ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

Марат Барманқұлов

ТЕЛЕВИЗИЯ:  
АҚША МА, ӘЛДЕ БИЛІК ПЕ?

Алматы

2020

Баспаға әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті  
журналистика факультетінің Ғылыми кеңесі және  
Редакциялық-баспа кеңесі ұсынған

П і к і р жазған:

Қазақстан Журналистика академиясынының президенті,  
тарих ғылымдарының докторы, профессор С.Қ. Қозыбаев

Барманқұлов М. «Телевизия:ақша ма, әлде билік пе?» .Монография. Аударып, өңдеген Клара Қабылғазы. - Алматы: Қазақ университеті, 2020. - 179 6.

Монография алыс, жақын шетелдердегі, Қазақстандағы телевизиялық журналистика мәселелеріне арналған.Автор телевизиялық журналистканың жанрларына тоқталып, қазіргі көп қолданылып жүрген пішіндерді сараптайды, тың тұжырымдар жасайды.Телевизиялық бизнесте дүниежүзілік аренаға шығып отырған “Си-эн-эн” сияқты ірі компаниялардың жұмысына баға береді. Интернет жүйесінің әкелген жаңалығын сараптайды.Дәл қазіргі кезде өзекті болып отырған жарнама бизнесіне, қазақ журналистикасын көркейтудегі жарнаманың рөліне, оның жасалу жолдарына талдау жасайды.Кітап журналистерге, студенттерге, медиабизнеспен шұғылданушыларға және көпшілік оқырманға арналған. Монография өңделіп, екінші рет баспаға ұсынылып отыр. Алғашқы нұсқасы М.Барманқұловтың мерейтойы қарсаңында ,науқандық шараларға орай асығыс шығарылғандықтан олқылықтар кеткен болатын. Оқырмандардан кешірім сұрай отырып, қайтадан өңдеп, ұсындық.

**КІРІСПЕ**

Кез келген қоғам өмірін журналистикасыз елестету мүмкін емес. Ықылым замандардағы петроглифтер ақпарат таратудың бастамасы деп қарайтын болсақ журналистика бұқаралық ақпарат құралдары ретінде ұзақ ,тарихи жолдан өткен. Осы уақыт ішінде журналистика даму, қалыптасу кезеңдерін бастан кешірді. Қазақ радиосының халқына қызмет көрсеткеніне 100 жыл толғалы отырса, ел газеті «Егемен Қазақстанның» жүз жылдығы республика көлемінде аталып өтті. Яғни, ғасырдан астам елдің елдігін ойлап, халқының қамын қарастырған бұқаралық ақпарат құралдары бұқараға еңбегін ежелден сіңіріп келе жатқандығын аңғартады.

Журналистика әлеуметтік құбылыс болып отырып, барлық уақытта қоғам өміріне етене араласып, көптеген салаларда ықпал ете алды. Әлеуметтік институт ретінде халықты идеялық тәрбиелеуге, рухани әлемді байытуға ықпал етіп келеді. Журналистиканың рөлі тек ақпарат таратумен шектелмейді, насихаттың да ықпалды құралы болып саналады.

Бұқаралық ақпарат құралдарының міндеті- ақпаратты іздеп,тауып, өңдеп, аудиторияға ұсыну. Адамдар БАҚ өнімдерін тұтынған кезде әлемдегі жаңалықтарды, оқиғаларды біле отырып, сол жайлардың себептерін аңғарып, даму бағыттарын қадағалап, өзіндік ой қорытады, пікір білдіреді. «...Шешімді пресса қабылдамайды. Журналистер тек жариялайды, ақпаратты таратады. Тыңдаушының өзі сараптап, қажетін сұрыптап алады, сол арқылы ой қалыптастырады. Осындай ақпаратты алған адамдар мемлекеттік институттар жөнінде, коммерциялық ұйымдар туралы нақты шешім қабылдап, пікір қалыптастырады»,- деп жазды журналистиканың практигі әрі теоретигі М.К.Барманқұлов өзінің «Телевизия:деньги или власть» деген оқу құралында. Сондықтан да, журналистика - халықтық болып есептеледі.

Жүргізіліп отырған үкімет саясаты мен қоғам мүшелері арасындағы көпір іспетті қызметін журналистика жаратылғалы бері атқарып келе жатқаны әмбеге аян. Халыққа зияны тиетін, кесірін келтіретін құбылыстың бәрін журналистика дер кезінде көріп, айтып, жазып, көрсетіп, қоғамдық пікір туғызып отыруы қажет. «...журналистер үкіметке кедергі келтіріп жатырмыз деп ойламайтын еді. Өйткені, үкімет халыққа қызмет ету үшін құрылған, оның тілегін орындау керек. Журналистің парызы - осы көзі ашық, көңілі ояу халық жан-жақты ақпаратпен қамтамасыз етіліп, өз ойын жеткізе білсе, сол арқылы үкімет те қоғамдық пікірмен санасып отыруы. Егер сол елдің халқы не президентімен, не конгреспен бірге болмаса, онда сол елдің халқы емес, басшылығы ауысуы керек. Ал, мұндай ақпаратты тек еркін баспасөз ғана тарата алады»,- деген болатын М.К.Барманқұлов «Телевизия:деньги или власть» деген еңбегінде.

Журналистика жаңалықты қолдап, жақсылықты жақтап отырады. Журналист ақпаратты тауып, өңдеп, шығармашылықпен де айналысады. Бұған қоса өмірдегі құбылыстардың мәнін түсіне алып, нақтылықпен, ақиқатына көз жеткізіп барып, өнімін өндіріске жіберуі керек. Аудиторяның назарын аудару- БАҚ өкілінің дүниеге деген көзқарасына, позициясына байланысты. Бұл ретте жан-жақты білімділік,азаматтық тұрғыдағы көзқарас, кемшіліктерді көре алу, патриот болу, өз ісіне адал болғаны жөн. Жақсы журналист болу үшін, өз қызметін нәтижелі атқаруы үшін интеллектуалдық білім, психологиялық қасиет, творчестволық қабілет керек. Ақыл-ой, эрудицияға қоса журналистің мәдениеті, кәсіби этикасы да маңызды орын алады.

Журналистің шығармашылық өмірінде неше түрлі жайлар кездесіп жатады. Сондай халықаралық журналистер өмірінде болған оқиға аталмыш еңбекте жазылған болатын: «Си-Эн-Эннің басшылығы Америкадағы беделді журналист ретінде Берни Шоуды Мысыр елінің президенті Хусни Мүбәрәктан сұқбат алу үшін жіберген болатын. ...Тек Джон Холиман ғана Бағдатқа тура уақытында жіберілген болатын. Оқиға болған жерден тікелей ақпарат тарату еді оның қызметі. Соғыстың басталуына бірнеше күн қалғанда соғыс жайлы хабарлар бере бастауы керек еді. Оған да күрделі тапсырма берілген. Ол Бағдатта аса қауіпті жағдай болғанша қалуы керек-ті.Үш журналист те соғыс уақытында қауіпсіз аймаққа кетпей, атыс-шабыс ортасынан репортаждар жіберіп тұрды».

Осылайша журналистік мамандықты таңдағаннан кейін, сол жолда принципті түрде, қайсарлықпен өз міндетін күш-қайратын салып орындауы керек екенін шетелдік журналистика мысалдарымен түсіндірілген болатын. БАҚ технологиясы дамуы арқасында елдік журналистиканың көктеп, көгеретінін де осы еңбекте айтып кеткен еді журналист, ғалым,ұстаз М.Барманқұлов.

