік. Аға үміті - ақ үміт, оны ақтамағаның - өзіңді ойға, етекке тастағаның. Кім өзін тау табанынан көргісі келеді дейсіз? Әдебиеттің жаңа буынына, ең жас буынына бұл туралы әбден ойлану керек. Әншейін көкірек қағып, құрғақ мақтанудың жетегіне еріп емес, өздерінің табысына да, табыс көріне бермейтін тайыздығына да шын суреткерше асықпай, аптықпай, байыпты қарап алып ойланғаны шарт... Жаңа буын жаңаның жасаушысы болуға шамасы жетпесе, үлескері болуы керек,»  - деді. Ендеше, әдеби әлемде жаңа буын жаңаның жасаушысы болатынына күмән келтірмеуіміз керек.

**Құдайберген Қ.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының 2-курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: **ф.ғ.к., доцент Ошанова О.**

**Әлемдегі Қазақстанның имиджі**

90-шы жылдың басында, Қазақстан тәуелсіздік алған тұста әлемге жаңа мемлекетті таныстыру мәселесі күн тәртібінде тұрды. Бұл ең бірінші сырттан инвесторлар тарту үшін қажет еді. Экономикалық жағдайы әлсіз ел үшін шет елден қаржы тарту өте маңызды болатын. Өйткені қаржылық жүйесі қалыптаспаған, КСРО-ның құлдырауынан кейін өндіріс орындары жабылып, мемлекеттік мекемелер жекешелендіріліп, экономиканың әлсіреуінен құтқаратын маңызды бағыттың бірі - сыртқа инвестиция еді. Мемлекет бұл бағытта белсенді түрде жұмыс істей бастады. Президент Н.Назарбаев Қазақстанның тәуелсіздігі мойындалысымен шетелдерге ресми сапарлармен шығып, дипломатиялық қарым-қатынас орнатып, шетел алдында таныстыра бастады. Мемлекет басшысының сапарларынан кейін шетелдік БАҚ-да Қазақстанның мол табиғи қазбалар мен кен орындарына ие екендігімен қатар, ядролық қарудан бас тартқан, 100-ден астам ұлттар мен ұлыстар шоғырланған, жері ауқымды, Орталық Азиядағы көшбасы мемлекетке айналу мүмкіндігі зор екендігі туралы жиі айтылатын. Әрі инвесторларға қолайлы жағдай жасалу да уәде етілді. Нәтижесінде әлемдік ірі компаниялардың назары Қазақстанға ауа бастады. Шетелдік басылымдарды бұрынғы КСРО-лық мемлекеттің шын мәнінде орасан зор табиғи байлыққа ие екендігі туралы жиі айтыла бастады. Бұл ретте екпін табиғи байлыққа түсірілді. Қазақстанның шетел алдындағы имиджінің алғышарты осылайша орасан зор табиғи байлыққа ие мемлекет ретінде көрініс тапты. Белгілі саясаттанушы Досым Сәтпаев Қазақстанның әлем алдындағы имидждік жобасының алғышарты мемлекетті таныстыру түрінде басталғанын айтады.

Бұл ретте Қазақстан брендін танытудың ауқымды жобасы жасалды. Оның басты мақсаты – Қазақстанды ең алдымен экономикалық-саяси бағыттағы тұрақты ел ретінде көрсету болды. Атап айтқанда мемлекет алдында нарықтық өтпелі экономикасы бар, саяси тұрақты, аграрлық бағыттағы әлеуеті зор, демократиялық, дамуға бағыт алған мемлекет ретінде; Ал, халқы көпұлтты, қонақжай, ашық; Табиғаты бай, геграфиялық орналасуы ыңғайлы, табиғаты сұлу, Ресейден кейінгі Евразия аумағындағы жер көлемі ең ірі ел, Менделеев кестесіндегі барлық элементтері бар, табиғи ресурстарға бай, Азия мен Еуропаның байланыстырушы көпір ретінде таныстыру қажет еді. Бұл ұстанымдар Қазақстан брендінің негізі етіп алынды. Яғни, Қазақстан дегенде әлем халықтары бірден осы сипаттамаларды көз алдына келтіруі тиіс. Сыртқы имиджді қалыптастыру бағытындағы бірінші кезеңнің бұл қадамдары ҚР Президент әкімшілігі, ҚР Сыртқы істер министрлігі, ҚР Мәдениет және ақпарат министрлігі тарапынан өз деңгейінде жүзеге асырылды.

2007 жылы «Национальная идея и имидж Казахстана» атты социалогиялық зерттеу жүргізген Татьяна Челышева 1990-шы жылдары Қазақстан имиджін қалыптастыру жобасының өз мақсатына жеткенін айтады. Өйткені ол Еуропаның бірнеше қаласында зерттеу жүргізіп, шетелдіктердің жоғарыдағылармен қатар Қазақстан десе, Абай, киіз үй, қымыз, домбыра, басбармақ, Байқоңыр, Назарбаевты жақсы білетінін байқатқан. Мұнымен қатар тұрғыны аз, табиғаты бай әрі сұлу, жері үлкен, азиялық мемлекет, табиғи бай мемлекет ретінде сипаттағанын айтады. Ел имиджін шетелде қалыптатсрыудың алғышарттары Президент сапары кезінде таныстыру, БАҚ-да түрлі ақылы жарияланымдар жасау, пиар агенттіктерінің көмегімен түрлі пиар жобаларды жасау бағытында жүзеге асты. Мысалы: Қазақстан имиджін танымал жасау бағытында әлемге танымал BGR Gabara, Tony Blair Associates, Portland Communications және Media Consulta сияқты пиар компаниялар АҚШ пен Еуропада түрлі бағыттағы таныстырылым жұмыстарын жүзеге асырған. Бұл бағытта жылына 10 миллион долларға дейін қаржы жұмсалған. Мәселен: 2010 жылы Қазақстанның сыртқы имиджі үшін жұмсалған қаржы шығыны таза 10 миллион долларды құрады. Бұл сыртқы имиджді дамыту бағытында Қазақстанда өткізіліп жатқан түрлі халықаралық конференциялар мен форумдардың шығынын есепке алмағандағы сома. Тәуелсіз мемлекет болып қалыптасқан жылдары Қазақстанның сыртқы имиджін қалыптастыру бағытындағы жұмыстардың негізгі мақсатты аудиториясы АҚШ, Еуропа елдері болды. Өйткені бұл жақта негізгі инвесторлар шоғырланған. Сондай-ақ, Араб мемлекеттерімен де тығыз қарым-қатынас жасалды. Бұл ретте Қазақстаннның басым бөлігі мұсылмандар екендігін таныту басты мақсат болды. Бұл да сәтті жүзеге асты. Бүгінде еліміздегі инвестицияның басым бөлігі Еуропа мен АҚШ елдерінен кейін Араб елдеріне тиесілі. Қазақстанның сыртқы имиджін қалыптастыру жұмыстары Қазақстанмен көрші мемлекеттер арасында да жүргізілді. Бұл ретте ТМД-ның, Шанхай ынтымақтастық ұйымы, Ұжымдық қауіпсіздік және келісім шарт ұйымы сынды бірқатар ұйымдар Қазақстан тарапының ұсынысымен құрылып, жұмысын жүзеге асыра бастады. Бұл ТМД аумағынан тыс жерлерде Қазақстанның Орталық Азияда көшбасшы мемлекет ретінде қалыптастыруға өзіндік себебін тигізді.

Қазақстанды таныстыру басты мақсат болған Қазақстанның сыртқы имиджін қалыптастыру бағытындағы 1-ші кезең 1991-2000 жылдар аралығын қамтыды. Бұл кезеңді сарапшылар өз деңгейінде жүзеге асты деп бағалайды.

Қазақстанның сыртқы имиджін қалыптастырудың екінші кезеңі 2000 жылдары басталды. Бұл кезеңнің басты мақсаты –1 кезеңде қалыптасқан «Қазақстан», «Астана» брендінің әлемнің дамыған мемлекеттері арасынан өзіндік орнын алуға бағытталды. Мысалы: 2000 жылдан бастап бүгінге дейін Қазақстанның ЕЫҚҰ-ға төрағалығы, Қысқы Азия ойындары, Әлемдік және дәстүрлі діндер көшбасшыларының сьезі, Медиафорум, Қазақстанның Ислам конференциясы ұйымына төрағалығы, Олимпиада ойындарында, Әлем чемпионаттарында жеңімпаздар қатарынан табылудағы, 2017 жылы Универсиада мен ЕХРО көрмесін өткізудегі басты мақсаттарының бірі -сыртқы беделді арттыру. Қазақстан брендін бекем ету. 1990-2000 жылдардағы сыртқы имиджді дамыту бағытындағы Қазақстан ұстанымдарына тағы бірнеше бағыт қосылды. Ол әлемге Қазақстанды спорттық держава ретінде таныту. Бұған Қазақстан белгілі бір деңгейде қол жеткізді де. Соңғы Лондон Олимпиадасында спортшыларымыз жеті алтын, бір күміс, бес қола жүлде иеленіп, жалпы командалық есепте 12-орын алды. Бұл бағытты дамыту шаралары жалғасуда. Мысалы: қазіргі таңда Қазақстанда спорт саласы мемлекет тарапынан ең көп қаржыландырылатын саланың бірі. «Самрұқ-Қазына» ҰӘҚ арқылы спорт саласына үлкен көлемдегі қаржы бөліп келеді. Екінші кезеңде Қазақстан сыртқы имиджді дамытудың басты құралының бірі ретінде– Ядролық қаруға қарсы күрес, Жаһандық түрлі дағдарысқа қарсы құрал ретінде ортақ диалог алаңын құру, әлемдік экономикалық дағдарыстан шығуға өзіндік жоспар ұсынған мемлекет, терроризм мен түрлі лаңкестікке қарсы мемлекет, жасыл экономикаға бағыт алған ретінде таныту басты мақсат ретінде алынды. Өйткені 2000 жылдан кейінгі әлемдегі саяси-экономикалық ахуалдың мың құбылуы және ғаламдық ауа-райының жылынуы, әлемдегі дәстүрлі энергия көздерінің сарқыла бастауы сынды түрлі ғаламдық проблемалардың туындауы Қазақстанның сыртқы имиджін қалыптастырудағы мақсатына түзету енгізуіне тура келді. Өйткені бұлар күн тәртібіндегі мәселелер. Бұларды қолға алу Қазақстан үшін сөзсіз сәтті болатын еді. Әрі сәтті болды да. Мысалы: әлемде діни экстремизм қаупі артқан тұста, Қазақстан Әлемдік және дәстүрлі діндер көшбасшыларының сьезін өткізуді қолға алды. Бұл өз кезегінде Қазақстанның әлемдік проблемаларды шешуге ұмтылған болашағы зор мемлекет ретінде танытатын бастама еді. Әлемнің әр өңірінде соғыс қаупі, терроризмнің күшеюіне байланысты ядролық соғыс қаупі артып отырған тұста жаһандық «Ядролық қарусыз әлем үшін» халықаралық форум өткізіле бастады. Бұл Қазақстанның тәуелсіздік алған тұстағы ядролық қарудан бас тартуымен сәтті үйлесім тапты. Бұл ретте Қазақстанның ядролық қаруға қарсы, бейбітсүйгіш ел екендігін айшықтады. Бұған дәлел, әлемнің әр түкірінде Қазақстан Президентін Нобельдік сыйлыққа ұсынды. Әлемде геосаяси ахуал өзгеріп, Таяу Шығыс елдерінде түрлі көтерілістер белең алып, діни ахуал ушығып, Әлемдік қаржы дағдарысы тұсында да Қазақстан бірқатар істердің бастамашысы болды. Соның бірі - G-Global – әлем дамуы дүниежүзілік мәселелерді әлемдік ақылды топтарымен шешетін көпфункционалды Интернет алаңы. Бұл алаңның басты мақсаты -әлеуметтiк-экономикалық, саяси, мәдени, демографиялық және тағы басқа сұрақтар бойынша интерактивті, ашық, көпшілік пiкiрталастар ұйымдастыру. Бұл жобаның қолға алынуы да Қазақстанның әлемдік деңгейдегі беделін арттыруға септігін тигізуде. 2000 жылдары басталған қаржы дағдарысы әлі де жалғасуда. Бұған дәлел Еуропа елдеріндегі ахуал. Бұл мәселені реттеуге күллі әлем болып бас қатыруда. Қазақстан да бұдан тыс қалған жоқ. Күллі әлемнің жетекші ғалымдарының басын қосатын Астана экономикалық форумы өткізіле бастады. Бұған биыл 93 елден 8000 астам адам келді. Олар «Жаһандық экономикалық құбылу: өзекті талаптар мен даму келешегі» тақырыбын талқыға салмақ. 11 Нобель сыйлығының иегері, БҰҰ, ДСҰ, ЕАДБ, Халықаралық Энергетика форумы сынды жаһандық 29 ұйымның басшысы, 58 мемлекеттің бұрынғы, қазіргі басшылары, министрлер қатысады. Олардың қатарында АҚШ-тың 42-ші президенті Билл Клинтон, Польшаның 7-ші президенті Александр Квасьневский, Италияның бұрынғы премьер-министрі Романо Проди бар. Сондай-ақ, Эксон мобил, Дженерал Электрик Транспортейшн, ДжиПи Морган Чейс Интернешнл, LG Electronics Inc. IBM сынды бірқатар ірі компаниялардың басшылары да форум қонағы болмақ. Мұндай деңгейдегі қонақтардың келіп, жаһандық проблемаларды талқылауы Қазақстан, Астана брендінің құнын арттыруға сөзсіз септігі тиеді. Бұл қосымша инвестиция, қосымша әріптестік, саяси және экономикалық тұрғыда бәсекеге қабілетті ел ретінде танылуға жол ашпақ. Алайда, мұның барлығы Қазақстанның сыртқы имиджін қалыптастырудағы өзекті мәселелер жоқ, дегенді білдірмейді. Бұл ретте мынандай кемшіліктер көзге түседі:

**1) Әлемдік деңгейдегі шаралар қыруар қаржыны талап етеді. Бұл ел бюджетіне қосымша шығын.** Сарапшылар Қазақстанның сыртқы имиджі үшін қаражаттың көлемі тым үлкен екендігін айтады. Кейбір болжамдарда, ол ішкі инфрақұрылымды дамытуға бөлінген қаржының жартысына жуық. Бұл, өзін ақтап жатыр ма? Әлде бос шығын ба, әлі басы ашық қалуда.

2) Қазақстанның ішкі, сыртқы имиджімен айналысатын нақты органның жоқтығы. Түрлі министрліктер мен салалық құрылымдардың жұмысында ортақ есеп, ұстаным жоқ.

3) **Сыртқы имиджге әсер ететін ішкі факторлардың сапасыздығы. Қарапайым мысал:** Шетелдік туристі қарсы алу, кедендік т.б рәсімдерді жылдам жүзеге асыру, сапалы қонақ үйлер, қалаларда арнайы туристік бағыттардың жоқтығы, көрікті өңірлерге арнайы сапарлар ұйымдастыру дұрыс жолға қойылмаған. Ірі халықаралық шараларда Қазақстан аты өз деңгейінде көрініс тауып жатыр. Алайда, шетелдіктер демалуға келіп, лайықты сервис көре алмай кетуі көп байқалады. Яғни, пиар бар, менеджмент жоқ. ЕЫҚҰ-ға сәтті төрағалық, өкінішке қарай Қазақстанды туризмі дамыған ел ретінде көрсете алмайды. ЕЫҚҰ-ға сәтті төраға болғаны үшін Қазақстанды көруге келген турист, нашар көзқараспен еліне оралуы мүмкін. Бұл сәтті жасалған сыртқы имиджге сәтсіз жарнама болуы мүмкін. Мысалы: Түріктер, олар туризмді дамыту мақсатын алдыға қойды. Ол сәтті жасалды. Мұнымен қатар түріктер әлемдік аренада өз елінің патриоты деген атты қоса иеленді.

3) **Шетелдік БАҚ-да ақылы материалдар, жарнама негізіндегі материалдарға басымдылық берілуі.** Пиардағы ұстанымның бірі – имидж ақылы материалдар негізінде қалыптаспауы керек. «PR-дың атасы» Айви Лидің сөзімен айтқанда жарнама бір сәттік алдамшы көрініс қана. Оны мемлекеттік беделін арттыру үшін қолдану үлкен қателік.

5) **Ұлттық, Қазақстандық өнім түріндегі брендтің әлемдік аренада болмауы.** Мысалы: Жапония – Sony, Tоyota, Германия Mercedes, BMW, VW, Hugo Boss, Италияда Gucci, Ferrari, Финляндияда – Nokia т.б брендтерімен әлемге танымал. Бұл бағытта біз тек шикізат ұсынушы ғанамыз. Ал, шикізат ешқашан бренд болмайды. Өкінішке қарай, көп жағдайда Қазақстан дегенде ең бірінші шетелдіктердің есіне түсетіні - Борат, мұнай, Байқоңыр, қазба байлықтары.

6) **Сыртқы имиджді қалыптастыратын саланың бірі - кино, музыка мен спорт.** Соңғысы өз деңгейінде үлес қосуда. Алайда, кино мен музыка саласында әлемді елең еткізетін туынды көре алмай келеміз. Кино саласында Қазақстан десе елең еткізетін бір ғана фильм бар. Өкінішке орай ол қазақстандық емес, әрі Қазақстанның атына «қара күйе» жаққан «Борат».

7) **Қазақстандық брендті дамытуда ортақ ұстаным мен мақсаттың жоқтығы.** Қазақстан болашақта кім болуы керек? Орта Азия барысы ма, жоқ көшпенділердің ұрпағы ма?

Бүгінгі жаһандану жағдайында бәсекелестік күн сайын артып келеді. Кім бәсекеге қабілетті сол елдің мерейі үстем. Ал, бәсекеге қабілетті болу үшін экономикалық ахуал мықты болуы керек. Экономикалық ахуал мықты болуы үшін ішкі-сыртқы экономикалық алыс-беріс, қарым-қатынасқа, инновацияны дамытып, өндірісті өркендету қажет. Бүгінгі әлемде бір мемлекетке тең алып корпорациялар, брендтер пайда болды. Мемлекеттер де бренд ретінде қалыптаса бастады. Яғни мемлекеттер алып корпорациялардың бір түрі іспетті. Олармен бәсекелестікке түсіп, экономикалық тұрғыда үстем болу үшін бедел яғни сыртқы имидждің мықтылығы қажет. Бұған көңіл бөлінбеген елдің әлемдік бәсекелестікте ұтылары анық. Иә, бүгінде Қазақстанды әлем таниды. Қазақстан талай жаһандық шаралардың бастамашысы болып келеді. Алайда, өнім өндіруші, қызмет ұсынушы, ұлттық бренді бар ел ретінде танымал емес. Бүгінде тек күллі әлемге танымал Қазақстан, Н.Назарбаев, қазақ мұнайы, Астана бренді бар. Өзіндік беделі де жоқ емес. Алайда, бұған ұлттық құндылықтар бренд ретінде қосылса, Қазақстан имиджінің артары сөзсіз еді. Бұл үшін төмендегі ұсыныстарды айтуды жөн санадық. Қазақстан үшін сыртқы, ішкі имиджбен айналысатын нақты орган қажеттігі айқын. Ол ұйым сыртқы, ішкі имидждік бағыттағы жұмысты бір ортаға біріктіруі қажет. Бұл қаржылық тұрғыдағы есепті дұрыс жүзеге асыруға, мемлекеттік пиар жобаның өз мақсатты аудиториясына жеткен-жетпегеніне мониторинг жүргізуге, әрі қай салада басым бағытты жұмыстарды жүзеге асыруға мүмкіндік береді. Әрі бұл ұйым Қазақстан брендін дамытуда ортақ ұстаным мен мақсатты анықтайды. Сыртқы имиджге әсер ететін нысандарды туризм инфрақұрылымын дамыту қажет. Ұлттық немесе Қазақстандық брендті дамыту қолға алынуы тиіс. Бұл дегеніміз тарихи, мәдени құндылықтарды әлемге танытып, өндірісті өркендету деген сөз. Ал, олар бар жерде мемлекеттің экономикасы үстем, беделі биік.

**Мун Н.**

магистрантка 1-курса кафедры

печати и электронных СМИ

Научный руководитель: **к.ф.н., доцент Велитченко С.Н.**

**Медиа нового формата: трансформация медиапродукта**

Статья посвящена анализу изменения журналистских текстов, упразднению и появлению новых требований к медиапродукции с появлением Интернета. В статье также рассматриваются инструменты привлечения внимания аудитории к медиа нового формата, а также взаимосвязь конвергенции и мультимедийности с журналистикой эпохи Интернета.