**Қазақстандық және әлемдік журналистика мәселелері**

ҒАЛАМШАРЛЫҚ АҚПАРАТ

Әлемдік ақпараттық телеарналарға жататын бірнеше арналар бар. Олар - Би-Би-Си мен Си-Эн-Эн. *CNN*  *(Cable News Network* )— кабельді жаңалықтар жүйесі. 1980 жылы 1 маусымда [Тед Тёрнер](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D1%91%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%80,_%D0%A2%D0%B5%D0%B4) ұйымдастырған еді.[Turner Broadcasting System](https://en.wikipedia.org/wiki/Turner_Broadcasting_System) компаниясының [Time Warner](https://ru.wikipedia.org/wiki/Time_Warner) (Тайм Уорнер) басқаратын бөлімшесі болатын. *CNN* компаниясы 24-сағаттық жаңалық тарату концепциясын әлемде бірінші болып ұсынған. 2005 ж. 1-маусымындағы деректер бойынша *CNN*  14 әр түрлі кабельдік және спутниктік каналдарды, екі радиостанцияны, алты интернет-сайттарды және 37 шетелдік бюроларды басқарып тұрды , әлемнің 212 елінде хабар таратты.

*CNN* АҚШ тағы бірінші халықаралық жаңалықтар қызметі болғанымен «[Би-би-си](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B8-%D0%B1%D0%B8-%D1%81%D0%B8)»-ден ([*BBC World News*](https://ru.wikipedia.org/wiki/BBC_World_News)*)* аудиториясы бір жарым есеге аз, яғни , Би-Би-Сидің аудиториясы 277,6 млн. Себебі - *BBC World* көптеген танымал спутниктер үшін ашық, ал *CNN* негізінен кодталған.

1996 жылдың жазында бұлардың қатарына Билл Гейтстің интернет арқылы таралатын ақпараттық жүйесі қосылды. Әрине, бұл ретте бізді бұл арналардың Қазақстанмен қаншалықты байланысы бар екені қызықтырады.

СИ-ЭН-ЭН ҚАЗАҚСТАНДА...

...Әзірге бұл арна жеке бағдарлама дәрежесіне жете қоймаған. Мысалға, Пәкістан мен Біріккен Араб Эмиратын келтіруге болады. Бұл елдердегі кез келген теледидар Атлант мұхитынан хабарларды тікелей көрсете алады. Си-Эн-Эн әлемнің қай бұрышынан болмасын, өзекті деген бейнедеректерді береді. Бұл америкалық бағдарламаның дикторлары мен жүргізушілері тек қана ақ нәсілден еместігін, ақпараттарды қара нәсілділер, латын-американдықтар, үнділіктер де жүргізетінін олар азиялық мемлекеттерге дәлелдеуде.

Тіпті Сн-Эн-Энмен бәсекеге түскен Би-Би-Си ақпараттық блогы да журналистерін азиялықтардан қабылдайды. Осы ерекшелігі арқылы олар Мәскеу ақпараттық блоктарына қарағанда неғұрлым демократиялық кейіпте болды.

Би-Би-Си тәулік бойы берілетін бағдарламаға жатпайды. Әйтсе де оның ақпараттық шығарылымы әжептәуір салмақты және Еуропа, Азия мен Солтүстік Африка елдерінің тақырыптарына жақын бейнеқатарлармен қамтамасыз етілген. Әйтсе де, Би-Би-Сиді Қазақстанда тікелей көру мүмкін болмай отыр. Мұның себебін елімізде ағылшын тілінің кең таралмағанымен байланыстыруға болады.

Ислам телевизиялық академиясына Қазақстан, Қырғызстан, Тәжікстаннан келген журналистердің ешқайсысы ағылшын тілін білмейтін болып шықты. Сол себепті аудиториямен байланысу үшін жедел түрде ағылшын тілінің курсын оқуға мәжбүрлік туындады. Біз қонақүйдегі бағдарламаларды қарай отырып, бейнетілдің

түсінікті екенін аңғардық. Сонымен қатар, Оңтүстік Азия елдеріндегі ауа-райы болжамын көрсету кезінде жер шары картасының жоғарғы жағынан көрінген «Алматы» деген жазу көзімізге оттай басылды.

Қазақстан эфирінде тікелей жүрмегенімен, Си-Эн-Эннің кейбір ақпараттары іріктеліп, орыс тіліне аударылып беріліп отырады. Мысалы, КТК телеарнасынан әрбір жұма сайын 21.00-де «Тек КТК-да СNN-нің әлемдік жаңалықтары” деп берілетін.

“Хабар” агентгігі Си-Эн-Энмен тығыз байланыста. “Хабар” Си-Эн-Энің хабарларын қазақ және орыс тілдеріне аударып беруге келісім-шартқа қол қойған. “Аргументы и факты” (1996 жыл, №4) газетінде берілген сұқбатында “Хабар” агенттігінің менеджері Александр Шухов былай дейді: “Осы кезге дейін халықаралық ақпарат үшін Ресей БАҚ-тарына тәуелді болып келген қазақстандық телеарналарға енді дара республикалық ақпараттық кеңістікке жол ашылды. ҚР эфирінде Си-Эн-Эн-нің тақырыптық бағдарламалары беріле бастады. Би-Би-Симен “Кино, кино, кино” сияқты күнделікті көрсетілетін бағдарлама мен «Музыка жаңалықтары», сондай-ақ мультфильмдер мен хайуанаттар туралы деректі фильмдерді көрсетуге келісімге қол жеткізілді.

СИ-ЭН-ЭН САТЫЛДЫ!

Қандайда бір телехабардың атына авторлық құқық алу- оңай-оспақ нәрсе емес, миллиондаған ақша тұратын мәселе. Тіпті миллиардтаған деуге болады. Жеті миллард доллар үшін Си-Эн-Эн өзге компаниямен қосылған. Бұл оқиға жөнінде 1995 жылдың қыркүйек айында хабарланған.

Екі алып атанған американдық телевидение - “Тайм Уорнердің” төрағасы Левин мен Си-Эн-Эннің иесі Тед Тернер екеуі бірігіп,”Ти-Би-Эсті” сатып алып, екеуі әлемдегі ең үлкен телекорпорацияға айналдырды.

Бұдан сол ертерек уақытта “Уолт Дисней компани» беделді деген үш америкалық каналдардың бірі саналатын Эй-Би-Сиді сатып алған. Осындай алып Эй-Би-Си арнасын иемденгісі келген жапондықтар “Уолт Дисней компаниға» 13 миллиард доллар құйған.

ТЕЛЕВИЗИЯНЫҢ ЖӘНЕ КОМПЬЮТЕРДІҢ СИМБИОЗЫ

“Тек ақпарат”, “тоқтаусыз ақпарат”, “нон- стоп ақпарат” және “тәулік бойғы ақпарат” деп жіктелген нұсқалар өзінің өміршеңдігін көрсетіп қана қоймай, одан әрі жетілдіруге, дамыта түсуге деген қызығушылықты оятты.Симбиоз- грек тілінен аударғанда symbiosis — бірге тұрушылық — әр түрлі екі немесе бірнеше организмдердің тұрақты бірге тіршілік етуі деген мағынаны білдіреді.