**Introduction**

Понятие «новые медиа» стали употреблять в конце ХХ века. Появление Интернета, которому обязаны своим появлением медиа нового формата, дало жизнь целой эпохе ­­– в журналистике в первую очередь – и споры, связанные с такими медиа, ведутся до сих пор. Кто-то считает, что в скором времени Интернет вытеснит и заменит собой все остальные СМИ, кто-то просто не желает признавать, что блоги и социальные сети относятся к журналистике, однако, как бы то ни было, Интернет – важнейшая часть информирования общества, выражения своего мнения публикой, связи с аудиторией, а значит, и самой журналистики. В любом случае понятие «новые медиа» временно, так как делает акцент на тех переменах в обращении с информацией, которые эти медиа принесли с собой. И когда эти перемены будут полностью приняты обществом и журналистикой, новые медиа просто перестанут быть новыми.

**Main body**

Каждый раз, когда появлялся новый вид СМИ: газета, радио, телевидение, – это ознаменовывало новый виток развития журналистики. Появление журналистики в Интернете также произвело своеобразную революцию. Однако есть черта, которая в корне отличает Интернет-медиа от всех остальных – это свободное формирование медиапродукции. Если, работая в газете, на радио или телевидении, журналист подчинён редакционной политике и согласует свои действия с редактором, то Интернет не приемлет такого контроля над собой. Свобода и бесконтрольность Интернет-продукции не позволяет дать ей чёткую классификацию ни по форме, ни по содержанию: где заканчивается просто выражение своего мнения и начинается журналистика. Пользователи Интернета теперь именно пользователи, а не публика. Они не читают все новости на одном или нескольких сайтах, как это происходит с газетами, в их распоряжении весь виртуальный мир. И в этом мире нет чётких ролей – тот, кто минуту назад был лишь потребителем продукции Интернет-медиа, может в мгновение ока сменить амплуа и сам стать автором или даже создателем собственного СМИ. В этом особенность Интернета: размытые роли людей в нём, размытые границы допустимого, размытые формы. Больше нет необходимости укладываться именно в то количество знаков, которое задал редактор – Интернет всё стерпит, всё вместит. Помимо этого, в распоряжении журналистов находятся и фотографии, и аудиозаписи, и видеофайлы. Яркая картинка или даже видео может наглядно продемонстрировать то, что зачастую текстом описать трудно. Таким образом, Интернет популяризирует конвергентность. Историк и блогер Илья Севастьянов, автор проекта Public Speech, в своей статье «Никто не знает, что такое новые медиа» пишет: «Успехом пользуется то медиа, которое предлагает информацию наиболее ёмкую, не требующую много времени для восприятия и анализа большого сплошного текста без визуального сопровождения».[1] Мир становится слишком динамичным, из-за огромного выбора пользователям хочется успеть «проглотить» как можно больше информации, посетить как можно больше сайтов, поэтому новые медиа, в особенности информационные порталы, стремятся к краткости, содержательности и информативности. Журналисту необходимо писать так, чтобы его продукция была понятна всем и перед читателями не возникла необходимость использования других сайтов для разъяснения темы. Из-за огромной конкуренции сайтов работникам новых медиа нужно постоянно подстраиваться под вкусы аудитории, пытаться предугадать, что будет ей интересно. С развитием Интернета требования аудитории постоянно меняются, и если газеты могут себе позволить десятилетиями выходить в одном формате, потому что это привычно, узнаваемо, а значит, надёжно, то Интернет-медиа вынуждены постоянно обновлять свою концепцию, чтобы не устареть, чтобы их не сменили более современные медиа. На помощь может прийти журналистская конвергентность, которая сглаживает разницу вкусов нескольких аудиторий одного медиа. Вот что пишет об этом Гулим Амирханова, координатор проекта «Развитие новых медиа в Центральной Азии», в статье «Новые медиа: идеи, структура, опасности»: «При правильном подходе новые медиа могут дать второе дыхание профессии – журналистике. Когда начинаешь использовать различные инструменты и форматы подачи информации, уходит ощущение обыденности, которое присуще традиционным СМИ В новых медиа уходит текстоцентричность. Уже не столько важно «хорошо написать», сколько как интереснее и разнообразнее рассказать историю и донести мысль до аудитории, потому что появляется больше способов для этого – визуальных, инфографических и других».[2] Именно умение использовать все эти способы, а также навык правильно определять лучший формат подачи медиапродукта, является основным качеством современного медиажурналиста. Журналист цифровой эпохи должен уметь снимать видео, монтировать сюжеты, писать информативный текст, записывать аудио, вести блоги и с помощью всех этих средств подать свой продукт разными способами или одним, но удовлетворяющим вкусы нескольких аудиторий. Журналист, способный выполнить это требования, становится мультимедийным, универсальным. Мультимедийная история или статья – это информационный жанр онлайн-журналистики, сочетающий в себе элементы медиаконвергенции, обладающий свойством интерактивности, состоящей из информационных единиц разных жанров. Феномен мультимедийной истории предполагает, что новостная информация состоит из элементов различных языков: визуальных, текстовых, графических, аудиовизуальных.[3]

Помимо контента веб-СМИ, работники новых медиа с появлением Интернета могут менять форму и метод подачи медиапродукции по своему усмотрению: шрифт, вёрстка, цвета, виджеты, анимация, различные эффекты, формат фотографий ­­– всё сделано для того, чтобы у журналиста была возможность привлечь внимание к своему продукту до того, как с этим продуктом ознакомятся. Поэтому помимо качественного содержания, медиа нового формата необходимо иметь и привлекательный внешний вид, который бы при этом был уникальным, а значит, и узнаваемым.

**Results**

Итак, новые медиа на сегодняшний день – это продукт конвергентности, гармонично сочетающий в себе качества традиционных СМИ: содержательный текст, интересную картинку или видео, а также качественный звук. Журналист, умеющий понимать вкусы и требования аудитории и выполняющий их, успешно пользующийся инструментами журналистики, которые предоставляет нам цифровая эпоха, является журналистом нового формата.

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

# 1.[http://omskpress.ru/blogs/mess/763](http://omskpress.ru/blogs/mess/763/)

# 2. <http://newreporter.org/2011/11/10/novye-media-idei-struktura-opasnosti/>

# 3. <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1809977>

**Мустафина А.Б.**

магистрантка 1-курса кафедры

печати и электронных СМИ

Научный руководитель: **д.и.н., профессор Козыбаев С.К.**

**Общественно-политическая пресса в Казахстане:**

**становление и развитие в системе СМИ**

Демократическое государство подразумевает развитие свободных средства массовой информации, которые является одним из важнейших социальных институтов формирования общественного мнения, а также политической социализации человека. СМИ, наряду с политическими партиями участвуют в жизни страны. Они являются не только средствами информирования, но и воздействия на мнения, а также «трибуной» для политических деятелей, которые в свою очередь проявляют немалый интерес по отношению к масс-медиа.

Современные общественно-политических газеты выражают интересы не только общества, но различных социальных групп и отдельных личностей. Их деятельность имеет важное значение в жизни страны в целом, так как характер распространяемой информации определяет ее отношение к действительности и направлении социальных действий. Общественно-политические газеты имеют непосредственное отношение к формированию убеждений в обществе путем выработки определенных социальных установок.

Во времена Советского Союза печать имела ограниченную свободу. В разные периоды пресса Казахстана повсеместно подвергалась жесткому контролю со стороны властных структур, правительственному управлению цензуры. С обретением независимости в Казахстане стали образовываться новые периодические издания, многие из которых продолжают работать и по сей день.

Политика, принесшая в степь печатное слово, дала толчок развитию такого важного инструмента идеологии и пропаганды, как пресса, ставшая поистине источником массовой информации. Конечно, в любом случае, газеты и появившиеся затем журналы Казахстана использовали открывшуюся возможность донести до своих читателей отечественную литературную культуру, давая возможность публиковать свои произведения поэтам и писателям, печатая сокровища народного творчества и рецензии. Но в силу сложившихся обстоятельств исторического периода, печать того времени должна была играть особенно важную роль в общественно-политической жизни страны. Недаром практически все представители казахской интеллигенции выступали как публицисты, сотрудники редакций. Единое движение, формирующее их общественно-политические взгляды, было направлено на защиту интересов казахского народа, на возрастание роли национального самосознания, на прогресс в духовном и экономическом развитии страны [1].

В тот период прессой огромное внимание уделялось развитию своего народа, национальной идентичности и его свободы. Газеты, создававшиеся в это время, имели огромное политическое и общественное значение в стране. Одной из них была газета «Казах».

Важная веха в летописи казахской журналистики - появление общественно-политической газеты «Казах» (1913-1918), явившейся политическим центром передовой казахской интеллигенции. Газета, выражая интересы казахского народа, была его трибуной, правозащитником. В период национального восстания 1916 года объективно освещала весь процесс и призывала народ к сплочению и единству. Именно газета была в большей мере организатором политической работы прогрессивной национальной интеллигенции, итогом которой было выработка тактики и стратегии борьбы за независимость. Газета имела партийную ориентацию. Национальная партия «Алаш-Орда» формировалась под воздействием идей газеты «Казах» [2].

Период бурного роста общественно-политических газет в Казахстане пришелся на конец 90-х и начала 2000-х годов. В то время появились такие газеты, как «Панорама», «Деловая неделя», «Республика», «Время», «НП». Чем же был вызван всплеск интереса именно к общественно-политической прессе?

Интересе возникает не на пустом месте. У общества появляется потребность в подобных издания, которые бы достоверно освещали политическую жизнь страны, развитие, объективно отражая ее достоинства и недостатки. В период становления нового государства были необходимы средства массовой информации такой направленности, которые бы смогли дать обществу ту информацию, в которой оно нуждалось.

В период середины 90-х была популярна газета-таблоид «Караван», которая обладала огромным влиянием. «Караван» абсолютно доминировал на рынке печатных СМИ, владея умами и душами практически всех граждан Казахстана. Такое могло произойти только в переходный период, когда «желтые» газеты безраздельно господствовали на рынках бывших советских социалистических республик. Примерно такое же огромное политическое влияние в России в свое время имел «Московский комсомолец» [3].

В истории развития информационного рынка Республики Казахстан, начиная с момента приобретения независимости, можно выделить несколько условных этапов.

Первый этап – постсоветский, до 1992 года, характеризующийся преимущественной государственной монополией на средства массовой информации, когда практически не существовало независимых СМИ.

Второй этап – становления и роста – 1992-1996 годы, характеризующийся постепенным уменьшением влияния государства на СМИ и доминирования на информационном пространстве, а также бурным развитием негосударственных СМИ, сокращением доли государственных СМИ.

Третий этап – либеральный, характеризующийся качественными и количественными изменениями на рынке масс-медиа, массовой приватизацией и разгосударствлением бывших государственных СМИ, полиграфических предприятий, переходом от государственного финансирования и дотирования средств массовой информации к государственному заказу на проведение государственной информационной политики. Этот этап развития отечественного информационного пространства начался с 1996-1997 годов.

Четвертый этап – «холдингирование» или «политизация» информационного рынка. С 2008 года на информационном рынке Казахстана по инициативе отдельных крупных финансово-промышленных и политических групп начался процесс слияния различных медийных компаний. Следует отметить, что данный процесс способствовал вытеснению с рынка слабых СМИ и формированию ряда достаточно крепких и конкурентоспособных медиа-холдингов. Создание подобных медиа-корпораций является одним из значительных достижений проводимых в Казахстане социально-экономических и демократических реформ [4].

На данный момент печатные издания в стране – превалируют. Доля печатных СМИ от общего числа составляет - 90%, а общее количество действующих СМИ – 2, 472 единицы.

Общее количество газет, функционирующих на данном этапе в Казахстане, составляет 1, 619. Из них: государственные – 328 (20%), негосударственные – 1291 (80%). Количество негосударственных газет растет, между тем, число государственных остается практически на одном уровне.

Общественно-политическая пресса, начиная с появления в Казахстане первых газет подобного характера, является рупором общенациональной связи, «зеркалом», отражающим происходящие события, на страницах которой всегда можно найти актуальную и свежую информацию.

На данный момент казахстанская пресса развивается и едет в ногу со временем. Многие специалисты в медийной сфере предрекают скорое исчезновение печатных СМИ. Один из американских медиааналитиков – Кен Доктор заявил, что: «Старый новостной мир уходит в прошлое. Уходит быстро. И мы должны признать это». Скорый уход печатных изданий он прогнозирует на конец этого десятилетия, отдавая предпочтение новому формату – цифровым СМИ. Окажется ли данное пророчество истиной – покажет время.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

1. Ашенова С.В. Учебно-методическое пособие. История казахской журналистики, Павлодар.
2. Нурбеков С. Возникновение и развитие периодической печати во второй половине XIX - начале XX века.

http://www.unesco.kz/massmedia/pages/1\_1.htm

1. http://www.continent.kz/2000/19/17.html
2. <http://medialaw.asia/old/node/9139>

*In this article,**the author writes**about the formation of**socio-political**press in Kazakhstan****,*** *touching on**one of the main**destinations**of this**newspaper**– the Kazakh****.*** *Article considers socio-political press in the general system of the media, which has always been the mouthpiece of the national communication reflecting all the important events in the country.*

*Осы мақалада автор Қазақстанның қоғамдық-саяси баспасөз қалыптасуын туралы жазып және осы бағыттың негізгін қалайтының «Қазақ» газетін қозғайды. Мақала саяси-қоғамдық басасөздің жалпы БАҚ-тың жүйесінде зерттейді, себебі осы баспасөз жалпыұлттық байланыстыратын таратушы және де едлің ең маңызды оқиғаларын қамтып көрсететеді.*

Нәлдібекова А.

Баспа ісі және дизайн кафедрасының

2-курс магистранты

 Термин жасау, оны қалыптастыру үздіксіз қадағалауды қажет етеді

 Қазіргі дамушы қоғам адамнан барынша шығармашылықтылықты, қабілеттілікті және шеберлікті талап етеді. Кез-келген мемлекетте халықтың, яғни әрбір азаматтың өз ісіндегі шеберлігін дамыта, өрістете отырумен қатар біліктілігін дәлелдеуін жоғары қояды. Сөз таластыруға болмайтын біліктілік, дәлірек айтқанда терминология біліміндегі біліктілік тек қана лингвистикалық тіл білімінде емес жалпы білім саласында алатын орны ерекше.

Қоғамның әртүрлі салаларындағы экономикадағы, мәдениетттегі, ғылым мен білім салаларындағы өзгерістер осы әр саладағы терминологиялық жүйені жетілдіруді өзекті мәселелердің біріне айналдыруда.

Сан алуан ғылым салалары өзіндік ерекшеліктеріне қарай жүйелі ұғымдардан тұрады. Ұғымдардың атауға ие болуы, белгілі бір термин ретінде қалыптасуы терминдену заңдылықтары арқылы жүзеге асырылады. Түрлі лексемалардың семантикалық өрісте қолданылуы сияқты, терминдер де терминологиялық өрісте пайда болып, оның ішкі заңдылықтарына бағынады.

Бүгінгі таңда Қазақстанның өзге елдермен жасайтын келісімдері мемлекеттік тілде жазылатыны белгілі, яғни халықаралық қатынаста мемлекеттік тіл өз қызметін атқара бастады. Елімізде болып жатқан түбегейлі өзгерістер тіліміздің жан-жақты, оның ішінде терминология саласының дамуына жағдай туғызды.

Кез-келген ұлттық тіл біліміндегі терминологияның тарихын, терминдердің жасалу, даму жолын сол ұлттың тіл білімі тарихымен, тілдік заңдылықтарымен қатар, халықтың тарихымен, әлеуметтік-экономикалық даму ерекшеліктерімен тығыз байланысты қарастырылуы тиіс. Ә. Қайдаров қазақ тіл білімінің салалық терминдері мен атауларын жаңадан жасауда, өзгертуде, ауыстыруда, ең алдымен, қазақ тілінің төл және бұрыннан қалыптасқан байырғы лексикалық байлығын сарқа пайдалану қажет деген тұжырым жасаса, Ө. Айтбайұлының пікірінше, терминология, ең алдымен, тілдің арнайы лексикасының даму заңдылықтарын тексеретін ғылым саласы, сонымен бірге ол ғылым мен техниканың жеке салалар терминдерінің жиынтығы. Бұл пікірлер ұлт тілінің дамуында терминология саласының (оның ішінде, әрине, дипломатия саласына қатысты термиңдердің тілдік табиғатын ашып керсетудің) маңыздылығын айқындаумен қатар, зерттеу жұмысымыздың негізгі ұстанымдарының бірі ретінде алынып отыр.

Терминологияның даму деңгейін анықтап, оның қазіргі жайына баға беру оңай мәселе емес. Алайда, бұл саланың алдағы уақыттағы даму бағытын белгілеп, термин шығармашылығын реттеп отыру үшін ол өте қажет жұмыс болып табылады. Осыны дұрыс түсінген тілші ғалымдар мен әр түрлі саланың мамандары дәл қазіргі кезеңде терминология мәселесіне айрықша назар аударып отыр. Олардың көпшілігі, термин жасауға, шет тілдерінен қабылдауға және халықаралық терминдерге байланысты өз ойларын ортаға салып та жүр. Бұл солай болуға тиіс те. Өйткені терминдерді жасайтын да, оларды өздерінің бүкіл жүмыс барысында пайдаланатын да әр түрлі мамандық иелері. Сол себепті термин тағдырына кез келген арнаулы саланың маманы бей-жай қарай алмайды. Термин мәселесін арнайы қарастырып отырғандықтан біз де қазақ терминологиясының бүгінгі жайы туралы сөз етпеуге тиісті емеспіз.

Соңғы 7—8 жыл көлемінде, дәлірек айтқанда, 1990 жылдардан бері қарай термин жасау мен қалыптастырудың бұрынғы орныққан дәстүрлері бұзыла бастады. Қоғамның саяси-әлеуметтік, рухани-мәдени өмірінде болған түбейгейлі өзгерістер ұлт тілінің ресми мәртебесін өзге деңгейге көтеруімен қатар, ғылыми-техникалык терминологияны қалыптастыруда басшылыққа алынып келген кағидаларға да сол ұлт тілінің мүддесі түрғысынан жаңаша қараудың қажеттілігін туғызды.

Термин шығармашылығында 90-жылдарға дейін басшылыққа алынып келген принциптердің біразы ескерілмей, терминологияны қалыптастыру мен дамытудың ғылыми негізделген жаңа принциптері әлі орныға қоймағандықтан қазақ терминологиясы күрделі кезеңді өткеріп жатыр.

 Қалыптасқан жағдайға әркім әр түрлі баға беруде. Терминология мәселесіне бүгінде қайта оралудың себептері туралы айта келіп, академик Ә.Қайдаров былай дейді: «Қазақ тілі терминологиясы әр түрлі жағдайларға байланысты бүгінде дағдарысқа ұшырап отыр: оның ғылыми принциптері жаңа үрдіске бағыт-бағдар беріп, алда жүріп отырудың орнына артта қалып, термин практикасы аяқасты болып бара жатыр. Осының нәтижесінде әркімнің өз білгенінше термин жасауы немесе оны ауыстыру, алмастыруы тәрізді бейберекет «бұқаралық» әрекетке (анархия) жол беріле бастады». Мұндай жағдайдың қалыптасып отырғандығы дау тудырмайды. Бұл туралы қазір қазақ баспасөзінде үздіксіз жазылып жатқандығы баршамызға белгілі. Алайда көп жағдайда мәселенің мәнісіне терең үңіліп, ғылыми тұрғыдан баға берудің орнына жекелеген терминдер мен жалпы терминология жөнінде ешбір негізсіз үстірт пікірлер айтылып жатады. Соған қарамастан, бұл термин мәселесінің жұртшылық назарын айрықша аударып отырғандығының көрінісі. Жоғарыда айтқанымыздай, терминдерді, ұғымдар жүйесінің өзіндік ерекшелігін, әр ұғымның айрықша белгісін жақсы білетін салалық мамандар жасайды. Бірақ әр маман өзінше термин жасап, өз терминін қолдануға тиісті емес екендігі баршамызға түсінікті жайт. Солай бола тұрса да термин жасауда осындай әрекетке жол беріліп отырғандығын жасырудың орны жоқ. Соңғы жылдары ғылым меп техниканың белгілі бір салалары бойынша жарық көрген терминологиялық сөздіктерді, оқулықтарды салыстыру арқылы оған анық көз жеткізуге болады. Бір ғана термин түрліше аударылып, әр сөздікте, әр түрлі деңгейдегі оқулықтар мен ғылыми еңбектерде түрліше қолданылып жүр. Мәселен, мына төмендегі терминдер сондай бірізділіктің жоқтығын дәлелдейді: консенсус — бәтуә, мәміле, келісім, жалпы пікір; баланс — безбендеме, теңгерім; скидка — шегерім, шегерме, кеміту, жеңілдік; спонсор — демеуші, мияткер, қолдаушы; вклад — салым, аманат ақша; вкладчик — салымшы, аманатшы, аманат ақша иесі; доход — кіріс, табыс; ценная бумага — құнды қағаз; бағалы қағаз; приоритет — артықшылық, басымдылық, басым бағыт; компетенция — құзыр, құзырет; амнистия —рақым, рақымшылдық, кешірім; юридическое лицо — заңды тұлға, заңды ұйым; клетка — жасуша, торша; ткань — ұлпа, тін; семъя — отбасы, жанұя, т.б.