Миллиардер Билл Гейтс Си-Эн-Энге “солшылдық бағытпен жүрді” деген айып тағып, енді бәсекелес тәуліктік ақпараттық жаңалықтар бағдарламасын ашатынын мәлімдеді. Бұл мәлімдеме наурыз айында айтылып, сол 1996 жылдың шілдесінде Эй-Би-Си телекомпаниясы мен Билл Гейтс компаниясының ұйымдастыруымен жаңа тәуліктік жаңалықтар арнасы телеэфирге шықты.

Байқап отырғанымыздай, екі ірі , тәуліктік бағдарламалар негізінде жалпы халықтық Эн-Би-Си телекомпаниясы дүниеге келген. Ол Си-Эн-Эн мен “Уолт Дисней” компаниясымен бірігіп отыр. Гейтстің тәуліктік ақпараттық бағдарламасының негізіне айналған. Си-Эн-Эн +Би-Би-Си +”Уолт Дисней”+Гейтс (Интернетпен тығыз байланысты Майкрософтың иесі) телеақпарат аумағындағы үлкен монополияның пайда болуын жасыру мақсатында бәсекелестік жөнінде мәлімдеме таратқан болуы керек. Әрине, мұндай “жұдырықтай жұмылған” бірігу әлемдегінің бәрін қиратып жіберуі болжалды.Сондай-ақ, 16 миллиард жапондықтар мықты дивидент алып қана қоймай, бәрін қирататын ақпарат ағынына әсер етуі де мүмкін.

Не десек те, тек журналистік ақпарат қана математиканы тірілте алады. Журналистер мәтінді теріп, өздері өңдейтін дәрежеге жеткен кезде электронды есептеуіш компьютерлердің екінші тынысы ашылды. Кейіннен ЭВМ принтер көмегімен қағазға басып шығаратын болды. Содан соң сканердің көмегімен суреттерді, фотографияларды пайдалануға қол жетті. Баспахана үшін компьютердің мүмкіндігі зор болды,қаріптердің сан түріне қол жетті. Латыннан кириллицаға, одан қазақшаға бір сәтте аударатын болды. Газеттің сан түрлі макетін, беттеуді жасап, аса жылдамдықпен басып, әртүрлі пішінде шығаруға компьютер мүмкіндік берді. Баспа қыметі арзандай түсті. Тіпті түрлі-түсті газет шығаруға мүмкіндік молайды.Компьютерлік түс баспаханалық түске қарағанда сапалы еді. Магнитті фотоаппараттар компьютерге жалғанып,сонан соң қағазға басылатын жағдайға жетті.Түрлі-түсті фильмдерді компьютерде арнайы эффектлер қосу арқылы монтаждау, ақ –қара кадрларды түрлі түстіге айналдыру сияқты ғажайыптардың бәрі орындалатын болды. Бірақ , компьютерлік жүйенің баспахана машиналарының жылдамдығы мен арзандығы жағынан артта қалып отырғаны шындық. Ал, шағын көлемдегі баспа өнімдері үшін компьтердің ыңғайлылығы сонша, минибаспалар көбеюде.

Б.Гейтс «Майкрософт» деп аталатын алыпты ұсынып, әлем MS –NDC –ге тәуелді болды, яғни MS – «Майкрософт» , ал, NDC- ұлттық кең көлемде хабар таратушы корпорация.

-Біз бұрын адамдарды компьютерге жақындататын бағдарламалар шығарсақ, енді Эн-Би-Си арқылы жаңалықтар мен компьютерлік технологияны біріктіріп отырмыз. «Майкрософтың» технологиясы мен Эн-Би-Сидің ақпараттық мүмкіндіктері жаңалық таратудың теңдесі жоқ үлгісі,- дейді Гейтс.( Жигалкин Ю. «Деловая неделя»,26 шілде, 1996 ж.)

Компьютердің интернет жүйесімен, телевидениемен бірігуі жүзеге асты. Елдің ақпараттану процесі ұлғая түсті, алайда интернет арзан дүние емес қой...

Интернет және Қазақстан

Қазақстанда интернет қаншалықты қолжетімді? Әзірше, әлсіздеу деңгейде. 1996 ж. 26 маусымда Алматы мектептеріне компьютерлер мен модемдер құрылғылары қойыла бастады. Қазақстандағы Сорос аймақтық қорының қолдауымен алғашқы 15 мектеп технологияға қол жеткізді. Бірнеше облыс орталықтарында «Интернет және электронды пошта» деп аталатын дәрістер өткізіліп, жаңа жүйені меңгеруге үлес қосты. Осылайша интернет арқылы әлеммен байланысуға ел мүмкіндік алды. Сорос-Қазақстан қоры электронды мекен-жайға тіркелу қаржысын мойнына алды, сондай-ақ, “Онлайн" жүйесі бойынша әрбір мектепте халықаралық телефонмсн сөйлесу тарифін өтеуге уәде берілді.

Бұл бағдарламаның басты мақсаты — интернеттің не екенін оқушыларға түсіндіру, сол арқылы кез келген ақпаратты жедел алуға, электронды хат жазуға, Қазақстан жөнінде өзге елдерге ақпарат беру, өзге де мектептерде де осындай іске жол ашу негізінде болып отыр. Алматыдағы 17 мектеп интернетпен жұмыс істелген. Бұған қоса 16 астаналық мектеп электронды пошта адрестерін алған болатын.

Тәулік бойы жүріп жатқан Гейтстің телеақпараттары бір орталыққа бағындырылған. Осы ретте тағы бірнеше сауал туындайды: “сонда интернет жүйесінде ақпарат алуға қиындық туындамай ма?”, «ұзақ уақыт ақпарат алу төлейтін ақшаны көбейте түспей ме?», «журналистік ақпарат компьютерлік операцияларды бұзбай ма?».

Бірақ бұл техника мен экономиканың мәселесі. Жеке тұлғалық ақпарат пен жалпы ақпараттың бірігуі - жақсы жайт. Оның үстіне Гейтстің нон-стоп (ағылшынша non stop –тоқтаусыз деген мағына береді) ақпараттары маңызды деген жаңалықтардың қай салада болмасын, мәселен, ғылым, экономика, шаруашылық т.б. қорытындылап отырады. Бұл ақпараттар мақсатты , арнайы дайындықтары бар аудиторияға ұсынылады. Бұлар қарапайым көрермендерді жалықтырып жіберуі де мүмкін, бірақ компьютершілер аудиториясы үшін қызықты болып қала береді.

Интернет жүйесінің өркендеуі мен Си-Эн-Эннің спутниктік антенна арқылы іске қосылуы тек Соросты ғана емес, ЮНЕСКО-ны да қызықтырып отырғаны рас. Осы және өзге де қорлар бүгінде мектептер мен жоғары оқу орындарында, денсаулық пен мәденист орталықтарында интернетті қолданысқа енгізіп отыр.

Себептері қандай?

Біріншіден, әлемде ақпараттық жүйе қарқынды жұмыс атқарып жатқанда бұл жүйені біреу Қазақстанға әкелуі тиіс еді.

Екіншіден, интернет әлеммен еркін ақпараттық байланыс орнатуға мүмкіндік беріп, мәліметтер базасына қол жетеді.

Үшіншіден, ақпаратты алғаннан кейін, оны тарату қажет. Қазақстанның ғаламдық ақпараттар жүйесіне қосылуы ғылымдағы т.б. жетістіктерді еркін айналымға қосып және алмаса алуы болып табылады.