 Мұндай жарыспалылықты арнаулы салалардың кез-келгенінен дерлік кездестіруге болады. Олардың ішінде терминкомның ресми бекіткеніне қарамастан бірізді қолданылмай жүргендері де бар. Мәселен, демеуші, отбасы сияқты терминдер сол қатарға кіреді.

 Сондай-ақ, көптеген терминдердің терминология комиссиясы бекіткен қазақша баламалары бола тұра тұрақты қолданылмайды немесе бұынғысынша шет тілдеріндегі нұсқалары жарыса қолданылып жатады. Мысалы, әлеует (потенциал), мәртебе (статус), көлік (транспорт), мәтін (текст), бағдаршам (светофор), өтем (компенсация), сынып (класс), түйін (резюме) тәрізді терминдерді осы топқа жатқызуға болады.

Термин жасау, жасалған терминдерді қалыптастыру — үнемі қадағалап, реттеп отыруды қажет ететін өте жауапты жұмыс. Олай болмаған жағдайда терминолоғиядағы жүйеліліктің, реттіліктің бұзылары сөзсіз. Терминологиямыздағы бірізділіктің сақталмай әр автордың өзінше термин жасап немесе қалаған терминін қолдануы осы үйлестіру жұмысының әлсіздігінен, өкілетті орындардың өз қызметін тиісті деңгейде атқара алмай отыруынан деп білген жөн.

Терминжасам процесін үйлестіріп, ретке келтіріп отыратын ондай органның Мемлекеттік терминология комиссиясы екендігі белгілі. Алайда, соңғы жылдары бұл комиссияның атына сынның тым жиі айтылуы оның жұмыс істеу тәртібі мен құрамын белгілеу туралы шындап ойланудың қажеттілігін аңғартады.

Жалпы, ғылым мен техниканың сан түрлі саласын қамтитын терминдерді реттеп, жүйеге түсіріп отыру өте ауқымды жұмыс. Ондай жұмысты айына, жылына санаулы рет қана бірер сағатқа бас косып, қол көтеріп шешетін лауазымды адамдар тобы ешқашаи шеше алмайды. Мемтерминкомның 1933 жылдан бастап, 60 жылдан астам уақыт ішінде бүкіл терминологиялық лексиканың шамамен 10 пайыздайын ғана ресми бекітуі соның көрінісі.

Ғылыми терминологиясы дамыған тілдердің (ондай тілдердің қатарына дүниежүзінің 60 тілі кіреді) қатарына қосылу үшін бізге терминдерді реттеу, жүйелеу, стандарттау жолында қыруар жұмыстарды атқаруға тура келеді.

Сондықтан да бұл жұмыс дұрыс жолға қойылған елдердегідей бізде де тұрақты жұмыс істейтін, терминология мәселелерімен тікелей айналысатын кәсіби мамандар, яғни, терминологтары бар мемлекеттік мекеме болуы керек. Мәселен, Ресейдегідей ғылыми-техникалық терминология комитеті болса, ауқымды жұмысты атқаруға мүмкіндік туындаған болар еді. Әйтпесе, біздегідей жүмыс істеу тәсілімен терминологиямызды жүйеге түсіруге болады дегенге сену қиын. Дәлірек айтқанда, мүмкін емес. Сондықтан, бұл мәселенің мемлекеттік маңызы ескеріле отырып, жұмысы дұрыс жолға қойылмаса, терминологиямыздағы ала-құлалық сақталып қалатыны сөзсіз.

Қазіргі кезде ұлт тілінде термин жасаудың жанданып отырғаны белгілі. Көптеген жаңа терминдер жасалып қолданысқа келе бастады. Бұл ұлт тілінің ғылым саласындағы қызметін атқара бастауының бір көрінісі. Оны пуризм деп танып, қазақ тілі ғылымға, термин шығармашылығына шектен тыс көп араласып кетті деуге болмайды. Бұл, түптеп келгенде, онсыз да мүмкіндігі шектеліп келген тілдің ғылым саласындағы қызметінің қалыптасуына жол бермеу болып табылады. Рас, жасалып жатқан терминдердің бәрін бірден мінсіз деп айта алмаймыз. Олардың ішінде терминологиялық жүйе мен терминдерге қойылатын талаптарға жауап бере алмайтындарының да бар екендігі даусыз.

Егер белгілі бір ұлттың тілі қоғамдық өмірдің қандай да бір саласындағы қызметін атқара алмай жатса, ол үшін тілді кіналау мүлде дұрыс емес. Оның себептерін сол тілдің дамуына мүмкіндік бермей отырған қоғамнан іздеу немесе өз тілін қажетті деңгейде дамытып, тиісті салада қолдана алмай отырған ұлттың өзінен көрген жөн. Сондықтан, мемлекеттік мәртебеге ие болған қазақ тілін термин шығармашылығына тиімді пайдаланып, оны шын мәніндегі ғылым мен техниканың тілі ете білу өзімізге тікелей байланысты. Бұл істе жалпы ұлттық кадрлардың, оның ішінде, ғалымдардың, салалық мамандардың рөлі айрықша.

Ал, сәтсіз терминдердің жасалу себебіне келсек, ол — термин жасаушының терминге қойылатын талаптарды білмеуінен, тілді дұрыс пайдалана алмауынан, ұғымдар жүйесінің өзіндік ерекшелігін ескермеуден, тәжірибесіздіктен немесе жауапкершілікті сезінбеуден туындайтын әрекет екені мәлім. А. Байтұрсынұлы айтқандай, тілді жұмсай білу, сөзден сөз жасап шығару екінің бірінің колынан келе беретін жұмыс емес. Термин жасау үшін ешкімге арнайы құқық берілмейтіні мәлім. Сол себепті термин жасаушылардың терминологиялық лексика мен ұғымдар жүйесінің ерекшеліктерін бірдей ескере отырып, термин мәселесіне үлкен жауапкершілікпен қарағаны жөн. Әйтпесе, ізгі ниетпен жасалған істің пайдасынан зияны көбейіп, оң нәтиже болмауы әбден мүмкін.

Қазіргі терминологиядағы шешімін таппай жүрген мәселенің бірі — халықаралық деп аталатын терминдерді ұлт тіліне аудару, жазу немесе бір сөзбен айтқанда, қабылдау тәртібінің белгіленбеуі. Бұл мәселе төңірегіндегі ғалымдардын пікірлері де әр түрлі. Сондықтан осы мәселені арнайы зерттеп, тиісті қорытынды шығарудың терминология үшін маңызы зор. Бұрын халықаралық терминдер туралы біржақты пікір қалыптасқаны белгілі. Яғни, бір топ тілдерде қолданылатын ондай сөздерді «орыс тілінде қалай жазса, біз де солай жазайық, олар қалай айтса, біз де солай айтайық» деп келдік. Әрине, мұны халықаралық әрі Кеңес одағын мекендейтін барлық халықтардың болашақта біржола көшуге тиіс тіліне, яғни, Кеңес одағының ортақ тіліне, деген «үлкен құрметіміз» деп түсінейік. Ал, енді бүгін біздің тіліміз де халықаралық болмаса да мемлекеттік мәртебеге ие болғаны баршамызға мәлім. Ендеше, оның да өзіндік ерекшелігін ескеріп, лайық құрмет көрсететін кез жетті. Бірақ соған қарамастан «бәрі де бұрынғысынша қалсын, ешнәрсені өзгертпейік» деуіміз өзімізден гөрі өзгені құрметтейтінімізді көрсетсе керек. Әйтпесе, өзге тілден сөз қабылдағанда оны ұлт тілінің фоно-морфологиялық заңдарына сәйкестендіріп алудың қажеттігін қазақ зиялылары XX ғасырдың басында-ақ дұрыс атап көрсеткен болатын.

Мәселен, 1923 жылы жазылған мақаласында X.Досмұхамедұлының «Жат сөздерді қолданғанда тіліміздің заңымен өзгертіп, тілімізге лайықтап алу керек. Жат сөздерді өзгертпей, бұлжытпай алатын жер дүниеде тіл жоқ деп айтса да болады», — деуі соған дәлел бола алады.

 Елуінші жылдары бұл мәселеге М. Әуезов те тоқталып, «Орыс тілі мен шетелдер тілінен алынған атаулардың орфографиясы бізде әлі дұрыс жолға қойылып болмаған.., — деп әділ көрсеткен болатын. Ол академик И.Мещанинов пен профессор Г.Сердюченконың «жасанды әралуандықты жою мақсатымен» деп дәлелдей отырып, «Орыс сөзі мен халықаралық атаулар орыс орфографиясы бойынша жазылсын. Бұл атаулардың жазылуында бұрмалау кірмесін» — деген кағидасын қатты сынайды. Ғалым «Мұндай аса зиянды қағида ұлт тілдерінің заңдарын күйретіп, орфографияда анархия тудырды. Ана тілінде хат тануды нелер қиындыққа соқтырды. Жергілікті газеттер мен журналдардың жұмыстарын да ауырлатты» — деп көрсетеді. Ғалымның бұл пікірін сол кезеңнің шындығы ретінде мойындамау үлкен әділетсіздік.

 Соңғы жылдары халықаралық терминдер туралы бұрынғыша біржақты айтылмай, олардың табиғатына тереңірек үңілу нәтижесін де ескеруге тұрарлық тың пікірлер көрініс беріп жүр.

Сондай пікірлердің бірін біз Ә.Қайдаровтың еңбегінен кездестіреміз. Ғалым халықаралық терминдер туралы сөз ете келіп, былай дейді: «Тіл-тілдердің арасында ортақ интернационализмдер болмаса, немесе аз болса, ғылым дамымайды, ғылыми қарым-қатынас үзіледі» деп байбалам салудың бәрі бекер. Жер жүзіндегі терминдік ұғымдардың бәрін шет тіл сөздері арқылы емес, өз тіліміз негізінде меңгеріп, ғылым мен техниканы дамытып отырған қытай, жапон т.б. халықтарды біз жақсы білеміз. Демек, ортақ интернационализмдердің қажеттігі ең алдымен елдің саяси-әлеуметтік жағдайына, даму дәрежесіне, оларға деген сұраным мен қажеттілікке, әр тілдің өз мүмкіншілігіне байланысты екен».

Шындығында да, халықаралық терминдерсіз ғылым дамымай, ғылыми қарым-қатынас әлсірейді деуге негізі жоқ. Біздің халықаралық терминдерге көп жүгінуіміздің ең басты себебі — ғылыми ұғымдар жүйесін тілдік тұрғыдан жүйелеп берудің қиындығынан туындайды.

Терминология мәселесін арнайы зерттеп жүрген ғалымдар «Егер қандай да бір елдегі ұлттық тілдің ғылыми терминологиясы болмаса және ол жасалып жатпаса, онда ғалымдар терминологиясы қалыптасқан өзге тілге жүгінуге мәжбүр», — деп көрсетеді. Әрине, солай болып жататыны рас. Бірақ, мәселеге екінші қырынан қарайтын болсақ, біздің тілімізде ғылыми терминология жасалмаған деп үнемі өзге тілдерге жүгіне беруді еш ақтауға болмайды. Өйткені сол ғылыми терминологиясы жақсы дамыған, қалыптасқан тілдің терминдерін ұлт тілінде жасаған сол елдің ғалымдары мен салалық мамандары емес пе? Ендеше біз де неге солай істемейміз?

 Ешбір ұлттың тілін термин жасауға мүмкіндігі жетпейтін тіл деуге болмайды. Мәселен, ұлт тілін термин шығармашылығында пайдалануға байланысты. Терминжасам процесінде өз тілімізді пайдаланбай өзге тілдерден дайын терминдерді өзгеріссіз қабылдай берсек, онда әрине, тіліміз ғылыми ұғымдарды атауға бейімделіп терминологиямыз ұлт тілінде жасалынбайды. Сондықтан ғылыми терминологияны ұлт тілінде қалыптастыру сол тілді тұтынушылардың, ұлттық кадрлардың қолындағы іс.

Әртүрлі тілдердің термин жасауда ұстанған бағыттары, терминжасам тәжірибелері оларда біздегідей халықаралық терминдер деп аталатын аударуға, ұлт тілінің ерекшелігіне сәйкес өзгертіп жазуға болмайтын айрықша мәртебесі бар сөздер тобының қалыптасқанын көрсетпейді.

 Ал, көпұлтты Кеңес одағында терминдерді халықаралықтандыру үшін көп күш жұмсалғаны белгілі. Бір тілде сөйлеуге ұмтылған елге орыс тілінің үстемдігін орнату үшін солай ету қажет болған да шығар. Ендігі жерде бұл мәселеге біз де ұлт тілінің мүддесі тұрғысынан қарауға тиіспіз.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Ш. Елеукенов, Кітаптану негіздері. Алматы «Санат», 1997 ж.
2. Ш. Елеукенов, Ж. Шалғынбаева, Қазақ кітабының тарихы. Алматы «Санат»,

1999 ж.

1. Ш. Құрманбайұлы. Қазақ терминологиясы дамуының кезеңдік сипаты. Астана «Елорда», 2002 ж.

 4. Ә. Қайдаров, Қазақ тілінің өзекті мәселелері. Алматы «Ана тілі», 1998 ж.

5. Ө. Айтбайұлы, Қазақ сөзі. Алматы «Рауан».

**Ормаханова Е.Н.**

магистрантка 2-курса кафедры

печати и электронных СМИ

Научный руководитель: **д.и.н., профессор Козыбаев С.К.**

**Развитие электронных СМИ Казахстана: трансляция телевизионных**

**программ в интернете**

 Киберпространство - это место, где происходят телефонные звонки на большие расстояния. Киберпространство - это место, где банк держит ваши деньги и где хранятся ваши медицинские карточки. Все это находится где-то не здесь. И нет смысла задумываться о его географическом положении, потому что информация находится вне географии. [1]

 Вильям Гибсон

 Прошло уже более двадцати лет с тех пор как в нашу жизнь начало входить понятие «электронная коммуникация». Из небольших научных сетей для избранных выросла самая большая база знаний за всю историю человечества. Электронные СМИ - класс средств массовой информации использующих новейшие технологии, которые появились во второй половине двадцатого века: телевидение и интернет. В более узком значении СМИ, использующие компьютеры (как средство для обработки информации и вещания). Благодаря интерактивности и с расширением возможностей пользователя новые медиатехнологии заставляют нас пересмотреть традиционное понятие аудитории масс-медиа. Новые медиа позволяют пользователям более активно участвовать в коммуникационном процессе и относиться к получаемым сообщениям более избирательно.

В настоящее время медийный сектор интернета является одним из наиболее активно развивающихся, возможно даже наиболее активно развивающимся в Казахстане. При этом ситуация, сложившаяся в медийном секторе казахстанского интернета на текущий момент, вполне может быть охарактеризована как кризисная. Сочетание этих двух утверждений может показаться парадоксальным, но у обоих имеются объективные причины. [2]

 За двадцать лет в Казахстане сформирован отечественный медиарынок, отвечающий современным рыночным требованиям. И сегодня рынок СМИ – это сегмент общего товарного рынка, в котором действуют те же правила, присущие для экономики в целом. В стране успешно существует ряд сильных СМИ, информационных медиахолдингов, открываются новые издания. К примеру, за последние пять лет в стране появились новые информационные агентства, порталы, газеты, журналы. По данным Министерства информации и связи РК, в республике действует около 3 тысяч средств массовой информации.

 На рынке электронных СМИ планируется запуск цифрового телевидения, переходный период для этого обозначен до 2015 года. В цифровые пакты на конкурсной основе попадут практически все желающие телекомпании. Что касается региональных телекомпаний, то у них есть возможность попасть в пакет цифрового ТВ на территории своего вещания. Более того, у них есть возможность, объединив свои усилия создать единый республиканский канал на базе лучших передач своих региональных сеток вещания. И Министерство связи и информации в этом вопросе обещает создать оптимальные условия для развития рынка электронных СМИ. Кроме того, для облегчения и успешной работы в поддержку телерадиовещательных организаций отменена норма о постановке их на учет, исключена обязательность прохождения переучета печатных СМИ и информационных агентств. В рамках дальнейшей либерализации медиа-сферы также исключена норма, обязывающая журналиста получать разрешение на использование аудиовидеозаписи при проведении интервью. Значительно расширены права и профессиональные возможности журналиста, снят такой барьер на пути обращения журналиста в суд для обжалования отказа государственных органов и их должностных лиц в предоставлении запрашиваемых сведений, как обязательность его обращения к вышестоящему должностному лицу.

 Президент Казахстана Нурсултан Назарбаев призвал печатные СМИ интегрироваться в интернет-пространство и перейти на электронные версии. По мнению главы государства, в будущем печатные СМИ вообще могут прекратить свое существование. "Какие тенденции сегодня наблюдаются в мире, вам известно - возрастает роль интернета. И надо постепенно на электронные версии переходить", - сказал Назарбаев. Президент призвал информационное печатное сообщество "искать новые, еще более креативные идеи и методы, чтобы качественно улучшить форму и содержание, привлечь новых читателей". Он также подчеркнул, что СМИ должны оперировать фактической информацией. "Вообще задача средств массовой информации - излагать факты, а люди пусть рассуждают, делают выводы", - сказал глава Казахстана. Таким образом, качество публикуемых материалов напрямую влияет на конкурентоспособность СМИ. "Тиражи могут расти, если каждый читатель будет находить на страницах то, что ему нужно", - заметил Назарбаев. Если издание станет самоокупаемым, сказал Президент, то и расходы государства на содержание СМИ соответственно сократятся. [3]

 Интернет-сайты в Казахстане были приравнены к средствам массовой информации. Таким образом, за размещение незаконной информации в интернете администраторы веб-ресурсов будут нести ответственность вплоть до уголовной. Журналистское сообщество осудило внесенные поправки в закон о СМИ. Международный Фонд защиты свободы слова "Адил соз" ("Свобода слова") потребовал пересмотра законопроекта, так как он ведет к ограничению свободы выражения мнения в интернете.

 С развитием интернета просмотр любимых телевизионных программ стал доступен в режиме онлайн. На сегодняшний день уже существует большое количество порталов, на которых собраны самые популярные телеканалы. [4] Смотреть их можно на экране компьютера бесплатно. Как правило, на сайтах размещаются самые интересные казахстанские каналы. Все известные передачи, ток-шоу, новостные выпуски, любимые фильмы, сериалы становятся доступны в любом месте, где есть компьютер с интернетом. Чтобы посмотреть телеканал онлайн достаточно кликнуть мышкой по его логотипу. Таким же образом можно получить доступ к любому другому каналу: иконки с их узнаваемыми логотипами размещены, как правило, на главных страницах подобных порталов. Чтобы всем пользователям был доступен просмотр, не требуется установка никаких специальных программ.

 Практически все сайты, предлагающие онлайн-просмотр телеканалов, располагают возможностью самостоятельного выбора пользователем качества трансляции. Известно, что скорость интернета и качество передачи телеканала взаимосвязаны. При низком качестве не потребуется скоростного соединения, достаточно будет 700 килобит. Если есть желание смотреть другие каналы в высоком качестве, то скорость интернета должна быть 1,5 или 2 мегабита. Конечно, сайты стремятся постоянно расширять списки телеканалов для трансляции в режиме онлайн. [5]

 Известно, что все владельцы сайтов заинтересованы в привлечении на свой ресурс как можно большего числа посетителей, которые в перспективе могут стать постоянными пользователями. Не составляют исключение и сайты, обеспечивающие трансляцию телевизионных каналов. Поэтому каждый из них стремится собрать самые рейтинговые каналы, такие, как «Ел арна», КТК, 31 канал. Кроме этого, присутствуют обязательно и тематические трансляции: спортивные, научно-познавательные, детские, музыкальные. Администрация сайтов следит за работоспособностью системы онлайн-трансляции. Как правило, всегда в зоне видимости есть адрес электронной почты, на который можно написать в случае возникших проблем. Туда же можно обращаться с предложениями и замечаниями по работе сайта. Некоторые ресурсы предлагают к просмотру зарубежные телевизионные каналы.

 Новые коммуникационные технологии ставят перед нами определенные проблемы, связанные с некоторыми аспектами государственной политики и этических норм. Новая политика должна быть направлена на широкополосную цифровую передачу данных, телевидение высокой четкости и другие технологии. При разработке регуляторной политики может помочь осмысление новой медиа среды как информационного сообщества. С новыми технологиями связан целый ряд этических проблем, таких как справедливость и равноправие, информация о низших слоях общества, непристойность, порнография, плагиат, пиратство или просто копирование принадлежащей другим людям информации с целью ее перепродажи.