“Предприимчивая благотворительность Фонда Сороса” мақаласында (“Деловая неделя”, 28 маусым, 1996 жыл) Дәулет Тынбаев дәл осындай үрдістер өзге де республикада болып жатқанын алға тартады. «Қор бастамасымен мұндай кәсіпорындар Ресейдің төрт қаласында жұмыс атқаруда, олардың ішінде Новосибирск сияқты ірі орталық та бар»,- деп көрсетеді.

Жалпы, Ресейде осындай 32 орталық ашу мәселесі көтеріліп, Ресей ұлттық университеттері жүйесін құрып, 200000 студентті әлемдегі мыңдаған компьютерді байланыстырып отырған интернет жүйесіне қосу жоспарланған. Сорос қоры орталықтың ашылуына кететін шығынды өтесе, Ресей үкіметі оларды қалааралық байланыс каналымен қамтамасыз ететін болады.

Интернетке қосылу жүйесі Қазақ Ұлттық Университетінің ЮНЕСКО ашқан телевидение және радио кафедрасында іске қосылған . Бұл ретте, интернеттен уақыт пен каналды алу ғана маңызды емес, сонымен қатар, журналистика саласындағы тың ақпараттармен сусындау аса қажет. Оның үстіне, интернет арқылы АҚШ пен өзге елдердің университеттерімен байланысуға мүмкіндік мол.

ИНТЕРНЕТ ЖӘНЕ СӨЗ БОСТАНДЫҒЫ

Әлбетте, интернет болсын, Гейтстің тәуліктік бағдарламалары болсын, Си-Эн-Энің параболикалық антеннасы болсын ашық қоғам құру үшін арналған. Кезінде ата-аналары Алматыда тұрған, Сорос-Қазақстан қорының атқарушы директоры Джордж Зарубин “бұл үрдіс әлем халықтарының еркін ақпарат алмасып, Қазақстандағы оқиғалардан дүние жүзін хабардар етудің бірден-бір тиімді құралы” деп есептейді. Дегенмен, мұндай Ресей мен Қазақстанда интернет орталықтарын ашудағы қайырымдылық әрекет көбінесе күдік туғызады.

Осыдаи кейін инвестициялық қор активі 16 миллиард долларды құрайтын Соростың әйгілі қаржыгеріне былай сұрақ қойылады: “Ресейді интернет жүйесімен матап тастады деп сіздерді айыптау мүмкін емес пе? Сондай айыпталудан қорықпайсыздар ма?”

-Өзімді кінәлі ретінде мойындаймын,-деп жауап берді Сорос, - өйткені, расымен де, Ресейді бүкіләлемдік ақпарат жүйесімен байланыстырып, сол арқылы жабық, шектеулі қоғамдағы ақиқаттан алшақтауына кедергі келтіру негізгі мақсат болып табылады. Ресейде бүл идеяны жеке шаруасына араласу деп бағалайтындар бар. Ол адамдар қателеседі және ақылсыздық танытып отыр, өйткені, интернетке ешкім ешкімді зорлап кіргізбейді. Ондай міндет ешкімге жүктелмеген. Мәселе ресейліктерге әлемнің есігін ашуда тұр».

Әйтсе де, Ресейде Соросты айыптап жазған бірнеше материал жарық көрген. Айтпақшы, сіздер Сорос капиталының, Гейтс пен жапондықтардың Эн-Би-Сиге қаржыны бірдей, 16 миллиардтан құйғанын аңғардыңыздар ма? Барлығының жиынтығын қосып есептегенде, жалпы көлемі 50 миллиард долларды құрайтын информациялық «жұдырық» байқалады. Қысқасы, интернет жүйесінің “Үй парағы” деп аталатын сайты еркін болғандығының бір дәлелі, онда қайшы пікірдегі материалды жариялауға тосқауыл жоқ. Мысалға, Оңтүстік кореялықтар Солгүстік Корея ақпараттарының интернет жүйесінде шығатынына алаңдаушылық танытты. Сеулдік үкімет осы “отбасылық бетті” қалай тоқтатарын білмей, дағдаруда. Бұл кәдімгі, отбасылық экран деп түсіндірілгенімен Солтүстік Кореяны насихаттауға апаруы мүмкін. Солгүстік Кореяның көшбасшысы Ким Чен Ирді мадақтайтын ұрандар насихатталуы ғажап емес. Ғаламдық жүйеге Кореяның Еңбек партиясының органы “Нодон синмун” газетінен мақала беріліп тұруы т.б. жайлар сеулдіктерді алаңдатқан болатын.

Ал, интернетті жасаушылар кез келген тыйымға қарсы. Жаңағы Корей газетінің мақалаларын шектеуге де қарсы. Әлденеге бағытталған материалдарды шектеуге де қарсы. Интернетте н тыйым салынған кітаптарды алып тастауға да қарсы. Сыни, қайшылықты бағыттағы материалдарға тыйым салу жөніндегі заңды АҚШ-тың соты жоққа шығарып, интернет жүйесі де басқа ақпарат құралдары сияқты сөз бостандығын қолдануына кепілдік берілуі керектігін дәлелдеп берді. Интернет жалпы қоғамдық ашық пікір алмасу орны ретінде қала беретінін және адамдар пікірі үкіметтің араласуынан қорғалатынын қадап көрсетті.

Интернет жүйесін банкті компьютер арқылы тонайтындар да пайдалана алады. Мәселен, Санкт- Петербургтағы бір “талант” шетелдегі әлдебір банктегі қаржыны өзіне қажетті кодқа, есеп шотына аударып алған. Ол ол ма, 1995 жылы Пентагонның компьютерлік жүйесін бұзбақ болған 250 мың рет әрекет жасалғаны анықталған. Әрине, әңгіме Пентагонның интернетке қосылушыларға кандай ақпарат беретінінде емес, АҚШ-тың Әскери министрлігіндегі жасырын кодталған, құпия ақпараттарды алуға келіп тіреледі.

Бұдан Пентагон мен банктер интернетті жабуды көздеп отыр ма? Жоқ. Бірақ, олар уақыт өткен сайын керісінше жабық жүйедегі құпияны ашуға жол бермейтін тәсілдер үшін одан да көп күш салып, қаржы құюда. Мысалға, 1996 жылы компьютерлік қауіпсіздікті сақтауға 25 пайыздан артық қаржы бөлінген.

Шыны керек, АҚШ-тан Парижге бағыт алған ұшақ жарылғаннан соң, Атлантадағы олимпия ойындары кезінде бомбаның жарылуынан кейін түрлі елдердегі интернетті террористердің пайдалануына жол бермеу жөнінде мәселе туындаған. Бұл мәселе президенттер деңгейінде қарастырылған. Террористер бір-біріне ақпарат беру үшін интернетті пайдаланады, тіпті жарылғыш құралдарды қалай жасау керектігі туралы сызбалар да берілетіндігі белгілі болған. Әлемде болып жатқан түрлі-түсті революциялардың бәрі интернет арқылы ұйымдастырылғаны бүгінде белгілі болып отыр.Бұған тыйым салуды жүзеге асыру күрделі процесс.

Қиындық басқада. Тыйым жүзеге асты дейік, бәрібір әлгі сызбалардың басқа ақпарат көздерінен табылатыны сөзсіз. Тыйымның орнына олардың жазбаларын бақылап отыруға болады. Онда, шпиондық әрекет ғаламды қамтып кетеді ғой...

Ең бастысы, дәл қазіргі таңда интернет тіпті тыйым салынған түрде болсын, ақпаратты еркін алу мүмкіндігімен қуантып отырғанын жасырмау керек. Мағжан Жұмабаевтың кітаптары оны қудалау кезінде өртеніп кеткен делік. Бірақ,

оның шығармалары Стамбул қаласында сақталған. Әрине, сіз интернет арқылы әлгі кітапты оқи аласыз. Қазан, Уфа, Ташкент қалаларында Мағжанды Қазақстанда тануға тыйым салынған кезде мойындаған. Отбасылық бет «home page»-ге кіріп, ол жайлы білуге болады. Мағжан кезінде Брюсовтың шәкірті болған. Үйде отырып-ақ, экраннан Брюсовтың күнделігін оқып, Мағжан туралы мәліметтерді біліп отыра аласыз. Ақыр аяғы, қажетгі ақпаратты басты каталогтан қарауға мүмкіндік мол. Библиография жасау мақсатында Мағжанды әлем каталогынан іздесеңіз, мол мағлұмат табылады.

Интернеттің дәл осы ашықтығы қуантады. Сиымдылығы үлкен компьютері бар, интернеттегі дүниежүзілік жүйемен байланысқан, клиенттердің саны миллиондап болса, онда ол кезінде шу көтерген, Франсуа Миттеранның (Францияның президенті болған адам)жеке дәрігері жазған “Большой секрет" кітабымен таныса алады. “Бұған “интернетті басқару жоқ”, «тыйым салынған кітапты компьютерлік дисплеймен бересіздер” деген «Труд» (20 ақпан, 1996 жыл) газетінде шыққан мақаласында Вячеслав Прокофьев дәлелдеп,сендіреді.

Француз президенті қатерлі ісік ауруымен ауырған екен, оның көңілдестері болыпты, ал кейбірінен балалары да болса керек. Миттеранның жақын туыстарының талап етуімен кітапқа арест салынған.

Оны әділеттік пен моральдың салтанат құруы деп атаудан аулақпыз, әйтсе де жаңа технолологияның мықты жетістігі екенін жасырмау керек. Безансон қаласының Филипп Барбро есімді тұрғыны “Кибернетикалық веб кафе” деген мекеме ашқан екен. Бұл кафеде электронды техникаларды жақсы көретіндерге әлемдік жүйемен байланысы бар компьютерлерге отыруға жағдай жасалған. Кітап төңірегіндегі шу кезінде кафе иесіне “неге мен оны интернетке кіргізбеймін” деген ой келген. “Большой секрет” кітабын сканерден өткізудің өзіне бірнеше күн кеткен, содан кейін электронды поштамен жаһандық жүйеге енгізіп жіберген.Заңгерлер кафе иесіне ештеңе істей алмайды, өйткені заңда мұндай жайттар жөнінде бір сөз де айтылмаған.«Авторлық қүқықты бұздың» деп баспагерлер де дау шығара алмайды. Себебі, электронды поштамен байланысу тегін.

Егер тіпті Францияда кітапқа қарсылық бола қалған жағдайда оның электронды сервері интернет арналармен басқа елдерге

тарап кетеді. Мысалы, Парагвайдың немесе Литваның серверіне ешкім қол сұға алмайды, кітаптың таралуына кедергі келтіруге мүмкіндік жоқ. Яғни, ғылыми-техникалық прогресс, тіпті құқық қорғаушыларды да артта қалдырды.

Телевидениегс келсек, интернет арқылы тікелей эфирден тәулік бойы жүретін Билл Гейтстің бағдарламасы да осы жүйеге, дәлірек айтсақ, сөз бостандығы мәселесіне әкеле жатыр.

Бұл демек, интернеттің ұстанымын күшейте түседі деген сөз. Бірақ, оның күшеюі Тед Тернердің Си-Эн-Энін жеңуге мүмкіндік бере қояр ма екен? Миллиондаған компьютершілер Гейтстің ақпараттық сараптамаларын қарайды. Бірақ, Тернердің телекөрермендері интернетке қосыла қоя ма екен, оның үстіне арнайы ақы төлеу керек болғанда. Қандай шешім шығаруға болады? Әлбетте, Си- Эн-Эн де, Би-Би-Си де интернет жүйесі арқылы берілетін тәуліктік телеақпараттар да ақпаратгық монополияны бұза ала ма? Солардың арқасында Қазақстан пікір алуандылығына ие болып, нақты, альтернативті ақпарат алуға қол жеткізіп отыр.

Жаңа технологиялар - параболлистикалық антеннамен спутниктік ақпарат алуға қосылу, интернет жүйесі - ол сөз бостандығы ұғымының кең көрінісі. Соның ішінде батыстың құндылығы болып тұрған, ағылшын тілін таратуды көздеп отырғанын аңғармау мүмкін емес. Ағылшын тілінде ағылған ақпарат ағыны сөз жоқ, қандай бұлақ болмасын, арнасын бұзып, кері бағытқа ағызып әкететіні рас. Олай болса, бұдан шығар жол бар ма? Ондаған жылдардан кейін жаңа технологияны меңгергендердің арасында емес, өз жүйемізді дамытуымыз қажет.Осы жүйелерге Қазақстан жайлы ақпараттар дайындаумен айналысу керек. Қандай ақпарат болмасын, тек қана Қазақстанға арналмай, бүкіл жер шарына таралатындай болуына ұмтылсақ қана ойлағанымыз жүзеге аспақ.

Қалай да болмасын, ең бірінші рет тәулік бойы берілетін телеақпараттармен әлемге шығып, “нон-стоп ақпарат, хэдлайн- ньюс пен ньюс-интернейшнл” түсінігін қалыптастырған Тед Тернердің табысқа жету құпиясын меңгеруге, оқып-үйренуге тура келеді.

**СИ-ЭН-ЭН - кәсіби біліктілік шыңы**

Әлем жаңалықтарынан хабардар болу үшін телекөрерменге белгілі бір уақытты күтіп отырудың қажет жоқ. Оған тек Си-Эн- Энді қосса болғаны. Бізге әлемдік жаңалықтардан хабардар болу үшін “Хабар”, “Вести” бағдарламаларын, эфирден біресе алып тастайтын, біресе қосатын Невзоровтың “Дни” хабарын, НТВ-дағы “Сегодняны” күтіп отыруымыз керек.Ал, Си-Эн-Эн ертеңгісін де, кешке де, түнде де жаңалықтар блогын қосып қояды. Жаңалық бар ма? Оны Си-Эн-Эн көрсетеді. Си-Эн-Энді қосып қалсаң, жаңалық болып жатады. Маңызды оқиғалар тура сол болған уақыттан бастап жүреді. Яғни тікелей жүргізіледі.