 Электронные СМИ уже стали неотъемлемой частью миллионов людей. Однако большая конкуренция на этом рынке явно указывает на необходимость повышения качества предоставляемых услуг. Новостные ленты, созданные по подобию печатных изданий, уже не соответствуют требованиям пользователей, поэтому все большую популярность набирают комплексные решения, содержащие не только текстовую, но и видеоинформацию (новостные разделы yandex.ru, rambler.ru, google.ru, сайты информационных агентств, сайты телеканалов).

 Современные электронные СМИ выступают в качестве не только мощного средства ретрансляции массовой информации, но и массового психологического воздействия. С появлением новых информационных технологий мифотворческий и культурный факторы интеграции информации уступают место прагматическим и технологическим задачам, задачам борьбы за адресата коммуникативного акта - зрителя. Бурное развитие электронных СМИ вызывает вполне понятные опасения и смелые прогнозы, касающиеся вытеснения традиционных СМИ. Однако и традиционные жанры журналистики получают свое новое рождение благодаря современным технологиям.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

1. Журнал «Rapid Eye», №3, 1995
2. Ozzo.pp.ru – специализированный сайт для web-разработчиков
3. http://vlast.kz/?art=604
4. http://holosua.com/news/transljacii\_televizionnykh\_programm\_v\_internete/
5. Dirty.ru – коллективный интернет блог

**Петрушкова Ю.**

студентка 3-курса кафедры

печати и электронных СМИ

Научный руководитель: **к.ф.н., преподаватель Мусинова А.А.**

**Возможна ли интеллектуальная нация в Казахстане?**

В древние времена человечество пыталось создать идеального человека, наделяя его исключительными качествами.  В современном информационном обществе к решению этого вопроса подходят комплексно, пропагандируя здоровый образ жизни и пытаясь создать интеллектуальное общество, общество знаний – генерацию нового поколения людей с высокими ценностями, идеалами, целями. Общество тех, кто будет строить новый мир.

Без сомнения, сегодня наше государство делает всё возможное для построения необходимого прочного фундамента развития интеллектуальной нации. Особое внимание государства сегодня ощущают на себе сферы образования, науки и новых технологий. Но, к большому сожалению, на сегодняшний день мы, казахстанцы, не можем со стопроцентной уверенностью назвать себя интеллектуальной нацией. Я считаю, что вложенные в данные области финансовые средства пока оправдываются, так как реальная ситуация говорит о том, что общество еще морально не готово к качественным переменам.

В первую очередь мы должны уделить особое внимание общему уровню культуры населения. И начинать нужно с детства. Основной фундамент жизненных приоритетов и ценностей закладывается еще в школе. Важно понимать, что для построения эффективно функционирующей системы необходимо создать прочную основу, коей и является культура общества и ментальность, от которых будет в дальнейшем зависеть претворение грандиозных планов государства в жизнь.

Во-первых, людей необходимо обязать соблюдать элементарные этические нормы. Ведь человек, для которого сорить, плевать, разбрасывать окурки – это норма поведения, не уважает ни себя, ни окружающих  и уж тем более не может претендовать на звание интеллектуального человека. Считаю, что культурное, этическое и эстетическое воспитание в данном случае являются одними из важных составляющих построения интеллектуальной нации.

Во-вторых, «интеллектуальная», означает «качественно образованная нация». Поэтому система образования в стране должна быть безупречной. К сожалению, наша система в этом плане далека от совершенства. В 2010 году высшая школа Казахстана перешла на всемирно признанную кредитную систему обучения и присоединилась к Болонскому процессу. Но, независимо от этого, пережитки советской системы по-прежнему не уступают свои позиции. В вузах до сих пор действуют принудительные методы, а сама система в отечественном исполнении приносит больше вреда, нежели пользы.

Если рассматривать европейскую модель, то нельзя не заметить её эффективность. В университеты, как и должно быть, поступают те, кто планирует заниматься наукой. Помимо университетов существует система колледжей и специализированных школ, где обучаются будущие специалисты разнообразных направлений: от маляра-штукатура до менеджера. Заканчивая подобные учебные заведения, молодые люди сразу идут работать по специальности.

У нас же, чтобы иметь возможность работать обыкновенным клерком в банке, люди должны получить степень бакалавра экономики, а новоиспечённые выпускники колледжей (кстати, поступившие туда, дабы избежать ЕНТ в 11 классе) тут же поступают в университеты. Нерациональность системы налицо.

Данная ситуация порождает ещё одну проблему – престижности и непрестижности профессии. Чаще всего в Казахстане профессии, не относящиеся к разряду статусных «белых воротничков», считаются нереспектабельными, а иногда даже постыдными. В развитом же западном обществе люди воспринимают и ценят друг друга как профессионалов в разных областях: маляр специализируется в сфере декора, бухгалтер «ведет» предприятия, труд медсестры также почитается и хорошо оплачивается. А, как известно, высокое гражданское самосознание и взаимоуважение – важнейшие показатели развитого общества, коим и должна являться интеллектуальная нация.

Отдельная тема – цены на образование. Зачастую по-настоящему талантливым ребятам обучение не только в престижных, но и в рядовых школах и вузах страны просто не по карману.

А тем временем читаем сообщения: «Десятая по счету в республике Интеллектуальная школа расположилась в микрорайоне Батыс-2. Прежде чем пройти в спортзал, где на торжественную линейку собрались учащиеся и педагоги, гости мероприятия обошли несколько кабинетов на первом этаже. «Замечательно!» «Тамаша!» - раздавались возгласы восхищения. И было чем восхищаться. Просторные, комфортные коридоры, фойе, небольшие, рассчитанные на 10-12 учеников, кабинеты. Но главное — оборудование. Новейшее оснащение в кабинетах физики, химии, биологии, нанотехнологий, робототехники. «Для вас созданы все условия для получения качественных знаний. В этой школе два спортивных зала, актовый зал на 360 мест, почти 60 кабинетов и лабораторий, оснащенных интерактивными досками, 600 ноутбуков, почти 160 компьютеров. Можно долго перечислять преимущества новой школы. Здесь работают преподаватели самого высокого класса. Главное, чтобы вы оправдали доверие и надежды, которые возлагают на вас государство, Лидер нации Нурсултан Абишевич Назарбаев, — подчеркнул в своем выступлении аким области Архимед Мухамбетов. [1]

Или: «На сегодняшний день в Казахстане действуют девять Интеллектуальных школ в восьми городах страны: в Астане (две), Талдыкоргане, Кокшетау, Семее, Усть-Каменогорске, Уральске, Караганде и Шымкенте. Ведется строительство школ в Алматы, Петропавловске, Костанае, Павлодаре, Атырау, Шымкенте, Кызылорде, Таразе, Актау.

Председатель правления АОО «Назарбаев Интеллектуальные школы» Куляш Шамшидинова отметила, что выпускники таких школ с легкостью поступают в престижные вузы всего мира, будь то Кембриджский университет или Пенсильванский». [1] На дворе 2013 год, а мы построили 10 интеллектуальных школ на 17 098 546 млн населения…

Еще сложнее ситуация с обучением в вузах. В качестве примера приведем цены на обучение в Nazarbaev University. «За год обучения в новом университете имени Президента Казахстана Nazarbaev University в Астане придется заплатить не менее 12 тысяч фунтов (18,8 тысячи долларов), сообщает ИА "Новости-Казахстан" со ссылкой на председателя правления АО "Новый университет Астаны" Аслана Саринжипова. "Если здесь будут иностранные преподаватели, это будет такая же программа, как и программа обучения за рубежом, соответственно, цена обучения будет примерно такой же, как и там", - заявил Саринжипов».[3] Кто может себе это позволить? Не думаю, что каждый рядовой казахстанец.

Без сомнения, разработка и реализация Национального проекта «Интеллектуальная нация - 2020» актуальна и необходима для нашего молодого государства. Но, прежде всего, нужно понять, на какую категорию населения рассчитан проект, ведь речь идет о повышения интеллектуального потенциала страны как основы развития человеческого капитала.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

1. Школа нового поколения. - http://sayasat.aktobe.gov.kz/ru/node/5614.
2. Стоимость обучения в Nazarbaev University составит 19 тысяч долларов за год. - http://vesti.kz/foundation/40725/.

**Суйнышева А.**

студентка 4-курса кафедры

печати и электронных СМИ

Научный руководитель: **к.ф.н., преподаватель Мусинова А.А.**

**Золотой человек – Сапа Мекебаев**

Фельетон – жанр художественной публицистики, использующий юмористические и сатирические приёмы изложения.

Можно ли назвать этот жанр распространенным в казахстанской журналистике? Я думаю, нет. И не оттого, что он ныне не актуален или не столь популярен. Причины, на самом деле, в другом. Не хватает профессиональных фельетонистов, так как это один из сложнейших жанров публицистики. «Фельетон – это средство осмеяния какого-то зла. Не в малой степени утрата современным фельетоном некогда ведущих позиций на страницах прессы объясняется и недостаточно высоким уровнем квалификации современных фельетонистов. Даже у тех из них, кто достойно представляет нынешний фельетон, нередко можно обнаружить досадные промахи», - пишет Тертычный А.А. [1]

Во-первых, это подача постоянно оригинального материала. Во-вторых, это работа, которая не имеет установленной схемы и требует от автора вложение своего собственного мнения, которое авторитетно, уважаемо и интересно читателям. Фельетонист ценится своим профессионализмом не из-за быстрой подачи свежих новостей, а, наоборот, в данной ситуаций, важен именно его личностный фактор.

Среди известных фельетонистов Казахстана, таких как, Сапа Мекебаев с его проектом «Азиопия», а в настоящее время выпускающий свои злободневные материалы в журнале «Forbes», Геннадий Доронин с его авторской колонкой «Пятничный фельетон», Виктор Верк с его публикациями в популярной газете «Время», я решила выделить работы Сапы Мекебаева для более подробного анализа, так как его работы неоднократно были отмечены специальными профессиональными наградами (награжден статуэткой «Алтын Адам», имеет звание «Лучший журналист года» и др.)

Ранее, он работал над собственным проектом «Азиопия» в газете «Время», а ныне является одним из журналистов журнала «Forbes». Для того, чтобы лучше понять природу его творчества, я решила разобрать его несколько статей на разные темы. Из всего материала, я выделила отдельные цитаты, которые отображают суть жанра фельетон.

Так в материале «Совести у них нет, хотя все они уважаемые люди» [2] Мекебаев пишет: *«Сказать, что после этого местное население усомнилось в умственных способностях городских властей - значит, ничего не сказать. Поэтому и я ничего не скажу».* Этояркий пример иронии. Автор представил нам в лучшем качестве свое остроумие, смешав его с сатирой. Фраза легко запоминается и отображает смысл статьи.

*«А теперь - поди разбери, чем там занимались местные чиновники: то ли коррупцией, то ли головотяпством».* Автор статьи использовал редко употребляемое на данный момент слово «головотяпство». Что означает по Толковому словарю Т.Ф. Ефремовой «небрежность и бестолковость в ведении какого-либо дела». Мое мнение на этот счет таково - несмотря на наше современное время, нужно использовать в своем словарном запасе не только новый слэнг, но и продолжать применять «вымирающие», архаичные слова.

Одним из выразительных средств фельетона являются завуалированные предложения со скрытым смыслом. Например, в статье «Жениться на стране» [3]есть фраза: *«И в Казахстане находятся честные люди, которые бывают вынуждены жениться на стране»* в этом случае Сапа Мекебаев написал предложение, которое по смыслу имеет «кавычки», означающие, что на самом деле все обстоит совсем наоборот.

И снова, выражение, имеющее переносный смысл: *«Другой яркий спектакль недели был поставлен в московском Кремле: Владимир Путин перед телекамерами объявил о расторжении брака с женой».* Любой читатель, воспринимая эту информацию, поймет, что никакого спектакля не может быть в Кремле, тем более с участием политиков в роли актеров. Это образная формулировка, которую довольно часто используют в подобном жанре, чтобы более емко обрисовать какую-либо ситуацию.

Или: *«Хотя один из российских политологов в связи с этим заявил, что теперь Путин женат на России. Это и пугает».* Словосочетание «женат на России» в обыденной жизни не может использоваться, но в данном контексте оно имеет довольно сильное значение и сильную смысловую нагрузку.

И далее автор продолжает в таком же духе: *«В Казахстане тоже находятся честные люди, которые порой тоже бывают вынуждены жениться на стране. Такой союз непрочен. Развод неизбежен. Вон некоторые наши политики, как только деньгами обзаведутся, так сразу и осознают, как им надоело жить под одной крышей с этой страной. Извини, говорят они, я полюбил другую страну. И уезжают. И алиментов от них Родина-мать никогда не дождется».* В данном абзаце присутствует очень интересный смысловой оборот. Изюминка состоит в том, что Сапа Мекебаев представил отношения *«честных людей»* со своей страной в виде отношений мужчины и женщины. И в самом деле, все сразу становится понятно, и моментально вырисовывается в уме образная картинка, которая помогает глубже вникнуть в суть темы, которую представляет журналист.

В другом предложении: *«Видимо, наши правоохранители ждут, когда и эти люди сбегут с деньгами в какой-нибудь Лондон. Вот оттуда и объявят о своем разводе с прежде любимой Родиной. И это будет не развод, а разводка».* Взятое прежде олицетворение плавно переходит из переносного смысла в прямой – «*это будет не развод, а разводка».* При этом, употребляется довольно бытовое, а вовсе не литературное слово - «разводка».

В фельетоне под едким заголовком «Больных вылечили – скоро возьмутся за здоровых» [4], автор вопрошает: *«Какая-то странная ситуация: те люди, которые этими деньгами распоряжались, все тут, а вот самих денег нет».* Невозможно не заметить, что в данном предложении присутствует ирония, которая заставляет улыбнуться читателя. Автор, высмеивая ситуацию, не оскорбляет личности, о которых он пишет, но дает понять, что подобные поступки не хорошо сказываются на репутации перед общественностью.

В совсем небольшом предложении: *«Хотя же всем понятно: если у государства в казне убыло – значит, у кого-то в кармане прибыло»* у Сапы Мекебаева получилась довольно емкая и острая сатира. Тем не менее, смысл от этого не пострадал, а даже помог лучше уловить суть.

Изучая творчество журналиста Сапы Мекебаева, я подробнее на конкретных примерах смогла изучить особенности фельетона как жанра художественной публицистики. Статьи читаются очень легко, на одном дыхании. При их создании автор использует весь свой запас знаний, опыта и профессионализма.

Безусловно, для того, чтобы фельетон удался, нужно «набить руку» и быть настоящим профессионалом. Жанр сложен и редко встречается в казахстанской прессе. Успех возможен лишь в том случае, если стилистика фельетона близка журналисту не только с профессиональной точки зрения, но и отражает его гражданское сознание и мировоззрение. Только в этом случае фельетон найдет положительный отклик у заинтересованных читателей

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

1. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. - 2000 г. – С. 178.
2. Мекебаев С. Совести у них нет, хотя все они уважаемся люди. - Forbes – 22 июня. -2013.- http://forbes.kz/blogs/blogsid\_31889.
3. Мекебаев С. Жениться на стране - Forbes – 8 июня. - 2013. - http://forbes.kz/blogs/blogsid\_30488.
4. Мекебаев С. Больных вылечили – скоро возьмутся за здоровых - Forbes – 25 января. - 2013. - http://forbes.kz/blogs/blogsid\_16896.

**Тілепберген А.**

Баспа ісі және дизайн кафедрасының ассистенті

**Мұқабадағы ұлттық нышандар - тәлім мен тәрбиенің белгісі**

Ою-өрнек өнері халықтың шынайы рухани-эстетикалық танымымен біте қайнасып кеткен этнографиялық мәнге ие көрінісімен ерекше, құнды болғандықтан, ұлт мәдениетін айқындайтын өте маңызды, және аса қажетті сала. Міне, осы ою-өрнектің тарихын, ерекшеліктері мен дамуын зерттеуші ғалымдар, бұл саланың да өзіндік үлгіде дамытып, жаңғыртып отыратын шеберлері болатынын, олардың шығармашылық еңбектері өзге өнер түрлеріндегі адамдардікі сияқты көзге түсіп, бағалана бермейтіні және олардың шығармашылығы жөнінде өз бағасын беріп, саралау кезеңі туғаны жөнінде сауалды мәселелерді қозғап, көңіл бөлер жәйттері алға тарта бастауда.

Ұлттық ою-өрнектеріміз, біздің бағзы заманнан келе жатқан, атадан-балаға, ұрпақтан-ұрпаққа жетіп келе жатқан салт дәстүріміздің бір сипатына арналған негізгі элементтеріміздің бірі. Ұлттық ою-өрнектеріміздің бәрі өздеріне сипат алған.

**Көк әлеміне байланысты:**

1. Ай. 2. Айшық. 3.Жарты ай. 4.Жұлдыз. 5. Кемпірқосақ. 6. Күн. 7.Шұғыла.

**Малға, оның денесі мен ізіне байланысты:**

1. Айыртұяқ. 2.Арқар мүйіз. 3.Атерін. 4.Қошқармүйіз. 5.Тайтұяқ. 6.Түйетабан. 7.Омыртқа.

**Аңға байланысты:**

1. Бөріккөз. 2.Бөріқұлақ. 3.Тиемшек. 4.Иттабан. 5.Иттіс.

**Құрт-құмырсқаларға байланысты:**

1.Алақұрт. 2.Жұлдызқұрт. 3.Көбелек. 4.Құмырсқа. 5.Құмырсқа із.

**Құстарға байланысты:**

1. Қазмойын. 2.Қазтабан. 3. Құсқанат. 4. Құс- мұрын.

**Жер, су, өсімдік, гүл, жапырақ, бұтақ бейнелі:**

1. Ағаш. 2.Бітпес. 3.Гүл. 4.Жапырақ. 5.Жауқазынгүл. 6.Ирек. 7.Ирексу. 8.Өткізбе. 9.Райхангүл. 10.Су. 11.Үзілмес. 12.Үшжапырақ. 13.Шиыршық.
 **Қару-құралдарға байланысты:**
2. Айбалта. 2.Айыр. 3.Балдақ. 4.Балта. 5.Қармақ. 6.Шынжыр.

**Геометриялық фигуралар тектес:**

1.Қосдөңгелек. 2.Қостұмарша. 3.Төртқұлақ. 4.Тұмарша. 5.Сүйір [1].

Осындай сипттарға ие болған ою-өрнектерімізді кітап мұқабасына түрліше пайдалануға болады. Олардың кітап мұқабасынан орын таба білуі кітап мұқабасын безендірумен айналысатын мамандардың мойнында.

 «Тәрбиесіз алған білім қатерлі. Ғұлама тәрбие біліммен келеді, ал білімді беретін басты құрал – кітап».

 Ә.Н. әл-Фараби.

Кітаппен істес болу адаммен істес болуға әзірлейді. Қай-қайсысы да бірдей қажет.

 Н.М. Карамзин.

Күн сайын әлемнің ең дана адамдарымен тілдесуден қымбат не болуы мүмкін.

Жақсы кітап оқу — ақылды адаммен сырласқанмен бірдей.

 Л.Н. Толстой

Кітапсыз үй — терезесіз бөлме.

 Вильсон.

ақылға қуат беретін құрал.

 Ян Коменский.

Ойланбай оқу шайнамай жұтқанмен бірдей.

 Э. Борк.

Ғаламдық мәдениеттің бір бөлігін кітап құрайды. Кітап оқу - білімге ұмтылысты, дүниетанымды кеңейтуді, адамның өзін тануын білдіреді. Күнделікті өмірде кітап оқитын адам мен оқымайтын адамның айырмашылығын тез байқауға болады. Кітап оқитын адам ақыл-парасат, таным, білім, елмен қарым-қатынас, тіл байлығы, сыпайылығы мен мәдениеттілігі секілді бірсыпыра ізгі қасиеттерімен ерекшеленіп тұрады.

Тағы да қайталама болар, бірақ, кітап – біздің басты байлығымыз. Оны ешқашан естен шығармауымыз керек. Кітап – ешқашан өлген емес, өлмейді де. Кітап қанша адамның көзін ашқан. Әріпті де, кітаптан, оқуды да, жазуды да кітаптан, тіпті өмірді де кітаптан үйренеміз...

Қазіргі кезде сабақ беріп жүрген ұстаздарымның бірі, алғашқы курста білім алып жүргенімде, кітапқа: «кітап - тауар» деген анықтама берген. Сол кезде бұған келіскім келмей, ағайға қарсы пікір де айттым. Бірақ, уақыт өте келе, осы пікірмен келісуге тура келді. Өйткені, біздің қарбалас заманда, ақшаны пір еткен халқымыздың арасында, «баспа ісінің» мамандарына, осы өмірде жерде қалмаулары үшін «кітапқа тауар ретінде» қарауға міндетті. Біздің кітаптар, баспадан шықпай жатып, қойманың шаңын жұтып қалмауы керек! Бұл ой, мен оқуға түскеннен бері айтылып келеді. Қазір мен, 4-курсты тәмамдап, осы оқу орнынан қанат қағуға дайындалып жүрмін. Бірақ, өкінішке орай, бұл пікір, әлде ой, мүмкін біреудің ішіндегі жан айқайы шығар, әлі де қайталанып келеді.

Баспадан шыққан кітап, төрткүл дүниенің арғы жағында отырған оқырманның қолына тез арада тиюіне мүмкіндік жасайтын уақыт келді!

Кітап, кітап, тағы да кітап... Кітап – адамзат тарихы, өмірі, қуанышы, қайғысы, іштегі мұңы. Кітапты біреу мұңайғаннан, өмірден үміт үзгеннен, тылсым дүниеден шаршағаннан жазса, кейбіреулер қуанышы ішіне сыймағаннан, іштегі қуанышпен бөліскісі келгеннен, басқаларға мақтанғысы келгеннен жазады. Өмірдің ащысы мен тәттісін бірге көрген авторлар оқырман көңілінен шығып жатады. Иә, расында да кітапты бір көздің қиығын салып оқып шығу әріп танығанның қолынан келер оңай іс. Ал, оны жарыққа шығарудың өзі азаптың азабы. Қолға қалам алып қағаз бетіне туындыны түсіру бәрінің қолынан келе бермейтін іс. Ол қанша рет жазылып, бірнеше рет шимайланып автордың қолымен жыртылып жатады. Міне, жазып біттім дегенінде, тағы бір жері ұнамай, қайтадан келесі бетке көшіріледі. Бұл тек бастамасы ғана. Туынды басынан аяғына дейін жазылып біткенде, бұл іштен шыққан баласын кітап ретінде басып шығаратын баспа іздеумен әлек болады. Баспа табылған кезде, сол баспаның директорының көңілінен осы туынды шықса екен деп тілейді. Басуға жарар ма екен? Жарамас па екен? Осы сұрақтар авторды сол кісі оқып болғанға дейін мазалайды. Авторға, ең бірінші айтылтын мадақтау да сын да өте маңызды. Оны ары қарай шабыттандыратын да, түк жаздырмай тоқтататын да осы. Баспада туынды бірнеше маманмен талқыланады. Сосын, егер жарап жатса басуға рұқсат беріледі. Бірақ, бұл Кеңес Одағы кезінде болатын. Ол кезде цензураға қатты көңіл бөлінеді. Қазіргі таңда, келген туынды еш кедергісіз жарыққа шыға береді. Тек автордың қаражаты көтерсе, әрине.

Қорытындылай келе, осы зерттеу мақаламда, кітап мұқабасының рөлін анықтауға тырыстым. Әр тарау өзінше бір әсер бергендей. I- тарауда, кітап мұқабасының сәні мен мәніне тоқталып, оның дизайны мен түс ерекшеліктеріне анықтамалар беруге тырыстым. Кітап мұқабасының сәні мен мәні, ондағы берілген безеннің мағынасы, ұлттық ою-өрнектеріміздің құндылығын түсіндім. «Қазақ баспалары һәм замана көші» деп аталатын II-тарауда, салалық баспаларға тоқталып, олардың тарихымен таныстым. Кітапты әзірлеп, шығаратын арнайы компьютерлік бағдарламалармен де жете таныстым. Ең алдымен, кітап мұқабасындағы ұлттық нышандардың тәлім мен тәрбиенің өзегі екенін өз ортама жеткізе алған сияқтымын. Бұл менің осы істе атқарылған жеңісімнің бірі деп мақтана аламын. Жоғарыда айтқанымдай, басты мақсаттарымның бірі – қазақ кітабын безендіруге жаңа ой қосқым келген. Осы ойымды жеткізе алдым деген үміттемін.

Қазақтың ұлттық ою-өрнектері көпқырлы, және әрқайсысының өзіндік атаулары бар. Бүгінде өнертанушыларға ою-өрнектің 200-ге таяу түрлері белгілі. Мүйіз бейнелі оюларды қазақ ұлттық ою-өрнек өнерінің қайнар көзі деп есептеуге болады. Өйткені барлық жаңа буындар осының негізінде жасалып, тек атаулары өзгеріп отырған. Мысалы, қошқар мүйіз, архар мүйіз, бұғы мүйіз, қырық мүйіз, қос мүйіз, сыңар мүйіз, сынық мүйіз, өркеш мүйіз, төртқұлақ, түйетабан, сыңар өкше, қос алқа, құс қанаты, қаз табан т.б. ою- өрнектердің негізгі арқауы. Осы элементтерден ою-өрнек композициясы жасалады. Қазақ оюларының мазмұны мал өсіру мен аңшылықты, жер-су, көшіп қону көріністерін, күнделікті өмірде кездесетін әр түрлі заттардың сыртқы бейнесін аңғартады және бәрінде де мүйіз оюы араласып отырады. Сондықтан қазақтың ұлттық ою-өрнектерінің ең басты мәнері, ең көп түрі және әр түрлі мәнер жасауда жиі қолданылатыны мүйіз тектес ою-өрнектер. Ғалымдардың анықтауынша, ол ежелгі өрнек, сондықтан онда көбінесе мал шаруашылығы мен көшпенділер өмір салты бейнеленген.

Бізге дейін жеткен ою-өрнектердің үлгілері қазіргі заманға соншалықты бейімделгендіктен, олардың бейнелеу өнерінің негізіне салынған алғашқы нысандардың нақты мазмұнын ашып көрсетуі, көп жағдайда мүмкін болмай қалады. Солай бола тұрса да біз, мәселен, б.з.д. 4-3 ғасырлардың өзінде тұрмыстық заттардың белгілі бір бөліктері қойдың басы түрінде бейнеленгенін білеміз, бұған археологиялық қазбаларда табылған ыдыстардың құлақшалары дәлел.

Осылайша, қазақ ою-өрнегінің бізге дейін жеткен түрлерінің тамырында шынайы бейнелердің сұлбасы жатыр, және ою-өрнек өз нысандарына өзін жарыққа шығарған халықтың ерекшеліктері мен тіршілік дәстүрлерін, техникасының деңгейі мен өмірінің басқа жағдайларын тоғыстырған. Арнайы жүргізілген зерттеулер ою-өрнектік өнердің ғасырлар бойы қалыптасқан дәстүрлі халықтық өнер болып табылатынын көрсетті.

Қазақ халқының ұлттық ою-өрнектері өшпей, өз жалғасын таба берсе екен деймін. Тек қана ою-өрнектеріміз емес, ұлттық құндылықтарымыз жоғалмасын!

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1.Шоқпарұлы Д., Дәркембайұлы Д. Қазақтың қолданбалы өнері. Алматы: Алматыкітап – 2007 ж.

**Shakeyeva B.R.**

2st year MA master of international relations

Al-FarabiThe Kazakh National University

**the kazakhstanchairmanshipthe oic council of foreign ministers 2011-2012**

Kazakhstan's cooperation with the OIC develops dynamically. Chairmanship in the OIC will help Kazakhstan participate actively in the political and economic space of the Islamic world, carrying out economic projects in Kazakhstan. Spiritual culture of the Islamic civilization is very close to Kazakh people. The organization actively supports Kazakhstan's initiatives in the international arena as the establishment of the CICA, Congress of world leaders and traditional religions. OIC recognizes the role of Kazakhstan in the development of inter-religious and inter-civilizational dialogue as a bridge between the "West and the East."

If we consider the 15-year relationship of Kazakhstan and the OIC, we can note the dynamic growth of cooperation. We believe they can be divided into 3 stages. In the words of the Minister Foreign Affairs RK Y.Idrissov: "Kazakhstan has taken over the chairmanship of OIC in June 2011 for two reasons: first, in our opinion, this organization provides an important mechanism to unite the Islamic world, at that time when there is an acute need for pan-Islamic unity and solidarity; and, secondly, we feel that we can bring new impulses to the realization of long-term goals and objectives of the OIC - the promotion of modernization in the Muslim world, in accordance with the values ​​of Islam, which are based on peace, tolerance and human dignity, ".

Chairmanship, which was held under the slogan "Peace, Cooperation, Development", was officially presented for Djibouti at the 39thsession, which was held on the 15th and 16th November, 2012. Minister of Foreign Affairs of Kazakhstan,YerlanIdrissov, at the conference, pointed out that chairmanship of Kazakhstan had been held in heavy, hard times in the Muslim world, where there are economic and political changes. For our country, it is a great experience and will be a significant event of our diplomacy[2]. The Head of State has made significant strides to solve these actual issues. Thus, focusing on strengthening international and regional security, promoting dialogue between the Islamic world and the West, countering Islamophobia and strengthening nonproliferation of weapons of mass destruction, Astana found like-minded people with approval and applauded the initiative of the Chairman of the OIC.

Chairmanship lasted a year and a half because of the "Arab Spring." Kazakhstan has put on the agenda of the current issues and trying to transform and modernize the Islamic world:

1. *Kazakhstan proposed to change the name of the organization from the Organization of the Islamic Conference to Organization of Islamic Cooperation*. In addition, the logo of the organization has been changed [3]. The Problem of changing the name was already proposed in 1974 at the 5th session of the Ministerial Council[4]. Among them were the options as "Organization of Muslim countries", "Organization of the Muslim peoples," etc. But in our opinion, the name "Organization of Islamic Cooperation" fully reveals the essence of the organization. Moreover, the problem of changing the name of the organization was awarded with "ten-year program of the Muslim Ummah in the 21st century"[5]. All member-states of the organization supported Kazakhstan’s initiative.

2. *Kazakhstan tried to give new content to the organization*. The main purpose of our state was –to skillfully exploit the potential of the organization to develop and raise the profile of the regional and global scale.

3. *Kazakhstan has tried to strengthen relationships with the western states, acting as a bridge between East and West.* For this purpose, the RK using the following mechanisms:

• To fight against religious groups those threaten global security;

• To conduct a dialogue among all the world's religions;

• To come to a compromise between Western anti-Islam and radical groups in the Islamic world;

• Criticize parties and movements, who for the sake of voters use religious beliefs of peoples.

4. *Set up systems of food security*. To achieve this goal, plans to create a system similar to the FAO (UN) with the Islamic Development Bank and the food bank members-states. A headquarter is planned to be placed in Astana, as Kazakhstan has the potential to become a leading exporter of food. [6].

5. *Islamic G10*. Kazakhstan is one of ten developing countries with the Islamic world. In order to exchange experience in many areas of the Kyrgyz Republic has a forum like the G8 (forum of developed countries) and G20 (forum of developing countries).

6. *Strategy modernization of the Islamic world was proposed by Kazakhstan.* President Nazarbayev said: "The Muslim world, which is one-fifth of the world population, does not use its full potential in the economy[7]. To achieve this goal it is necessary to create conditions for the development of trade, economic assistance, to modernize Muslim society through the development of education, science and innovation. "We believe that the focus of the OIC should be on promoting economic development and competitiveness through the implementation of a trade and investment policy, which relies on efficient investments in education, science and technology. [8].

Mass protests that swept the Arab world in 2011-2012, affected a number of countries in North Africa, Arabian Peninsula and the Middle East.

In addition, Kazakhstan's chairmanship in the OIC affected other important issues of life in the Islamic world, which Astana wished to draw to the attention of the Muslim world. For example, Kazakhstan when it was not as chairman of the OIC, held a forum on their land under the auspices of the Business Women of the World Islamic Economic Forum. In the framework were discussed topical issues of the family, the role of women in the Islamic society. In conclusion, we can say that Kazakhstan has put all efforts to revive and modernize the organization of economic and social situation of the Muslim states, sharing the experience of the OSCE chairmanship.

**Shamsharkhan R.**

3 year, student of Abay Kazakh National Pedagogical University

**Innovational ways of helping children by doing their homework**

Homework is often presented as a school requirement for successful child learning, and parents often create school-like structures to support homework success (e.g., arranging the environment, establishing schedules for time use).

Homework is also defined as school studies or tasks which are done in or out of the class (Hartensteiner and Marek-Schroer,1992; Cooper and Valentine, 2001; Gill, 2004). We come across with the homework at all education levels from primary school to university. In the literature, it is stated that homework has lots of functions. These can be ordered as gaining scientific thinking skills, researching, gathering information and reaching the result by organizing (Çepni and Çil, 2011), bridging between home and school (Forster, 2000), providing parents with information about their child’s education and school by putting them together (Department of Education, 2005; Dinçer and Ulutaş, 2005), getting better communication between parents, students and teachers (Van Voorhis, 2004; Olympia, Sheridan, Jenson, and Andrews, 1994), getting students adopt studying skills and habits, teaching individual study by redounding responsibility and discipline (National Parents Day Coalition, 1998; Cooper, 2001), getting ready for the subject, reinforcing the learnt items and providing reinforcement. Moreover it can be said that homework plays an important role in transferring the items learnt in the class to the real life.

Parents often become involved in their children's education through homework. Whether children do homework at home, complete it in after school programs or work on it during the school day, homework can be a powerful tool for (a) letting parents and other adults know what the child is learning, (b) giving children and parents a reason to talk about what's going on at school, and (c) giving teachers an opportunity to hear from parents about children's learning.

Homework fell out of favor because it was closely associated with the repetition of material. In the 1950s, Americans worried that education lacked rigor and left children unprepared for the new technologies, such as computers. Homework, it was believed, could speed up learning.

In the 1960s, educators and parents became concerned that homework was crowding out social experience, outdoor recreation and creative activities. Two decades later, in the 1980s, homework again came back into favor as it came to be viewed as one way to stem a rising tide of mediocrity in American education. The push for more homework continued into the 1990s, fueled by rising academic standards.

Homework can have many benefits for young children. It can improve remembering and understanding of schoolwork. Homework can help students develop study skills that will be of value even after they leave school. It can teach them that learning takes place anywhere, not just in the classroom. Homework can benefit children in more general ways as well. It can foster positive character traits such as independence and responsibility. Homework can teach children how to manage time.

In The USA, in the past decade, the importance of getting parents involved in their children’s education has received considerable attention from policy makers, educators, parents, and the mass media. Central to this heightened awareness is the *No Child Left Behind Act* of 2001, in which parent involvement was identified as one of six areas requiring reform. Other national initiatives that have advocated partnerships between parents and schools include *Project Appleseed*, a nonprofit group that asks parents to sign a promise to be involved in their children’s schooling, and the *National Coalition for Parent Involvement in Education*, funded by the Ford Foundation and Union Carbide. A *Time* magazine article titled “How to Make a Better Student: The Eight Secrets of Success” ([Wallis, 1998](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-108)) emphasized parent involvement as being a key component of efforts to enhance achievement.

Students may experience homework as more pleasant when parents are involved. When parents are involved, students report being more attentive and having a more positive mood ([Leone & Richards, 1989](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-63)), greater homework enjoyment ([Shumow, 1998](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-93)), and perceive their homework activities as less difficult and more manageable ([Frome & Eccles, 1998](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-40)). When homework is more enjoyable, students may get more benefit from engaging in it.

Research has clearly shown that students, especially adolescents, who do homework, benefit in school by exhibiting improved achievement ([Cooper, 1989](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-15); [Cooper, Robinson, & Patall, 2006](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-22)).

Parent involvement can be used to speed up a child’s learning. Homework can involve parents in the school process. It can enhance parents’ appreciation of education. It can give them an opportunity to express positive attitudes about the value of success in school. When mothers and fathers get involved with their children’s homework, communication between the school and family can improve. It can clarify for parents what is expected of students. It can give parents a firsthand idea ofwhat students are learning and how well their child is doing in school.

Research shows that if a child is having difficulty with homework, parents should become involved by paying close attention. They should expect more requests from teachers for their help. If a child is doing well in school, parents should consider shifting their efforts to providing support for their child's own choices about how to do homework. Parents should avoid interfering in the independent completion of assignments. As this brief introduction suggests, homework can be an effective way for students to improve their learning and for parents to communicate their appreciation of schooling. Because a great many things influence the impact of homework achievement, expectations for homework’s effects, especially in the earlier grades, must be realistic. Homework policies and practices should give teachers and parents the flexibility to take into account the unique needs and circumstances of their students. That way, they can maximize the positive effects of homework and minimize the negative ones.

Parent involvement in homework may also influence long-term achievement and related outcomes by promoting the student’s ability to engage in adaptive self-regulation. That is, parent involvement may promote the development of cognitive, affective, and behavioral strategies—including goal-setting; planning; and the management of time, materials, attentiveness, and emotions—necessary to achieve academic goals ([Zimmerman, 2000](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-116)). Research supports this assertion, suggesting that students demonstrate more effective study habits when their parents are knowledgeable about the homework task ([McDermott, Goldman, & Varenne, 1984](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-66); [Xu & Corno, 1998](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-112)). Consequently, parent involvement may be particularly important for younger students who lack self-regulatory skills and are in the process of developing self-management and study habits.

 Some educators and researchers have suggested that parent involvement may exacerbate differences between high- and low-achieving students when the achievement difference is associated with economic differences. It might be more difficult for families to be involved in homework if they are of limited economic means, if there is a single parent, or if both factors are the case ([Grolnick, Benjet, Kurowski, & Apostoleris, 1997](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-43); [Kronholtz, 1997](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-61); [McDermott et al., 1984](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-66); [Odum, 1994](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-72); [Scott-Jones, 1984](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-90)). Still, parents who participated in the National Education Longitudinal Study in 1988 reported providing similar amounts of homework supervision, regardless of socioeconomic status ([Sui-Chu & Willms, 1996](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-101)).

The most commonly cited benefit of parent involvement is that it can be used to accelerate learning by increasing the amount of time students spend studying and making homework study more efficient, effective, and focused. A cursory look at research on the effect of parent involvement in homework on achievement suggests mixed findings. Some studies indicate that parent involvement in homework has a positive effect. For example, quasi-experimental and longitudinal studies have been conducted on the effectiveness of the Teachers Involve Parents in Schoolwork (TIPS) program, in which interactive homework assignments that require the involvement of parents are assigned. These studies found that parent participation in TIPS significantly enhanced student writing scores ([Esptein, Simon, & Salinas, 1997](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-36)), as well as homework grades and class grades in science ([Van Voorhis, 2003](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-105)). Some correlational evidence also supports the effectiveness of parent involvement in homework, suggesting that setting a place and time for homework and providing direct aid with homework are effective ways parents can enhance achievement ([Deslandes, Royer, Potvin, & Leclerc, 1999](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-25); [Yap, 1987](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-114)).

Parental involvement in children’s homework appears to influence student outcomes because it offers modeling, reinforcement, and instruction that supports the development of attitudes, knowledge, and behaviors associated with successful school performance (Hoover-Dempsey & Sandler, 1995).

Parental involvement appears to support positive student attitudes toward learning in part because it is associated with more positive student mood (Leone & Richards, 1989) and greater student enjoyment of homework tasks (Shumow, 1998). More positive student attitudes toward homework, in turn, are related to student decisions about time and effort to be spent on homework, sense of personal responsibility for learning, and persistence in task completion (e.g., Cooper et al., 1998; Corno, 1996; Fehrman et al., 1987; Hong et al., 1995).

Parental involvement activities offer a forum within which parents express high expectations, encouragement, reinforcement, and explicit “instruction” about the learning outcomes associated with effort (e.g., Sanders, 1998). When combined with observation and understanding of the child’s developmental level and accomplishments (e.g., Pratt et al., 1992; Shumow, 1998), parental involvement is likely to support students’ sense of competence and ability, which is in turn related to positive student learning outcomes (e.g., Grolnick & Slowiaczek, 1994). Parental involvement also appears to benefit students’ homework behaviors and performance through its links with student time on homework mood and interest (e.g., Leone & Richards, 1989), more student (e.g., Fehrman et al., 1987; Leone & Richards, 1989).

Whether precipitated by parental rules and standards for homework behavior (e.g., Natriello & McDill, 1986; Voelkl,1993) or parent-supported positive time on homework often allows for more parental assistance, more student persistence, and better understanding than may be attained in shorter time periods. Parental involvement has been related as well to more student attention to homework, increased likelihood of homework completion, and better homework performance (e.g., Balli et al., 1998; Callahan et al., 1998; Forgatch & Ramsey, 1994; Hutsinger et al, 1998).