СИ-ЭН-ЭНДІ ПРЕЗИДЕНТТЕР КӨРЕДІ

Си-Эн-Эннің тәулітік бағдарламалары өте жедел көрсетілетін болғандықтан, оны өз кабинетінде отырып Билл Клинтон, Фидель Кастро, Гельмут Коль секілді танымал адамдар көрген екен. Қазіргі мемлекет басшылары да сол дәстүрді жалғастыруда.Қандай шетелдік бағдарлама жасаушылар батылдыққа барып, Қызыл алаңнан тікелей эфир жүргізе алады? Тек Си-Эн-Эн ғана алаңға өздерінің партикабельдерін орналастырып, тікелей репортаж жүргізіп, сұқбат жасауға келісім алған. Тележүйенің баспасөзбен байланыс жөніндегі бөлімінің басшысы Стивен Хоуорт Си-Эн-Энге байланысты басқа парадокс жөнінде әңгімеледі: «Көптеген мемлекеттер басшылары өзге елдердің көшбасшыларымен Си-Эн-Эн арқылы байланысқа түседі. Және бұл байланыс дипломатиялық каналдар қызметінен де жылдам».

Америкалықтардың Панамаға 1989 жылғы желтоқсанда басып кіріп, диктатор Мануэль Норьегидің билігін құлатқан оқиғасын ол еске алады: - Мәскеудің шетелдермен байланыс жөніндегі министрлігі Америка елшілігінен бұрын бұл акцияға қарсылығы жөнінде Си-Эн-Энге мәлімдеме жасаған. Өйткені, бұл жолдау бірден тікелей эфирден берілгендіктен, дипломаттар хабарлап болғанша, АҚІІІ президенті бұл хабарды олардан бұрын естіп алған.

Тағы бір маңызды фактор: Ресейдің бұл ұстанымы туралы бүкіл әлем хабардар болды. Және халықаралық қоғамның пікірін Мәскеудің ойымен қосып қарау керек болды. Си-Эн- Эннің басшылары өздерінің телеарналарына дүниежүзілік басшылардың назарын аударғылары келгенін айтты. Олардың айтуынша «әлемдегі өзгермелі өмірге өз үлестерін қосу, өзгерту немесе төңкеріс жасау емес, телекомпания тек бақылаушы ғана» . Не десе де, олар Америка Құрама Штатындағы және әлемдегі тележурналистиканың бағдарын түбірімен өзгерткені ақиқат. “Нью- Йорк Таймс” газетінің айтуынша, Ақ үйдегі ең жиі қолданылатын сөз “Си-Эн-Эн” болып отыр. Басқа да мемлекеттерде де бұл түсінік сондай табыспен қолданылуда. Оның ішінде Мәскеу де бар. Мәскеудегі парламент үйін танкілер атқылағанды және Парсы шығанағында болған оқиғаларды көрсеткен Си-Эн-Эннің репортаждары барлық репортаждардың негізі болды десек артық айтқандық емес. Тіпті 1996 жылы Атлантадағы олимпиялық ойындар кезінде жарылыс туралы хабарлап, түнгі үште Клинтонды оятқан. Ол түнімен нұсқаулар беріп, бүкіл оқиғаны телевизия арқылы бақылап отырғанын кейіннен мойындаған екен.

Енді тағы да президенттердің осы арнаға деген қызығушылығына келсек.

Президент қайда? - деп сұрайды журналистер, Ақ үйдің баспасөз хатшысы Марлин Фицуотерден. Бұл кезде Ауғанстандағы соғыс жайлы ешқандай ақпарат болмаған, бірақ Бағдатты бомбалау сәтін, соғыстың алғашқы минуттарын миллиондаған телекөрермендер көріп қойған болатын.

Си-Эн-Энді көріп отыр, - деген жауап болды.

Ал БҰҰ-ның бас хатшысы бұл жаңалықгы тікелей Буштың аузынан емес, Си-Эн-Эннен естігеніне реніш білдірген. Екі апта ішінде Си-Эн-Эн бір рет қана емес, бірнеше рет кәсіби біліктіліктің шыңына шыққанын танытқан., Си-Эн-Эннің батыстық бір журналисі Питер Арнет Бағдатта қалып қойып, бір жарым сағатқа созылған сұқбатты Саддам Хусейннің өзінен алғаны журналистика тарихындағы ерекше оқиға болатын. Бұл кезде Си-Эн-Эн дүниежүзшік телевизиялық олимпте шарықтау шегіне жетіп тұрған. Би-Би-Симен бәсекелестік болса да, тіпті тәулік бойы жүріп тұратын Билл Гейтстің Интернет жүйесі болса да Си-Эн-Эн кәсібилік кемеліне жеткені, тіпті асып тұрғаны ақиқат.

ЖЕДЕЛДІК ЖӘНЕ ТЕК ЖЕДЕЛДІК

Парсы шығанағындағы соғыс кезіндс Си-Эн-Эннің үш қызметкері Бағдаттағы «Эр-Рашид» қонақүйінің тоғызыншы қабатында болған.

Соғыстың басталғаны туралы хабарды әлемнің барлық телеарналары берді. Эй-Би-Си дәл осы сәтте кешкі жаңалықтар жүріп жатқандықтан, бұл ақпаратты Си-Эн-Энге қарағанда бір минут ерте берген. Ақпарат Бағдатқа Си- Эн-Эн есептегеннен сәл ертерек жеткен.

Оның есесіне Си-Эн-Эннің қызметкерлері Бағдатта болып жатқан жайттың толық көрінісін, дәлірек айтқанда снарядтардың жарылып, пулеметтердің атылып, артиллерия дүмпуінің қалай соққы беріп жатқанын анық көрсетті.

Осыдан кейін Эй-Би-Си репортерлері бомбадан жасырынатын орынға тығылады. Ал, Си-Эн-Эннің қызметкерлері бұйрыққа бағынбай, тығылып эфирде қалды. Бұл нағыз жүректілердің ісі еді. Мейманхананың қызметкерлері өздерін байқап қоймауы үшін оқиғаны жатқан күйі бақылайды. Егер тәртіп сақшылары көріп қойып, қуғандай болса, екеуі кетіп, біреуі тығылып қалып, бәрібір соғыстың шындығын көрсету үшін репортажды жалғастыруға келіскен болатын. Олардың дәл осы кездегі ерліктері Си-Эн-Эннің өміріндегі және әлемдік тележурналистикадағы ұлы кезеңдер болды. Шешуші сәтте журналистер өз істеріне адал, әрі берік екенін танытты. Нәтижесінде АҚШ-тың жалпы халықтық үш жүйесінің бірі Эй-Би-Си Си-Эн-Эннен өздерінің хабарлары үшін сюжеттер, кадрлар алуға мәжбүр болды. Әлемнің өзге елдерінің телекомпаниялары да кадрлар алуға тілек білдірді. Соның ішінде, сол кездегі Мәскеудің мемлекттік телерадиолары да қызығушылық танытты. Оқиғаның маңызды болғаны сондай, “Время” бағдарламасы Си-Эн-Эннен алған бағдарламаларын қайта-қайта көрсете берді. Тек бір ғана сюжетті емес, тұтастай оқиғаның өрбуін “Шығанақтағы соғыс” деген ағылшынша жазылған заставканы қойып, интершулармен, дикторлардың бейнелерін, кадр арасындағы солардың сөздерімен бүкіл антуражды (айналадағы көрініс) беріп отырды.

Қазіргі кезде Си-Эн-Эннің сол әрекетін америкалық насихат үшін ақпаратты таратты деген әңгіме бола бастады. Кейбір деректер, экрандағы сюжеттер қарсыластарға көмек болып кете жаздады дейді кейбіреулер.Кім біледі, бәлкім солай да болған шығар. Не десе де, сол тележурналистер жедел және шынайы ақпарат таратудың үлгісін көрсете алды.