Parent involvement in education can take many forms. For example, parents may be involved by communicating with the school, volunteering at school and participating in school decision making, or supporting learning at home ([Epstein, 1995](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-34)). To the latter end, encouraging parent involvement with homework is a strategy commonly practiced by schools and teachers in an effort to facilitate academic achievement ([Cooper, 1989](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-15); [Roderique, Polloway, Cumblad, Epstein, & Bursuck, 1994](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-83)). Parents agree that they have an important role in homework ([Hoover-Dempsey & Sandler, 1995](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-50), [1997](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-53)). Of all the types of school involvement, parents report that helping with homework is particularly effective for enhancing achievement ([Epstein, 1986](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-32); [Sanders, Epstein & Connors-Tadros, 1999](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-88)). Parents’ behavior corroborates this belief; 90% of parents report setting aside a place for homework, and 85% report checking to see that homework has been completed ([U.S. Department of Education, 2005](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-104)). Finally, students generally feel that when parents help, they do better in school. [Balli (1998)](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-5) found that 95% of students reported that they did better in school at least some of the time when they received help with homework from their parents.

Finally, other studies suggest that it is the type of parent involvement that is critical. Parents engage in many different types of involvement strategies, such as providing space and materials for homework; interacting with the teacher about homework; providing general oversight or monitoring of completion; making rules about when, where, or how homework is done; responding to questions about homework and giving feedback; or actually providing direct homework instruction ([Hoover-Dempsey et al., 2001](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-51)). Different forms of parent involvement are likely to have distinct effects on student achievement, and these effects may even vary depending on characteristics of the student, which could explain contradictory findings in the literature. According to motivation theorists ([Grolnick & Ryan, 1989](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-44); [Pomerantz, Grolnick, & Price, 2005](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-80)), forms of parent involvement that support the child’s autonomy, as well as provide structure in the form of clear and consistent guidelines about homework, will be the most effective. However, forms of involvement that are experienced by the student as controlling will have little impact or a negative impact on motivation and achievement. Research supports this assertion. For example, a study conducted by [Cooper, Lindsay, and Nye (2000)](http://rer.sagepub.com/content/78/4/1039.full#ref-20) found that parent involvement in homework in the form of support for autonomy was associated with higher standardized test scores, class grades, and homework completion, although direct aid was associated with lower test scores and class grades.

Parents also respond to expectations about their homework involvement by initiating or responding to school communications about homework. These parental activities may be quite varied, ranging from simple responses to teachers’ requests (e.g., sign homework papers) to committed engagement in programs designed to increase support of student learning at home. They may involve parent-initiated requests for information about homework or the creation of shared home–school goals for student learning. Across studies, parents’ interactions with schools appear focused on increasing parents’ effective homework help. At the broadest level, investigators have examined general oversight of homework processes as parental monitoring or surveillance, often assessed by single questionnaire items. Considered in more specific terms, oversight activities have included varied degrees of “checking” on the child’s homework processes (e.g., ascertaining the child’s understanding of a particular homework requirement, encouraging performance) and securing others’ help in the homework process. Parents’ active engagement in homework assignments has been examined in several investigations in relatively general terms (e.g., assisting, helping, tutoring, “doing homeworkwith” the child). Researchers have also examined two more specific parental approaches to involvement: structured, convergent (often task centered) efforts to help the child with assignments, and informal, student-responsive (often child centered) patterns of involvement in homework tasks. Some investigators have associated these two general approaches with varied patterns of student outcomes (e.g., more structured approaches have been associated with poorer student performance, less-structured approaches with better student performance: Delgado-Gaitan, 1992; McDermott et al., 1984; Scott-Jones, 1987). Others have reported that parents 202 HOOVER-DEMPSEY ET AL. tend to use both general approaches to homework involvement, apparently responding to specific homework task demands and individual children’s learning preferences (e.g.,Hoover-Dempsey et al., 1995).

Parents’ homework involvement activities give children multiple opportunities to observe and learn from their parents’ modeling (of attitudes, knowledge, and skills pertinent to learning), to receive reinforcement and feedback on personal performance and capability, and to engage in instructional interactions related to homework content and learning processes.

Parents are often eager to support their children's learning but do not always know how to help or why their involvement is important (Epstein & Van Voorhis, 2001; Hoover-Dempsey, Bassler, & Burow, 1995).

Parents' behavior that supported children's psychological needs is positively related to the children's autonomous motivation for doing homework. ► Parents' need-supportive behavior is associated with parents' own autonomous motivation for involvement in helping with homework. ► This is an important insight for educators who aim to encourage parents' involvement with their children's education and homework. ► This understanding is also important for other research seeking to identify meaningful parental characteristics that contribute to the family well-being.

In conclusion, parents’ attendance when doing homework gives a child the sense of care, safety, control, rightness and confidence. Parental involvement in homework doing has many good effects on pupils, when finding the right way, and being a model of perfection, they copy and inherit their parents’ way of analysis, and logics.

Homework also in some way brings the member of family together in solving problem, so physiologically it is also very important for a parent to get the closer look at their own child closer and find out unique abilities of their child.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Kathleen V. Hoover-Dempsey, Angela C. Battiato, Joan M. T. Walker, Richard P. Reed, Jennifer M. DeJong, and Kathleen P. Jones. Parental Involvement in Homework parental invohlovoemveern. Department of Psychology and Human Development Vanderbilt University.

2. Parents’ views regarding homeworks given in science courses İsa   Deveci, İsmail   Önder, Salih   Çepni

3. Parental Involvement in Homework: A Review of Current Research and Its Implications for Teachers, After School Program Staff, and Parent Leaders

4. Joan M. T. Walker, Kathleen V. Hoover-Dempsey, Darlene R. Whetsel, Christa L. Green October 2004

5. [Erika A. Patall](http://rer.sagepub.com/search?author1=Erika+A.+Patall&sortspec=date&submit=Submit), [Harris Cooper](http://rer.sagepub.com/search?author1=Harris+Cooper&sortspec=date&submit=Submit) and [Jorgianne Civey Robinson](http://rer.sagepub.com/search?author1=Jorgianne+Civey+Robinson&sortspec=date&submit=Submit) Duke University Parent Involvement in Homework: A Research Synthesis.

6. Homework Tips for Parents, Washington, D.C., 2003. <http://www2.ed.gov/parents/academic/involve/homework/part.html>

7. <http://aldeaeducativamagazine.com/universidades/item/829-survey-finds-half-of-parents-struggle-with-their-childrens-homework.html>

8. <http://childcare.about.com/od/volunteerism/a/homework.htm>

**Ниязбекова А.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының 4-курс студенті

Ғылыми жетекшісі: **ф.ғ.к., доцент Өзбекова Г.**

**Экономикалық тақырыпқа жазатын журналистерге қойылатын талаптар**

 Экономиканың бірнеше салалары бар. Мысалы, Қазақстандағы биржа, ақша, валюта, жерасты байлық мәселелері, олардың игерілуі, агроөнекәсіптің дамуы, инновациялық жобалардың мәселелері сияқты түрлі проблемалар кездеседі елімізде. Осы экономика тақырыбында жазатын журналистер елімізде барма екен? Осы туралы [baq.kz](http://baq.kz) те **Гүлзат НҰРМОЛДАҚЫЗЫ, «Жас қазақтың» экономика және талдау бөлімінің редакторы:** – Соңғы жиырма жыл ішінде елімізде салалық журналистика баяу болса да дамып келеді. Мұ­ны біз жоққа шығара алмаймыз. Мәселен, менің экономика саласына қалам тарта бастағаныма бір мүшелден асты. Экономиканың қыры мен сырын толық меңгермесем де, осы жылдар ішінде белгілі бір деңгейде білімім, тәжірибем қа­лыптасты деуге құқығым бар. Және экономика саласына қалам тербеп жүрген әріптестерім­нің ішінде экономикалық сараптама жасауға де­йін көтерілген журналистер шамалы болса да қалыптасқанын қуана отырып тілге тиек ете­мін. Олардың ішінен Алма Мұхамеджанова, Берік Тұрғынбекұлы, Гүлнәр Ахметова, Анар Қуанышбекова және т.б. ерекше атап өтуге тұрарлық. Бір мойындайтыным, өкінішке қарай, салалық журналистика қазақтілді баспасөзде кенжелеу дамуда. Неге? Біріншіден, журналистикаға баулитын жоғары оқу орындарында бұған баса көңіл бөлінбейді. Екіншіден, қазақтілді салалық мамандар аз. Осының кері әсері журналистиканың дамуына тосқауыл. Мәселен, орыстілді журналистикада экономиканың банк пен қаржы, биржа, мұнай-газ, өндіріс, т.б. салаларының әрқайсысына бейімделген журналистер бар. Ал, бізде жалпылама жазу үрдісі байқалады. Өйткені, қазақтілді баспасөз мұншама журналист ұстауға қауқарсыз. Дейтұрғанмен, осындай қиыншылықтарға қарамастан, экономикалық журналистика дамып келеді. Экономика – жеңіл сала емес. Оған бейімделу үшін ең бірінші журналистке қызығушылық керек. Қаржылық дағдарысқа дейін «Альянс банкі» экономика тақырыбына жазатын қазақтілді журналистер арасында «Қаржы-қалам» байқауын ұйымдастырып келді. Өткен жылы ENRC корпорациясы тау-кен, өндіріс саласындағы үздік мақалаларға байқау жариялады. Осындай игі істер салалық журналистиканың дамуына ықпал етеді. Тағы бір айтарым, басылымның бас редакторлары бұл мәселеге баса назар аударуы керек. Салалық журналистерге шеберлік сыныптарын ұйымдастыру артықтық етпейді. Өткен жылы ENRC ұйымдастырған семинар аясында белгілі қаламгер Сауытбек Абдрахмановтың, білікті журналист Бауыржан Омаровтың шеберлік сабақтары бізге үлкен азық болды. Осындай сабақтарды жүргізу біздің кез келген қазақтілді редактордың қолынан келеді. Өйткені, оларда білім де, тәжірибе де, біліктілік те, шеберлік те жетеді» -деп ,ойын білдіреді. Ал **«Қазақстан іскері» экономикалық газетінің бас редакторы Әсия АКИШЕВА:** – Қазақ журналистері экономиканы қазақ тілінде сөйлете алмайды деген пікірмен мүлдем келіспеймін. Ұмытпасақ, 90-жылдардың ортасында «қазақ баспасөзі үшін саяси тақырып қолдан келмейтін іс, қазақ журналистері тек публицистика мен әдебиет аясында ғана пікір өрбіте алады» деген әңгімелер де болған. Қазір қазақ баспасөзі қамтымай отырған тақырып бар ма? Біз экономиканы да, саясатты да, ха­лықаралық тақырыптар мен әлеуметтік мәселелерді, технология мен инновация мәселелерін де кеңінен қозғап келеміз. Қазіргі күні Интернетте қазақ блогерлері көтеріп жүрген мәселе қанша. Жалпы, «қазақ журналистері экономиканы сөйлете алмайды» деген пікірге ден қойып жүрген әріптестерімізге айтарымыз, ХХ ғасырдың басында қазақ тілінде газет шығарып, елді оятпақ болған Алаш Орданың белді-белді тұлғаларының мақалаларында Батыс елдерінің сол кездегі экономикасына да, Ресей экономикасына да кәсіби тұрғыдан тың талдау жасалғанын ескерт­кім келеді. Сол мақалаларды іздеп-тауып, танысып көрсеңіздер, бұл арада айтпағым, қазақ журналистикасында экономика тақырыбы 90-жылдардың аяғында не ХХІ ғасырдың басында ғана талқыға түскен жоқ. Әрине, дәл қазір біздің экономикамыз жөнінде пікір айтып, сараптап, талдап жүрген мамандарымыздың дені ресми тілде сөйлейді, кейбіреулері өз пікірін ағылшынша жеткізгенді мәртебе санайды. Ал, қазақ журналистері солардың ой-пікірін, көзқарасын ана тілімізде өз оқырманына түсінікті етіп жеткізу, соларды мемлекеттік тілде сөйлету функциясын өз мойнына жүктеп жүр және бұл жұмыс оларға оңайға соқпайды. Олар үнемі ізденіс үстінде, өз біліп-түйгендерін әркез жетілдіріп, білімін шыңдау үстінде деп «Қазақстан іскері» газетінің журналистері негізінде айта аламын. Мәселен, қазір жоғары оқу орындарының студенттері біздің газетімізді іздеп келіп, өз ой-пікірлерін қосып жатады. «Экономика тақырыбын талдап, сарапқа салсам, үйретсеңіздер» деп жас журналистер келеді. Ендеше, қазақ баспасөзі экономиканы сөйлете алмайды деп айтуға негіз жоқ. Тек журналист үшін ең басты мәселе, ол – қай саланы қамтыса да, оқырманына өзінің жеке көзқарасы мен субъективті ой-пікірін емес, объективті де шынайы мәліметті беріп, сол саланың кәсіби мамандарының талдауы мен сараптауына жүгіне білуі тиіс екендігін айтады.

 Алайда елімізде экономикалық тақырыпта жазатын журналистер жетіспеушілігі әлі де байқалады. Өйткені бұл салада білгір мамандардың саны 100 болса да азшылық етеді. Осыған орай елімізде экономика саласына бағытталған курстар арнайы журналистерге қызмет етіп отыр. Оның жалпы мақсаты баспасөздегі мақалалардың қарапайым оқырман қауымға тиімді әрі түсінікті берілуі. Өйткені экономикалық тақырыптарда қалам тербейтін журналистердің рейтингі басқа салаларға қарағанда төмен екені белгілі. Сондықтан осы кемшілік тұстар ескерілуі тиіс.

**Жуманова Д.Ш.**

кафедра журналистики ПГУ им.С.Торайгырова

**Языковые средства выразительности в фельетоне на примере казахстанской печати**

В настоящее время жанр фельетон почти исчез со страниц отечественных газет. Журналист Сапа Мекебаев едва ли не единственный фельетонист в нашей республике. Автор старается обратить внимание читателя на пороки современного общества, высмеивает отрицательные качества нерадивых чиновников, проводит невидимую границу между тем, как есть и как должно быть.

В чем не откажешь хорошо написанному фельетону, так это в выразительности. На протяжении буквально одного-двух абзацев качественного фельетона можно найти образцы практически всех известных тропов и стилистических фигур. В фельетонах Мекебаева можно найти практически любой пример на то или иное выразительное средство языка. Специфика фельетона делает необходимым использование таких средств, как сатирическая метафора и эпитеты:

**Самые злые – это бывшие добрые** [1]

*«Российский эксперт Валерий ФАДЕЕВ утверждает, что при строительстве дорог в России до 95 процентов всей стоимости проектов уходит на* ***откаты*** *чиновникам, которые распределяют бюджетные средства. В Казахстане госпрограмм дорожного строительства еще больше, а темпы роста экономики еще выше. К счастью, прошли те* ***лихие времена****, когда какой-нибудь* ***махровый коррупционер******вершил*** *свои темные* ***дела келейно****, втайне от общества. Сейчас* ***отечественный взяточник*** *и вымогатель* ***чист как стеклышко*** *и открыт перед гражданами».*

Жаргонное слово «откат» означает вид взятки должностному лицу предприятия, принимающему решение о расходовании денежных средств этого предприятия

Эпитетами «лихие времена», «темные дела» автор нас «отправляет» в период 90 годов, смутное время развала Советского союза. Выражение «лихие времена» корнями уходит именно в тот момент истории. Яркая метафора «махровый коррупционер» принадлежит ограниченной лексике. На криминальном языке слово «махровый» означает «блатной» [2].

В фельетоне «Ну не нравятся жертвенным баранам наши обычаи!» можно увидеть изобилие средств языковой выразительности.

**Ну не нравятся жертвенным баранам наши обычаи!** [4]

*«Президент ФРГ Кристиан ВУЛЬФ* ***крепко опростоволосился****. Узнав, что газета Bild намерена опубликовать статью о том, что он взял в банке* ***сомнительный кредит****,* ***герр*** *президент позвонил главному редактору издания и наговорил ему на автоответчик угроз. Слова Вульфа тут же стали* ***достоянием общественности****, а в немецком языке появился неологизм, образованный от его фамилии. Теперь граждане Германии употребляют глагол wulffеn (вульфить), когда они хотят подчеркнуть, что кто-то безответственно* ***болтает и мелет чушь.***

*В отличие от* ***главы немецкого государства*** *наш председатель Центральной избирательной комиссии (ЦИК) Куандык ТУРГАНКУЛОВ за свои слова отвечает. Если он сказал, что в нижнюю* ***палатку*** *парламента кроме “Нур Отана” прошли еще “Ак жол” и Коммунистическая народная партия Казахстана (КНПК), - значит, так оно и есть. Не зря же депутат Госдумы от партии “Единая Россия” Владимир ПЕХТИН, приехавший наблюдать за нашими выборами, умолял Куандыка Турганкуловича, чтобы он научил правильно считать голоса главу российского Центризбиркома Владимира ЧУРОВА. Вроде и опытный человек Чуров, а их единороссы так ведь и не смогли победить с таким* ***большим отрывом****, как наши нуротановцы.*

*Внутри страны самыми* ***яростными противниками*** *итогов выборов слывут сопредседатели ОСДП Болат АБИЛОВ и Жармахан ТУЯКБАЙ. Лишь полтора процента голосов отдал им глава ЦИК Турганкулов, посовещавшись с некоторыми избирателями. Но честное слово, когда социал-демократы начинают вдруг так* ***судорожно дружить*** *с национал-патриотами, мне лично и этот показатель кажется завышенным.*

*Из наших* ***зарубежных друзей****, как всегда, недовольным остался Вашингтонский обком партии,* ***ничтоже сумняшеся*** *заявивший, что “эти выборы были далеки от международных стандартов”. И, разумеется, казахстанские выборы традиционно раздражают* ***ОБСЕ****, которая опять* ***посчитала****, что у нас “жестко контролируемые выборы”»*

Автор использует в своем произведении элементы разговорной речи: «крепко опростоволосился», «болтает и мелет чушь». Разговорная речь обладает таким несомненным достоинством, как краткость и лаконичность, которые обусловлены как «экономным» использованием средств выразительности, так и широким использованием внеязыковых средств*.* А книжное выражение «ничтоже сумняшеся» несет в себе шутливый, иронический оттенок. Его значение «ничуть не сомневаться, нисколько не раздумывать, ни перед чем не останавливаться» [3].

Эпитеты «сомнительный кредит», «яростные противники», «большим отрывом», «видные партийцы», «демократизм момента», «процентный барьер», придают тексту яркость, а также содержательность. Так, например, эпитет «зарубежные друзья» заменяет целое выражение, например, «друзья, приехавшие с других стран». Вкрапление иностранного слова «герр» (нем. Hеrr) — обращение «господин» в немецком языке [3] используется автором намеренно: речь идет о президенте ФРГ. Чтобы передать оттенок национального колорита, автор использует варваризм.

Юмор, ирония в фельетоне выступают главным оружием журналиста. А осмеяние и разоблачение в нем происходят через систему художественно-осмысленных образов.

***«А на форум вдруг спонтанно собрались партийные делегаты со всех регионов страны, нечаянно съехались представители творческой интеллигенции, зашли на огонек случайно проходившие мимо героические военнослужащие, а также знаменитые артисты и спортсмены.******Неизвестно откуда появившиеся и никем не организованные студенты надели футболки с логотипом партии и стали дружно скандировать первое, что им пришло в голову: “Нур Отан”, Нурсултан!” и “Алга, Казахстан!”.***

Автор высмеивает поведение партий, потерпевших поражение на выборах. В своей иронии Сапа Мекебаев показывает, что итог выборов был предопределен. Поэтому заранее были готовы и радость и аплодисменты.

Фельетон казахстанского журналиста буквально пестрит ироническими высказываниями, порой переходящими в ерничанье, риторические вопросы и восклицания:

*«Впрочем, и председатель Партии патриотов Гани КАСЫМОВ, и глава “Ауыла” Гани КАЛИЕВ, и даже лидер “Адилета” Максут НАРИКБАЕВ, которым мандатов и вовсе не хватило, назвали выборы честными, а победу “Нур Отана” - справедливой.* ***Как резко выросла политическая культура в стране!***

 *Результаты парламентских выборов в Казахстане понравились не всем. Только ничего страшного в этом нет. Жертвенным баранам некоторые наши народные обычаи тоже не нравятся.* ***Ну не менять же из-за этого обычаи!******Да и кто интересуется мнением тех, кого приносят в жертву?»***

Не менее чаще перечисленных средств выразительности автор использует в написании фельетона созданные им же авторские неологизмы - окказионализмы.