Жеделдік. Бірде Си-Эн-Эн қызметкерлерінен “ақыр заманды көрсете алар ма едіңдер?” деген сауал сұралады. “Әрине. Әуелі ақырзаманды хабарлаймыз да, сосын бәріміз бірге өлеміз” деп жауап берді олар.

Өзін АҚШ Ливияға соғыс ашқанда Си-Эн-Эн тағы да көрсете алды. Оның бағдарламаларының рейтингі жоғарылап, әлем көре бастады. Репортаждар оқиғаның нақты ортасынан жүрді. Қанға боялған адамдар, АҚШ саясатының нәтижесі, сондай-ақ оның қару-жарағы жөнінде толық көрсетіліп жатты. Алып деген мемлекеттің жеңілгендерге аяушылық жасағандай күдікті деген объектілерге ғана бомба тастауы, АҚШ-қа қарсы Ливияның терроризмі мен АҚШ ұшқыштарының ерліктері сөз болды. Терроризм үшін айыптап, Ирак пен Ливияны алаңсыз бомбаның астына алу, Куба мен Иранның жұртшылығына азық пен дәрі-дәрмекті тіпті балаларға да бермей, қинағандарын әлем бақылады.

Қаталдық па? Адамдықтан тайғандық па? Мысық пен тышқанның ойнағаны ма? Тіпті де олай емес!

Мұндай келеңсіздіктер желдей есіп, тез таралады. Тіпті “Известия” газетінің “Шешенстан ұмыт қалды. Барлығы инаугурацияға кетті” деген басмақаласында (10 тамыз,1996 жыл) “Осымен үшінші тәулік бойы үкімет басындағылар қоғамды алдау үстінде” деп хабарлады. Бұл басылым: “Президент халыққа адал қызмет етемін, Конституция заңдылықтарын сақтаймын деп алып, бүгінгі таңда Ресейдің қасіретіне айналған Шешенстандағы жағдай жөнінде де, 31 наурыздағы соғысты тоқтату туралы үкім жөнінде де ләм деп ауыз ашпайды»,- деп жазды. Президент дегенмен бұл жағдайға көңіл бөліп, келесі күнді «қаралы күн» деп жариялады. Бұл үшінші рет Шешенстанға байланысты қаралы күн еді. Бұл жолы 120 ма, әлде 1000 ба солдат қаза тапқаны жарияланды. Ал, оның нақты санында, 50 мыңнан 75 мыңға дейін солдат қаза болған болатын.

Си-Эн-Эннің журналистері тек түрлі қанды оқиғаларды беру арқылы елдің назарын өзіне бұратынын айтады. “Сіздер өмірде нені қалайсыздар?”- деген сұраққа олар ойланбастан былай деп жауап берген: “Осы Ливияда болып жатқан секілді оқиға АҚШ-та да кемінде айына бір рет болып тұрса дейміз!”.

Бастапқыда Си-Эн-Энді Ақ үйге кіргізбейтін еді. Десе де, сол кездің өзінде-ақ, арна өзін танытып үлгерген болатын. Бәсекелестерге күш бермейтін төртінші американдық арна бола тұрып, оқиғаны дәл сол сәтте, жедел көрсету олардың басты ерекшеліктері болды.

Бірде Ақ үйдің баспасөз хатшысы БАҚ өкілдеріне Ресейге астық сатуы жөнінде сұхбатта айтып қалған. Және осы ақпаратты газеттерге кешкі 5-ке дейін таратпау жөнінде нұсқау берген адам телеарна алдында өзін ұстай алмай қалған:

-“Иә, мұндай шешім болды. АҚШ астығының көл мөлшерін Ресейге сатпақ”, -деп Си-Эн-Эн алдында жариялап салды. Бұл сұқбат сол сәтте-ақ телеэфирден шыға келді. Өзге арналар бұл ақпаратты жаңалықтар сағатында беруді күтіп отырғанда Си-Эн-Эн бірден тікелей эфирден жариялап үлгерді. Енді осыдан кейін Си-Эн-Эннің жедел, аса оперативті ақпараттарына көз салмай көр!

СИ-ЭН-ЭН ТЕК МӘЛІМЕТТЕР БЕРЕДІ, ОНЫ САРАПТАЙТЫН КӨРЕРМЕН

Си-Эн-Эн жаңалықтарды беріп қана қоймай, бірге-бірте ақпарат тарату теориясының алғышарттарын ұсынуда. Мысалға, Саддам Хусейнмен болған жағдайды алайық. Парсы соғысының басында Саддам Хусейннен сұқбат алынған еді. Сұқбат барысында Саддам бұл шиеленіс туралы американдық көзқарасты араластырмай, өз көзқарасын білдірген. Хусеин соғыс жайлы өз пайдасына бұрып, тым артық айтып қойған жоқ па?

Осы және осыған ұқсас сұрақтарға жауап берген телекомпанияның вице-президенті мына жайтты атап өткісі келеді: журналистиканың қоғамдық міндеті - халықты барынша ауқымды және сан алуан ақпаратпен қамтамасыз ету. Әңгіме кішкене бір қалашық немесе белгілі бір тұлға туралы, болмаса Вашингтондағы маңызды мекеме туралы болды делік, телекомпанияның мақсаты сол жөнінде толыққанды, нақты мәлімет беру болып табылады.Ақпарат қалашық туралы ма, бір тұлға туралы ма, мекеме туралы ма не болса да адамдар өз түйіндерін жасайды.

Шешімді пресса қабылдамайды. Журналистер тек жариялайды, ақпаратты таратады. Тыңдаушының өзі сараптап, қажетін сұрыптап алады, сол арқылы ой қалыптастырады. Осындай ақпаратты алған адамдар мемлекеттік институттар жөнінде, коммерциялық ұйымдар туралы нақты шешім қабылдап, пікір қалыптастырады.

Си-Эн-Энға яки телевизияның бағдарламасына Ақ үйдің белгілі бір тұлғасы немесе мемлекеттік департамент өкілі өзінің олқылығын айтып хабарласа ала ма? Әрине, мұндай мүмкіңдік қашан да бар. Кезінде Никсон әкімшілігі тұсында дәл осындай жағдай болған. «Уотергейт» деп атап жүр көпшілік оны. Әкімшілік өкілдері газеттер мен телеарналарға қоңырау шалатын. Ал мұндайда редакциядағылар қауіптене бастайды. Болған оқиға жариялауға тұрарлық па, әлде жоқ па, ақпарат қаншалықты шынайы деген сұрақ негізінде зерттей бастайды.Егер жоғары жақтан қоңырау шалынып жатса, демек, онда бір шикілік бар болуы мүмкін. Ол үшін тезірек толығырақ ақпарат тауып, оны өзгелерден бұрын көпшілікке таратып үлгеру керек.

Осы күндері Си-Эн-Энде басқаша жағдай қалыптасқан. Президенттің баспасөз хатшысының өзі қоңырау шалып, Ақ үйдегі оқиғаны дұрыс жарияламағансыздар деген болса, оған Си-Эн- Эн қызметкерлері “Құрметті хатшы, қызық қоңырау болды бұл, барлығы сізге алғыс айтып жатыр. Дегенмен, редакция оқиғаны тура әрі нақты жеткізгендеріне сенімді». Әйтсе де салғырттық танытпай, әлгі оқиғаны сенімдірек болу үшін тағы бір рет қарап шығады. Мұндай қоңырау шалулар бізге де таныс. Тіпті кейбіреулер қатты реніш білдіріп жатады. Бірақ редакциядағылар мұндайда керісінше, қуанып жатады. Себебі, жоғарыда отырған лауазымды адамдар олардың жұмыстарын ескеріп, көңіл бөлді деген сөз.