 *«…Что же касается упомянутого вначале немецкого неологизма “вульфить”, то для Германии это дело привычное. Там, например, от имени федерального канцлера Ангелы МЕРКЕЛЬ образовали глагол “меркелить” (mеrkеln), который употребляют, когда кто-то проявляет нерешительность. Есть еще слово “сгуттенбергить” (guttеnbеrgеn), обязанное своим происхождением ушедшему в отставку министру обороны Карлу-Теодору ГУТТЕНБЕРГУ, который был уличен в плагиате при написании докторской диссертации.*

*Почему бы нашим читателям не попытаться перенести ценный немецкий опыт на* ***казахстанскую почву****? Есть ведь поводы и люди. Для зачина и в надежде на* ***отклик мыслящей общественности******автор этих строк*** *предлагает некоторые варианты таких неологизмов.*

*Итак,* ***умасимить*** *- уметь убедить всех в своей собственной незаменимости, как это удается нашему премьер-министру Кариму МАСИМОВУ.*

***Накелимбетить*** *- красиво рассказывать о захватывающих перспективах реформ без видимых практических результатов, что наблюдается за министром экономического развития и торговли Кайратом КЕЛИМБЕТОВЫМ.*

***Пожумагульничать*** *- как министр образования и науки Бакытжан ЖУМАГУЛОВ придумывать разные доказательства того, что отечественное просвещение находится на передовых позициях в мире.*

***Откасымить*** *- усмирить бунтовщиков, применяя огнестрельное оружие в мирных целях, что недавно продемонстрировал министр внутренних дел Калмуханбет КАСЫМОВ.*

***Смамытбечить*** *- эффективно распорядиться финансовыми средствами, выделенными на развитие аграрной отрасли, как это получается у министра сельского хозяйства Асылжана Мамытбекова…»*

Создавая от фамилий чиновников авторские неологизмы, автор руководствуется личными качествами их обладателей, тем самым обнажая отрицательные стороны наших политиков. В связи с выразительным потенциалом, таящимся в окказиональных словах и выражениях, наблюдается процесс не только их использования, но и процесс изменения языкового статуса с переходом в экспрессивный слой разговорной лексики и фразеологии литературного языка [6].

Главная задача фельетона – осмеять, но не обязательно вызвать смех. В основе создания фельетона лежит конфликт, причем не обязательно комического характера. Основное отличие конфликта в фельетоне – это его публицистическая насыщенность. Такая направленность всегда придает конфликту характер внутреннего противоречия, несоответствия того или иного факта, явления с идеалом. Но для автора недостаточно просто запечатлеть конфликт. Важно отразить событие или героя в совершенно неожиданном и непривычном виде [5]

1. Sapa Mekebaev Samye zlye – eto byvshie dobrye//Vremya. – 2012.

2. Rozental’ D.E., Telenkova M.A. Slovar’ – spravochnik lingvisticheskih terminov/ Rozental’ D.E., Telenkova M.A. – Moskva: Nauka, 1978. – 375 s.

3. D.N.Ushakov Bol’shoi tolkovyy slovar sovremennogo russkogo yazyka: elektronnyy resurs - [www.ushakdictionary.ru].

4. Sapa Mekebaev Nu ne nravyatsya zhertvennym baranam nashi obychai//Vremya. – 2012.

5. Narbin’ Kenzhegulova Elektronnyy kurs “Sovremennye gazetnte zhanry”: elektronnyy resurs - [http : // www.unеscо.kz].

6. A.P. Skovorodnikov, G.A. Kopnina Vyrazitel’nye sredstva gazetnoi publikatsii// Zhurnal “Zhurnalistika I kul’tura russkoi rechi”. – 2004.

*One of the genres of journalism, is an indicator of mass media democratization, can be called a feuilleton. Ever since the emergence of feuilleton as a genre of journalism its main distinguishing feature is unofficial and apolitical appearance, which the author expresses through irony and sarcasm. But not always satire should raise a laugh. Its main role - to reveal the reader's eyes to the events and the facts to which he was accustomed and no longer notices, assuming a matter of course.*

*Feuilleton is based on the deliberate destruction of linguistic norms: semantic, stylistic, grammatical, word formation and phraseology. But we mustn’t forget that this "unusual" should be motivated in the context of a feuilleton. Columnist’s degree of skill depends not only on how he suddenly breaks the usual norms, but also how it’s norm-breaking is motivated. Satirical focus determines the specific use of feuilleton’s language.*

*Баспасөз демократизациялануының көрсеткіші ретінде атауға болатын журналистика жанрларының бірі - фельетон. Фельетонның публицистика жанры ретінде пайда болуынан бастап оның басты ерекшелігі автордың ирония және сарказм арқылы сипаттайтын ресми еместігі мен саяси еместігі болатын. Алайда фельетонның үнемі күлкілі болуы міндет емес. Оның басты мақсаты - оқырман үшін күнделікті жағдайға айналып, үйреншікті болып кеткен оқиғалар мен фактілерге назарын аударту.*

*Фельетон барлық тілдік нормаларды әдейі бұзуға негізделеді: семантикалық, стилистикалық, грамматикалық, сөздік құрам және фразеологиялық нормалар. Алайда бұл “ерекшеліктің” фельетон контекстінде негізді болуын ұмытпаған жөн. Фельетонист шеберлігінің деңгейі тек күтпеген жерден үйреншікті нормаларды бұзудан ғана емес, бұл әрекетінің себепті болуынан да байқалады. Фельетонның сатиралық бағытталуы ондағы тілдік құралдар қолданысының өзгешеліктерін анықтайды.*

**Тоқтар Ф.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының 1-курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: **ф.ғ.к., доцент Әбдіжәділқызы Ж.**

**Қазақ көсемсөзінің дәстүрлі принциптері**

**(ХХ ғасырдың басындағы кезең бойынша)**

ХХ ғасырдың басында әдебиет пен журналистиканың қоғамдағы көкейкесті, өткір мәселелерін қозғайтын көсемсөз (публицистика) жанры қазақ зиялыларының басты қаруына айналып, өмірді барынша кең қамтып, өз кезеңіндегі заманның күрделі әлеуметтік мәселелерін көтерді. Саяси, экономикалық, әлеуметтік, денсаулық, оқу, мәдени-рухани, тіл мәселелері көсемсөз (публицистика) жанрының басты мәселесіне айналды.

Яғни ХХ ғасыр басындағы қазақ публицистикасы қоғамда алдыңғы саптан көрініп, қазақ зиялыларының кемел ойлы көсемдік танытқан озық ойларымен халықтың санасын рухтандырып отырды. ХХ ғасыр басындағы публицистер: Сұлтанмахмұт Торайғыров, Ғұмар Қараш, Сәбит Дөнентаев, Қошке Кемеңгеров, Ахмет Байтұрсынұлы, Міржақып Дулатұлы, Әлихан Бөкейханұлы, Жүсіпбек Аймауытұлы, Мұхаметжан Сералин, Мұстафа Шоқай, Смағұл Сәдуақасов, Мұхаметжан Тынышпаев, Халел Досмұхамедұлы, М.Әуезов және т.б. шығармалары осы дәуірдегі қазақ қоғамының көкейтесті қоғамдық мәселелерін арқау етті.

Көсемсөзге тұңғыш рет Ахмет Байтұрсынов өзінің "Әдебиет танытқыш" атты еңбегінде анықтама берді. Ғалым А.Байтұрсынов публицистиканы көсемсөз деп атап, қазақ сөзімен төркіндестіреді. «Көсемсөз шешенсөз сияқты әлеуметке айтқанын істету мақсатпен шығарылатын сөз. Шешенсөзден мұның айырылатын жері – шешенсөз ауызша айтылады, көсемсөз жазумен айтылады. Көсемсөз әлеумет ісіне басшылық пікір жүргізетін сөз болғандықтан да көсемсөз деп аталады. Көсемсөз кезіндегі әлеуметке керек іске мұрындық болып істеу ыждағатымен айтылады» [1]. Ғалымның қағидаларына сүйеніп, көсемсөздің көне заманнан-ақ шешенсөзден бастау алғандығына сенеміз.

Көсемсөздің мақсаты – әлеуметтік, қоғамдық, саяси мәні бар сол кезеңнің көкейтесті мәселелерін көтеріп, саяси-әлеуметтік оқиғалардың сыр-сипатын ашып беру, қоғамдық ойға ықпал ету. Публицистика бұл бәрінен де бұрын шығармашылық процесс.

ХХ ғасыр басындағы ***көсемсөз жанры дәстүрлі түрде мынадай басты-басты принциптерге негізделіп жазылды:*** 1. Ресейдің отарлау саясатын батыл сынап жазу; 2. Оқу-ағартушылыққа үндеу; 3. Әйел теңсіздігі; 4. Жер, земство мәселесі; 5. Мәдениет, әдебиет, ғылым, социология, экономика, саясат, педагогика салалары; 6. Тіл, дін тақырыбы; 7. Интеллигенция туралы; 8. Саяси қозғалыстар мен көтерілістер; 9. Қазақ жұртының хал-жағдайы, білімсіздік, бойкүйездік, жалқаулық, енжарлық, алауыздық тәрізді теріс мінездерін мінейтін мақалалар;

Осы кезеңдегі ұлттың еркіндігін, бостандығын көксеген қазақ зиялыларының көсемсөз жанрындағы туындылары «Үльфат», «Шура», «Айқап», «Қазақ», «Қазақстан», «Дұрыстық жолы» секілді газет-журналдар бетінде үздіксіз жарияланып тұрды.

ХХ ғасырдағы аса талантты ақын-жазушы С. Торайғыровтың мақалалары көбінесе 1913-1914 жылдары «Айқап» журналында қызмет істеп жүрген кезінде «Қазақ тіліндегі өлең кітаптары жайынан», «Өлең және айтушылар», «Қазақ ішінде оқу, оқыту жолы қалай?» мақалалары жарық көрді. Бұл мақалалардың идеясы: өнер, өлең, әдебиет мәселесіне арналады. «Қазақ тіліндегі өлең кітаптары жайынан» деп аталатын көлемді мақаласында ескі әдебиет нұсқалары хақында сөз етеді. Автор өзі ұстаздық қызмет атқара жүріп, мол тәжірибе жинайды, «Қазақ ішінде оқу, оқыту жолы қалай?» мақаласында қараңғы қапаста қалған қазақ баласын оқытудың, білім берудің жолына тоқталады.

Сұлтанмахмұт Торайғыров қазақ халқы тарихында орын алған тарихи дамулар, көтерілістер, қиян-кескі соғыстар дәуірінде өмір сүрді. Осының бәрі ақынның көз алдында өтіп жатты. Күнделікті қызметіне, шығармаларының тақырыптық мазмұны мен жанр түріне, көзқарасына зор әсер етті.

 Қараңғы қазақ көгіне

 Өрмелеп шығып кұн болам!

 Қараңғылықтың кегіне

 Күн болмағанда кім болам?!

Немесе:

Шындықтың аулын іздеп түстім жолға,

 Разымын не көрсем де осы жолда.

 Шаршармын, адасармын, шалдығамын,

 Бірақ бір табармын деп көңілім сонда, - деп бастады. Өмір бойы осы сертін орындау жолында қызмет істеді. Жарғақ құлағы жастыққа тимей, өзіне, өз халқына өнер, білім, еркіндік, бақыт іздеді.

Ақын публицистикалық жанрда жазған шығармаларында өзі өмір сүрген дәуірдің өзекті мәселелерін, яғни, оқу-ағарту жайын сөз ете отырып, заман сырын, замандас келбетін көркем кескіндей білген.

XX ғасыр басындағы басылымдарға белсене араласқан, қоғамдық ой көшбасшыларының бірі – Ғұмар Қарашев та өз публицистикасында ғасыр басындағы ең өзекті мәселелерге назар аударды. Оның публицистикалық мақалаларында қала салып, жаңа кәсіптерді игеріп, отырықшылыққа бет бұру мәселелері қозғалды. Халықты өнер, ғылым жолына түсуге, газет оқуға шақырды. Ынтымақ пен бірлікке үндеді. Әсіресе, дін, оқу-ағарту, әдет-ғұрып, жер мәселелері туралы қоғамдық маңызы зор ойларды қозғады. Бар ғұмырын қазақ халқының бақытты болашағына арнаған Ғ.Қарашев Қазан төңкерісіне сенбеді, "Алаш" автономиясын қолдады.

Ғ. Қарашевтың публицистикасындағы басты тақырыптың бірі – тіл мәселесі. Өзінің «Ұлт һәм туған тіл» мақаласында: «Патша үкіметінің ұлттар тұрмысын көріп, соларды көгертіп, көркейтумен ісі болмайды. Ол әрдайым да халыққа көтере алмайтын, оларды өзінің мейрімсіз тырнағында тәлегенше жаншумен болды һәм миллиондаған халықты, әсіресе шет ұлттарды қалайша қараңғылықпен меңгеру надандықты өз пайдаларын білместей, керектерін сұрай алмастай мылқау етіп ұстау қамында болып, сонымен ғана шұғылданды» [1], - деп жазды.

М. Әуезовтың сөзімен айтқанда қазақ халқының «рухани көсемі», салмақты пікір, салиқалы ойларымен көрінген көсемсөз шеберлерінің – бірі Ахмет Байтұрсынов – қазақты еңбекқорлыққа, ғылым, өнер жолына түсуге шақырды. Ахметтің көсемсөз жанрына қатысы туралы айтқанда, оның «Қазақ» газетінің редакторы болғандығы, оған дейін «Айқап» журналының бетінде жиі ой жарыстырып отырғандығы баспасөз тарихынан мәлім. Оның публицистикасы көбінде өлең, мақала түрінде жазылған. Мәселен 1911-1914 жылдар аралығында «Айқап» пен «Қазақта» жарияланған «Қазақ өлкесі», «Оқу жайы», «Бастауыш мектеп», «Қазақ жерін алу турасындағы низам», «Қазақ һәм 4 - дума», «Жаңа хат» (Жанша Сайдалин мырзаға), «Шаруа жайынан», «Бұл заманның соғысы», «Земство», «Бас қосу турасында» мақалалары осының айғағы. А. Байтұрсыновтың бұл аталған мақалаларында патшаның жер саясаты, сот, адам құқығы, билік саясатының теріс пиғылын түсіндіруден бастап, қазақ жері қазақтың қолынан қалай кетіп бара жатқанын, жер аударуға орыс шенеуніктерінің жергілікті халыққа көрсетіп отырған қысымын әшкерелейді.

 Ал, «Шаруа жайынан» деген мақаласында: «Отырықшылық – ол да бір білім, өнер. Бұған бұрынғы мал бағумен, егін егуге жарап жүрген білімдеріңнен басқарақ білім керек. Ол – көп малдың ішінен аз малдың, асылын ұстап, толықтыратын білім, аз жерді аздырмай, көп жердің орнына тұтынатын білім. Бұл екеуі де қазақ қолданып көрмеген білім».- деп жазды ол. Бұл ойын екінші бір сөзінде; «Аңдаспаған мәселе туралы» деген мақаласында; «Біз қазаққа қала болма демейміз жақсы жеріңе жыйылып, қалаңды сал, мешітіңді орнат, мектеп медіресеңді аш, рұқсатсыз неге қала болдың деп ешкім айтпайды дейміз, 15 десятина мен қала боламыз десеңдер, күн көре алмайсыңдар» [2], - деп одан әрі жалғастырады.

Қазақ халқының бөтен жұртпен тең дәрежеде ел болуы үшін – сана-сезімге «сәуле» түсіру үшін ғылым, өнер жолына түсу қажеттігіне баса назар аударады. Қазақтың басты бет бұрар бағыты ағартушылық мәселесін қамтыды. Өнер, білім жағынан қазаққа бас-көз болды. Мысалы, «Оқу жайы», «Қазақша оқу жайы» атты мақалалар оқудың мән-жайын, маңызын, әсіресе, «Қазақтың» шаруасына, бір жағынан надандықтан кемшілік келгенде, екінші жағынан білімсіздігін көріп тұрғандар басынып, елдігінен, теңдігінен қалдырып, тиісті сыбағасына қиянат істеп тұрғаны санасы бар қазаққа ескерерлік іс еді. Бұл заманда қол жетпегендіктерді теңдікке жеткізетін, әлсіздерге күш беретін өнер-білім, сол өнер-білімге мезгіл өтпей тұрғанда үйренсек, тұрмысымызды түзетіп, басқалардың аяқ астында жаншылмас едік, біз де өз алдымызға бір жұрт екенімізді білдірер едік?» [3], – десе, «Орысша оқу, орыс қолтығында тұрған жұртқа керек қазақша оқы, жаза білген соң, шама келсе, орысша да білген жөн»-дейді. Газет 1913 жылы жарияланған материалдарында оқудың мән-жайын, маңызын айтып, көпке түсіндіруге тырысса, екінші 1914 жылғы «Бастауыш мектеп», «Мектеп керектері», «Оқу мезгілі» сияқты мақалаларында мектеп, медіресе жайларын нақты көрсетіп, мұқтаждықтарын айтады.

 Ахметтің жоғарыда аталғандай «Қазақша оқу жайынан», «Оқу жайы», «Орысша оқушылар, оқыту жайынан», «Мектеп керектері», «Оқу мерзімі» атты мақалалары «Қазақ» газетінде жарық көріп тұрса, «Айқап» журналына басылған «Жазу тәртібі» атты мақаласында (1912, №4-5) қазақ жазуын араб алфавиті негізінде түзеп, қазақ халқының тілдік ерекшелігіне сәйкестігін жазу үлгісіне ұсынудың тұңғыш қадамын жасады.

Қазақ елінің ұлттық санасын ояту жолында публицистикалық жанрдың қалыптасуында өз өрнегін сала білген Міржақып Дулатұлы қоғам қайраткері, кемел ойлы көсемсөздің шебері. Автордың өзі өмір сүрген қоғамның әлеуметтік жағдайына берген бағасы мен дүниетанымдық көзқарасы «Айқап» журналы мен «Қазақ» газетінде жарияланып отырды. Міржақыпты да көп толғандырған жер, земство мәселесі, қоныс аударушылардың озбырлығы, әйел теңсіздігі, билік саясатына наразылық, ілім, білім беру туралы өзекті өмірлік маңызы зор мәселелер болатын. Осы бағытта М.Дулатұлының авторлық ұстанымы мен саяси көзқарасы 1905 жылы «Қарқаралы» петициясынан бастау алып, 1907 жылы Петербургте татар тілінде шығатын «Үлфат» газетінің қазақша қосымшасы «Серке» газетінің бірінші нөмірінде «Біздің мақсатымыз» атты публицистикалық шығармасынан көрініс табады. Автор қоғамдық-саяси бағыттағы публицистикалық ойлары «Оян, қазақ!» өлеңдер жинағында көрініс тапты.

Қазақ әдебиетін зерттеуші ғалым Тұрсынбек Кәкішев: «Міржақып Дулатұлы Ахмет Байтұрсыновтың поэзиядағы азаттыққа шақырған рухын жалғастырушы ғана болған жоқ, «Оян, қазақ!» деп өз ұранын тастады» [4], - деп ой түйеді.

Өз кезеңінің үні бола білген Міржақып Дулатұлы ХХ ғасырдағы қазақ халқының қоғамдық өмірінің өзекті мәселерін публицистикалық шығармаларында көтеріп, терең де, алғыр өткір тілмен өрнектей алған көсем сөздің кемел шебері.

"Қазақ" газетінде қазақ публицистикасын жаңа белеске көтерген қалам қайраткерлерінін бірі – Әлихан Бөкейханов болды. Өзінің алғашқы публицистикалық шығармаларын "Дала уалаятының газетінде", "Айқап" журналында жариялаған Ә.Бөкейхановтың «Қыр баласы» деген лақап атпен "Қазақ" газетінде көптеген мақалалары мен аудармалары басылып тұрды. Ә. Бөкейханов өзінің көптеген мақалаларында ұлттық партия ауқымында саяси тұрғыдан бірігудің қазақтар үшін аса қажет екенін ерекше бөліп көрсетті. Өзінің 1913 жылғы 23 шілдеде жарияланған «Дума және қазақтар» деген мақаласында ол : «Думадағы 442 депутаттың 40-50 депутаты ғана шаруалардан, егер орыс патшалығын асырып отырған шаруаларға деген көзқарас осындай болғанда, саны аз, бөлшектенген, надан қазақ халқы одан не күтпекпіз? Қазақты Думадан шығарып тастады»…, - деп ашулы кейіппен қазақ арасындағы ең түйінді деген мәселелерге тоқталған. Ә.Бөкейхановтың белсенді саяси қызметі, әсіресе, "Қазақ" газетінің бетінде жарық көрген рухқа толы, ұлт сөзін сөйлеген публицистикасынан көрініс тапты.

Смағұл Садуақасов публицистикасына қатысты айтар болсақ: «Өмір үшін күресу», «Көтеріл, жастар!», «Өткен күндер һәм болашақ», «Шарт керек пе?», «Қостанай – Торғай», «Орта Азия өміріндегі жаңа дәуір, «Қазіргі дәуір іс дәуірі», «О национальностях и националах» және тағы басқа мақалаларында қазақ қоғамының өтпелі дәуіріндегі қоғамдық-саяси ахуалдың келбеті мен елді тығырыққа тіреген зәруліктерді шешудің амалдарын көрсетеді.

Смағұл Садуақасұлының көсемсөздік сипаттағы «Қостанай-Торғай» атты жолжазбасы «Қызыл Қазақстан» журналында 1922 жылы жарық көрген. Онда: «Қазақ… Қазақты білесіз. Қазақтың қолынан не дәрмен келеді? Қойша айдаған жаққа жүре беру. Қырса, үндемей қойша қырыла беру. Біз – мал емес пе!»- деген сөзінен өрбітіп, ... іс басында бір қазақ жоқ деуге болады. Бәрі орыстар… Істегендері зорлық-зомбылық, қиянат, қырып кету, жойып кету. Ел ішіне жақсылық сөзбен, таза пікірмен барған біреу жоқ» – дейді көсемсөзші [7].

Алаш зиялыларының қатарында есімі ерекше аталатын Жүсіпбек Аймауытовтың шығармашылығының ішінде публицистикасы ерекше орын алады. 1917 жылғы ақпан төңкерісі тұсында Жүсіпбек: «Тұр бұқара, Жиыл кедей, Ұмтыл жастар!» деген мақала жазып, «Жасыратын қылық жоқ, бостандық, теңдік күштіге, жемқорға келген теңдік емес, бұл өзі қара бұқараға, кедейге келген теңдік, қолы жете алмай жүргендерге берілген бостандық», - деп жар салған еді. Жүсіпбек адамның қоғамдық-әлеуметтік ортамен байланысын, әркімнің өз ортасында қоғамға пайдалы іс істеуге тиістігін көтерді. «Кісі туғаннан-ақ белгілі бір өнерге, қызметке икем болып туады, басқаша айтқанда, әр адамда бір нәрсеге талап, ыңғай, қабілет яки зеректік болады. Біреу бала оқытуға, біреу етік тігуге, біреу әкім болуға, біреу мал бағуға, біреу саудаға, біреу сөзге біреу дауға ыңғайланып жаралады. Өмірде түк жұмысқа икемі жоқ жан сирек болады... Кімде-кім өзіне біткен ыңғайына қарай өз жолымен жүріп, қызмет етсе, өз басына да, әлеуметке де үлкен пайда келтірмек. «Өз орнында» істеген адамның жұмысы да өнімді, берекелі болмақ. Қайғы сол өз жолын шу дегеннен тауып алатын адамдар сирек болады. Адамның көбі ана жолға бір, мына жолға бір түсіп, өмір бойы өз соқпаған таба алмай, сенделумен күні өтеді... Әлеумет те, мемлекет те әр адамның еңбегі берекелі, пайдалы болуын тілейді», - дейді «Неге арналсаң, соны істе» атты мақаласында. Мақала жастарды мамандыққа баулудың, мамандық таңдаудың проблемаларын ойлы көзбен шола білумен құнды.

 М.Сералиннің "Айқапта" жарық көрген көсемсөз жанрында жазылған шығармаларында отырықшылықты жақтап, өркениет көшіне қазақ қауымының ілесуін қолдап, екіншіден, қазақтың шұрайлы жерлерін тартып алып отырған Ресейдің озбыр отаршылдық саясатын әшкерелеу секілді басты қағидаларды ұстанып отырады. Ресейдің заңдық жүйесінің қазақ арасындағы даулы мәселелерді шешуге келгенде дәрменсіз екендігін батыл сынап жазды. Қазақ елі бір мекенге тұрақтап үйренгенде ғана өнер, білімге қол жеткізеді деген пікірді ұстанды. Әдебиет, мәдениет т.б. саласындағы жетістікке жету үшін, қазақ елі бірігіп, қалалы жерлерді көбейту қажеттілігін де баса ескертеді. Бұл да XX ғасыр басында халық арасында меңдеген ірі қоғамдық-саяси мәселелердің бірі еді. Отырықшы болып, қала салып, мектеп ашсақ қана ілгері басып, ұлттық қасиеттерімізді сақтай отырып дами аламыз деген ойларды халық санасына сіңіре түсті. Сонымен бірге, М.Сералинді толғантқан мәселелердің бірі – келешек ұрпаққа қазақ елінің шежіре тарихының дұрыс жазылып, баспасөз беттерінде жариялануы еді.

Публицист сол қоғамдағы дертті мәселелерді ресми органдар арқылы шешу түрғысында мынадай міндеттер қойды: 1. Қазақтан Думаға депутат сайланатын болсын; 2. Қазақ жеріне бұдан былай қарашекпенділер келтіру тоқтатылсын; 3. Казак, орыс орналасқаннан қалған жер қазақ пайдасына берілсін; 4. Мал шаруашылығын жаңаша өркендетуге орыспен бірге қазаққа учаске берілсін; 5. Қазақстандағы қазынадан сатылатын жерлерді орыс пен қатар қазақтың да сатып алуына рұқсат етілсін; 6. Дін туралы, мектеп, медресе ашу туралы, халық сотын өзгерту туралы сұрасын (Айқап. 1912, №5).

Алаш зиялыларының бірі М.Әуезовтің аз зерттеліп жүрген әдеби мұрасының бір парасы қаламгерлік жолындағы алғашқы публицистикалық шығармалары.

Ең алғаш баспасөзде 1917 жылы жарияланған көлемді еңбегінің бірі – «Адамдық негізі-әйел» деген мақаласы әйел бостандығы тақырыбына арналады. Мұнда зерттеушінің публицистік шеберлігі – қазақ әйелінің еркіндікке қол жеткізе алмау себептеріне қалыңмал беру «дәстүрінің» кесірін, оның бала тәрбиесіндегі ананың, отбасының рөліне үлкен кедергі келтіретінін, заманның әділетсіздігіне қарсы ашына үкім айтады. Сонымен қоса, автордың «Оқудағы құрбыларыма», «Қайсысын қолданамыз?», «Ғылым тілі», «Оқу ісі» мақалалары - қазақ тілінде оқулықтар шығару мәселесін, ғылым саласындағы терминдерге, педагогика саласына арналады. Әлеуметтік қоғамдық проблемаларға арнап жазылған «Мәдениетке қай кәсіп жуық?» «Мәдениет және ұлт», «Земство һәм кооператив қауымдары» сияқты мақалалары бар.

Мақалада ХХ ғасыр басындағы көсемсөз жанрында жазылған шығармаларды талдай отырып, мынадай дәстүрлі принциптер негізінде жазылғанына көз жеткіздік:

1. Ресейдің отарлау саясатын батыл сынап жазу;
2. Оқу-ағартушылыққа үндеу;
3. Әйел теңсіздігі;
4. Жер, земство мәселесі;
5. Мәдениет, әдебиет, ғылым, социология, экономика, саясат, педагогика салаларын сараптап жазу;
6. Қазақ жұртының хал-жағдайы, білімсіздік, бойкүйездік, жалқаулық, енжарлық, алауыздық тәрізді теріс мінездерін мінейтін мақалалар.

Қорытындылай келе, осы дәуірде өмір сүріп, ұлттың ұйытқысы бола білген алаш зиялылары баспасөз арқылы публицистиканың басқарушылық, бағыт берушілік, ағартушылық, ұйымдастырушылық, насихаттаушылық, үгітшілдік функцияларын жүзеге асырды. Көсемсөз шеберлері экономика, саясат, ауыл шаруашылығы, егіншілік мәселелерін сөз етті, жер мәселесін шешуге себепкер болды, оқу-ағарту, оқулықтар жасау, кітаптар шығару, әліппе, емле – педагогика саласын, жер игеру, кәсіп істеу, мәдениет, дін, әдебиет, баспасөз, тіл, дін мәселелерін шешуге көпшілікті тартты.

Қазақтың оқыған зиялы қауымын бір ойдың, бір міндеттің, бір мақсаттың төңірегіне - ұлт азаттығын алу үшін күресуге шақырды.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Байтұрсынов А. Шығармалары.- Алматы: Жазушы, 1989. - 320 б.
2. Кенжебаев Б. Сұлтанмахмұт Торайғыровты зерттеу, тану мәселесі. – Алматы, 1968. – Б. 9-10.
3. Қ.М.Аллаберген. Тарих тудырған тұлғалар. І кітап. Павлодар, 2010. – 137 б.
4. Кәкішев Т. 20 жылдардағы әдеби сын. // 20-30 жылдардағы қазақ әдебиеті. 1-ші кітап. – Алматы: «Ғылым», 1997. – Б.117-146.
5. Бекхожин Х.Н. Қазақ баспасөзінің даму жоддары (1860-1930 жылдар). - Алматы: Қазақ мемлекет баспасы, 1964. - 263 б.
6. Әуезов М. Ақаңның 50 жылдық тойы // Ақ жол. - 1923. - 4-ақпан
7. Д. Қамзабекұлы. С. Садуақасұлы. Алматы. Қазақстан. 1996 жыл, 160 бет.

**Есіркенов Р.**

Баспасөз және электронды БАҚ

кафедрасының 1-курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: **ф.ғ.к., доцент Өзбекова Г.**

**Экономикалық тақырыптардың баспасөзде жазылуы**

«Экономика» газеті 2006 жылдың желтоқсан айынан бастап Қазақстандағы тұңғыш апталық экономикалық басылым ретінде қазақ және орыс тілінде жарық көріп келеді. Ол басқа да қажеттіліктермен бірге негізінен қазақ тілді оқырмандардың экономикалық сипаттағы ақпараттарға деген сұранысын қанағаттандыруға бағытталған. Еліміздің ақпарат кеңістігінде бұл тұс іс жүзінде осы күнге дейін бос тұрған еді. Сол себепті де газет уақыттың өзі қойған талапқа сай өмірге келді.

«Мемлекеттік тәуелсіздіктің өткен 22 жылы реформалар кезеңі, бәрінен бұрын экономикалық реформалар кезеңі болды. Оның негізгі стратегиялық міндеті еліміздің жоспарлы экономикасын нарықтық негіздерге ауыстыру болатын. Тиісінше барлық саяси және әлеуметтік жүйе, сондай-ақ қоғамдық құрылыс тұтас күйінде түпкілікті өзгеруі қажет еді. Осылай барлық өзгерістердің локомотивіне айналған экономикалық реформалар өткен жылдар ішінде материалдық өмірдің қалыптасқан бейнесін толық өзгертті. Соған байланысты қоғамның өмірге деген көзқарасы да айтарлықтай өзгерді. Мұның бәрі көз алдымызда өтіп жатты. Көп нәрсе көз ілеспес жылдамдықпен өзгерді. Тіпті олардың кейбіреуін қоғамдық пікір қабылдап, түсінуге де үлгермеді. Әсіресе бұл экономикалық реформаға қатысты өзгерістерге байланысты еді. Сондықтан бұл өзгерістердің нәтижесі қоғам мүшелерінің бір бөлігін қанағаттандырмайтын тұстар да болмай қалмады. Осы кезге дейін ақпарат құралдарында еліміздің экономикалық өмірі қазақ тілінде мақсатқа сай және ізбе-із сәулеленбегендіктен де осылай болды. Әрине телеарналар мен радио жекелеген бағдарламалар шеңберінде бұл олқылықтың орнын толтыруға тырысып, газеттер мен журналдарда жекелеген жарияланымдар басылды. Бірақ күні бүгінге дейін толығымен осы тақырыпты көтеретін қазақ тіліндегі жеке ақпарат құралы болған жоқ».

Міне, енді ол «Экономика» газеті болып «Қазақ газеттері» Жауапкершілігі шектеулі серіктестігінің құрамында дүниеге келді. Тіркеу құжаттарына сәйкес ол – А3 пішіміндегі 16 беттік газет. Бірақ 2008 жылдың шілдесіне дейін газеттің 42 нөмірі 12 бетпен екі аптада бір рет жарық көрді. Тек шілде айынан бастап қана апта сайын толық көлемде шыға бастады. Ал 2009 жылдың 20 наурызынан А2 пішімінде 10 бет болып басылатын болды. Газет алғаш жарық көрген күннен бастап оның бас редакторы қызметін белгілі журналист, бірнеше шет тілдің маманы Ақас Тажутов атқарып келеді. Күн өткен сайын қалыптасып, қазақ тіліндегі экономикалық басылым ретінде еліміздің ақпарат кеңістігінен өз орнын табуға ұмтылып келе жатқан «Экономика» газетіне келешекте оның қоғамдық-мемлекеттік маңызын ескере отырып, еліміздің әкімшілік-саяси және кәсіпкерлік ортасында қолдау күшейеді деген сенім мол.

Экономикалық-іскерлік салаға арналған тағы бір басылым -соңғы жылдары жарық көрген «Қазақстан іскері» газеті. Заман талабынан туған арнайы басылымның қазақ тілді оқырманға берері бар деуге болады. Сонымен бірге «Егемен Қазақстан», «Жас алаш», «Түркістан», «Жас қазақ», «Айқын», «Алаш айнасы»,т.б.басылымдар еліміздің экономикалық тынысын жан-жақты және үзбей беріп отырады. Ал осы тақырыпқа тұрақты жазатын орыс тілді басылымдарды атайтын болсақ олар: «Панорама», «Деловая неделя», «Бизнес и власть» апталық газеттері.

**МАЗМҰНЫ:**

**Абылгазова Ж.**

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК НОВЫЕ МЕДИА.........................................................................4

**Айтбаева Б.Қ.**

ЖАҺАНДАНУ КЕЗЕҢІНДЕГІ РАДИОЖУРНАЛИСТИКАНЫҢ БАҒЫТЫ.....................7

**Алпысбаева М.**

ЭТИКА В ЖУРНАЛИСТСКОМ РАССЛЕДОВАНИИ...........................................................10

**Ақынбекова А.**

ҚАЗАҚ РАДИОСЫ БАҒДАРЛАМАЛАРЫНЫҢ ИНТЕЛЛЕКТУАЛДЫ ҰЛТ ҚАЛЫПТАСТЫРУ БАҒЫТЫНДАҒЫ ЖАҢАША ІЗДЕНІСТЕРІ......................................13

**Аренова Р.**

ҚАЗАҚ ИНТЕРНЕТІНІҢ ҚАЗІРГІ АХУАЛЫ..........................................................................17

**Ахметова М.**

КОНВЕРГЕНТТІ ЖУРНАЛИСТИКА – БОЛАШАҚТЫҢ ЖУРНАЛИСТИКАСЫ..........22

**Әлбатырұлы І.**

ТАРИХ ТОЛҚЫНЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ТАРИХЫ ҚАЛАЙ ЖАЗЫЛМАҚ?! ........................25

**Әліқожа Б.**

ПУБЛИЦИСТИКАЛЫҚ МӘТІНДЕРДЕГІ ТҮСТІҢ САЯСИ, ӘЛЕУМЕТТІК

АСТАРЫ ...........................................................................................................................................27

**Байзақова А.**

НАМАЗАЛЫ ОМАШЕВТЫҢ ҚАЗАҚ ЖУРНАЛИСТИКАСЫНА ҒАЛЫМ

РЕТІНДЕ ҚОСҚАН ҮЛЕСІ............................................................................................................29

**Болатханқызы М.**

ҰЛТТЫҚ БАҚ-ТЫҢ ҰЙЫМДАСТЫРУШЫЛЫҚ ФУНКЦИЯСЫ......................................32

**Бердіқожаева С.**

ҚАЗАҚ БАСПАСӨЗІНДЕГІ АУДАРМА МӘСЕЛЕЛЕРІНІҢ ЖАЗЫЛУЫ........................35

**Bastaubayeva A.Z.**

ENERGETICALLY STRATEGY OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN.........................37

**Досымшалова Г.**

ДӘСТҮРЛІ БАҚ ЖӘНЕ ЖАҢА МЕДИА.............................................................................39

**Данаева Н.**

ЕЛДІҢ ИНТЕЛЛЕКТУАЛДЫ ӘЛЕУЕТІ  ДАМУЫНДАҒЫ

КІТАПТЫҢ МАҢЫЗЫ....................................................................................................................45

**Досболова Г.**

ЖУРНАЛИСТІК ЗЕРТТЕУДІҢ ПАЙДА БОЛУЫ....................................................................47

**Джуматаева В.Т.**

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА СМИ.........................................51

**Есімханова А.**

ЕГЕМЕН ЕЛДІҢ ЕРКІН БАСПАСӨЗІ: ДАМУ ЗАҢДЫЛЫҚТАРЫ

МЕН АЛҒЫШАРТТАРЫ................................................................................................................57

**Жанақова М.**

РЕПОРТАЖДЫҢ АҚПАРАТТЫҚ-САРАПТАМАЛЫҚ ЖАНРЛАРМЕН

ҰҚСАСТЫҒЫ...................................................................................................................................60

**Жунисова М.**

АВТОРСКАЯ ПРОГРАММА НА СОВРЕМЕННОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ..............................64

**Картаева С.**

АҚПАРАТТЫҚ КЕҢІСТІКТЕГІ ОҢТҮСТІК ОСЕТИЯ ЖӘНЕ ГРУЗИЯ

ҚАҚТЫҒЫСЫ .................................................................................................................................66

**Кенжебаева М.**

«ҚАЗАҚ ТІЛІ» ГАЗЕТІНДЕГІ ТАҚЫРЫПТЫҚ ІЗДЕНІС...................................................72

**Кәрібаева А.Б.**

ТЕЛЕВИДЕНИЕДЕГІ ЖАҢА МЕДИА ҚОЛДАНЫСЫНЫҢ

ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ......................................................................................................................78

**Керимкулова Н.**

НОВЫЕ МЕДИА В КАЗАХСТАНСКОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ..................................................79

**Кокушева М.**

ОТАНДЫҚ БАҚ: ШЕТЕЛДІК АҚПАРАТТЫ ТАРАТУ МЕН САРАПТАУ

ҚЫЗМЕТІ..........................................................................................................................................82

**Құтымова Г.**

САНДЫҚ – АҚПАРАТТЫҚ ДӘУІРДЕГІ ТЕЛЕВИЗИЯНЫҢ ДАМУЫ............................85

**Қалихан Ж.**

ҚЫТАЙДАҒЫ ҚАЗАҚ ТІЛДІ САЙТ «СЕН ҚАЗАҚ» ...........................................................89

**Қожақова А.**

БҮГІНГІ ЖАСТАР ШЫҒАРМАШЫЛЫҒЫ ХАҚЫНДА .................................................... 92

**Құдайберген Қ.**

ӘЛЕМДЕГІ ҚАЗАҚСТАННЫҢ ИМИДЖІ........................................................................... .92

**Мун Н.**

МЕДИА НОВОГО ФОРМАТА: ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕДИАПРОДУКТА................. .96

**Мустафина А.**

ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРЕССА В КАЗАХСТАНЕ:

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ В СИСТЕМЕ СМИ ........................................................... 98

**Нәлдібекова А.**

ТЕРМИН ЖАСАУ, ОНЫ ҚАЛЫПТАСТЫРУ ҮЗДІКСІЗ ҚАДАҒАЛАУДЫ

ҚАЖЕТ ЕТЕДІ............................................................................................................................. 101

**Ормаханова Е.**

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ КАЗАХСТАНА:

ТРАНСЛЯЦИЯ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПРОГРАММ В ИНТЕРНЕТЕ ...............................105

**Петрушкова Ю.**

ВОЗМОЖНА ЛИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ НАЦИЯ В КАЗАХСТАНЕ? .......................108

**Суйнышева А.**

ЗОЛОТОЙ ЧЕЛОВЕК – САПА МЕКЕБАЕВ..........................................................................110

**Тілепберген А.**

МҰҚАБАДАҒЫ ҰЛТТЫҚ НЫШАНДАР ТӘЛІМ МЕН ТӘРБИЕНІҢ

БЕЛГІСІ...........................................................................................................................................113

**Shakeyeva B.R.**

THE KAZAKHSTANCHAIRMANSHIPTHE OIC COUNCIL OF FOREIGN MINISTERS

2011- 2012.......................................................................................................................................115

**Shamsharkhan R.**

INNOVATIONAL WAYS OF HELPING CHILDREN BY DOING THEIR HOMEWORK..................................................................................................................................117

**Ниязбекова А.**

ЭКОНОМИКАЛЫҚ ТАҚЫРЫПҚА ЖАЗАТЫН ЖУРНАЛИСТЕРГЕ

ҚОЙЫЛАТЫН ТАЛАПТАР.................................................................................................121

**Жуманова Д.Ш.**

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В ФЕЛЬЕТОНЕ НА

ПРИМЕРЕ КАЗАХСТАНСКОЙ ПЕЧАТИ.........................................................................123

**Тоқтар Ф.**

ҚАЗАҚ КӨСЕМСӨЗІНІҢ ДӘСТҮРЛІ ПРИНЦИПТЕРІ

(ХХ ғасыр басындағы кезең туралы)...................................................................................127

**Есіркенов Р.**

ЭКОНОМИКАЛЫҚ ТАҚЫРЫПТАРДЫҢ БАСПАСӨЗДЕ

ЖАЗЫЛУЫ.........................................................................................................................132

1. [↑](#footnote-ref-1)
2. [↑](#footnote-ref-2)
3. [↑](#footnote-ref-3)
4. [↑](#footnote-ref-4)