ОРТ телеарнасына Си-Эн-Эндегіден де өткір қоңыраулар келіп түскен болатын. Әйгілі телесыншы Анри Вартанов (“Труд” 10 тамыз, 1996 жыл, газетінде жарияланған )“Егер де аз аздан қырықса...» атты рецензиясында: Өткен жылдың қазан айынан бастап арнадан А.Солженицын мен С. Доренконың бағдарламалары, сонымен қатар 65( !) басқа бағдарлама «комиссарлық» шешіммен алынып тасталды. Бұл ОРТ шенеуніктерінің қолымен жасалып отырған іс»-, деп өкінішпен еске алады.

Әрі қарай қоңырауға қатысты әңгіме басқа арнаға ауысып кетеді. Си-Эн-Эндегілер өздеріне сенімді. Егер жоғары жақтағыларға, яғни Ақ үйге бір ақпарат жақпай қалса, олар хабарласып, қарсы ниеттерін білдірсе де, телестанция қызметкерлері халық алдындағы борыштарын адал орындап, шындықты қаз- қалпында баяндаулары қажет. Мүмкін осыдан кейін президенттің жауапты хатшысы Си-Эн-Энге хабарласуды қойған болар. Ресейде Си-Эн-Энге келіп түскен қоңыраулар туралы да, АҚШ пен өзге де батыс елдерінің тәжірибесі туралы да әнгіме қозғау артық болар, өйткені телевизия басшылары шенеуніктік орта билігінен аса алмас.

Си-Эн-Эн өз дегендерін істей берсін. Бізге шынайылық емес, АҚШ журналистері армандаған, билікпен арадағы керемет қарым-қатынасты құру маңызды. Олар Саддаммен болған сұхбатты осындай мақсатқа пайдаланғылары келді. Хусейнмен сұқбат АҚШ пен Ирак арасындағы жағдай өршіп тұрған кезде болған еді. Америкаға қарсы пікір, яғни Саддамның жеке көзқарасы Ақ үй мен американдықтардың ашу –ызасын тудыруы мүмкін еді. Бірақ журналистердің ойынша, сұқбатты керісінше журналистиканың концепциясын толықтырып, әрі дамытуға мүмкіндік берді және ең маңыздысы - халықты барынша мол ақпаратпен қамтамасыз ету деп санайды.

Таяу Шығысқа соғыс жөнінде Саддам Хусейннің көзқарасын жариялау арқылы осы соғыс керек пе, керек емес пе, халық өзі бағаласын деп санады журналистер. Егер де Саддам Хусейн барша аудитория алдында өз ұстанымы бар адам ретінде шыққанда,жұртшылыққа екі ел арасындағы шиеленіскен жағдайдың мәнін түсінуге мүмкіндік болатын еді . Адамдар үкіметке хат жазып, қарсылық комитеттері құрылып, шеруге шығуы мүмкін болатын.

Ал, журналистер үкіметке кедергі келтіріп жатырмыз деп ойламайтын еді. Өйткені, үкімет халыққа қызмет ету үшін құрылған, оның тілегін орындау керек. Журналистің парызы - осы көзі ашық, көңілі ояу халық жан-жақты ақпаратпен қамтамасыз етіліп, өз ойын жеткізе білсе, сол арқылы үкімет те қоғамдық пікірмен санасып отыруы. Егер сол елдің халқы не президентімен, не конгреспен бірге болмаса, онда сол елдің халқы емес, басшылығы ауысуы керек. Ал, мұндай ақпаратты тек еркін баспасөз ғана тарата алады.

Бұны теория делік. Ал, іс жүзінде бұл сұқбат қалай ұйымдастырылған еді? Анығында арнайы жіберілген үш журналистің бірі қонақүйдің тоғызыншы қабатында жатып, бомбылау мен зымырандар атқылауының астында ақпарат таратқан Питер Арнет Израильдегі жергілікті тілшілер қосынынан Бағдатқа жіберілген . Ел басына төнгелі тұрған қиын кезеңде әріптестеріне көмек беруге келген еді.

Питер соғыс міндетті түрде болады деген пікірге келеді де, сол жерде қалатынын айтады. Арнет көптеген соғыстарды көрген. Ол Вьетнамдағы соғыста “Ассошиейтед Пресс”телеграф агенттігінің тілшісі болған. Сондағы репортерлік жұмысы үшін марапат так алған.Оның Иранмен болатын соғыс жақындағандағы тәжірибесі өте құнды болды.

Екінші журналист - Берни Шоу - ол Бағдатқа телекомпания үшін бұрынғы және заманауи ел басшыларымсн сұқбаттар топтамасын жасау үшін келген еді. Си-Эн-Эннің басшылығы Америкадағы беделді журналист ретінде Берни Шоуды Мысыр елінің президенті Хусни Мүбәрәктан сұқбат алу үшін жіберген болатын. Одан кейін Бағдат телестудиясының шешімімен Саддам Хусейннен сұқбат алуға мүмкіндік болған . Және де бірнеше ай бұрын Берни Шоу Саддам Хусейннен сұқбат алған еді. Редакциядағылар журналистің тағы бір сұқбат ала алатынына сенімді болғандықтан тапсырма берген.

Тек Джон Холиман ғана Бағдатқа тура уақытында жіберілген болатын. Оқиға болған жерден тікелей ақпарат тарату еді оның қызметі. Соғыстың басталуына бірнеше күн қалғанда соғыс жайлы хабарлар бере бастауы керек еді. Оған да күрделі тапсырма берілген. Ол Бағдатта аса қауіпті жағдай болғанша қалуы керек-ті.

Үш журналист те соғыс уақытында қауіпсіз аймаққа кетпей, атыс-шабыс ортасынан репортаждар жіберіп тұрды. Сол арқылы да олардың есімдері үлкен атаққа ие болды. Басында келісілген сұқбаттың өзі болмай қалу қаупі төнді. Сұқбат бейсенбі күнге белгіленген еді. Бірақ, сәрсенбі күні Ирактың ақпарат министрлігі кездесу болмайды деп хабарлаған. Телекомпанияның шешімімен Питер Арнет бейсенбі күні таңертең қайтатын болып шешіледі. Өйткені, оның онда қалатын жұмысы жоқ болды.

Бірақ, сұқбаттың болмайтыны хабарланғаннан бірнеше сағат өткен соң, соғыс басталып кетті. Бағдаттан жіберілген арнайы репортаждар, одан кейін сұқбат - олардың үшеуін де эфирдің қаһарманы етті.

Оларды сыйақы, жалақының көбеюі күтіп түр ма? Жоқ. Олардың жасағанына сыйақы берілмейді. Дегенмен журналис- тердің абыройының көтерілуі олардың апта сайын алатын қаламақыларына міндетті түрде әсер етеуі мүмкін.

Ал, АҚШ журналистикасында саяси цензура қалай екен?

Си-Эн-Эннің басшысы Хэдлайн оларда ешқандай саяси цензура жоқ екеніне сенімді. Америка журналистикасының жүйесі сөз бостандығы негізінде жұмыс істейді.

Сол уақытта бір бағдарламада Си-Эн-Эннің бір журналисінің Израильден қуылғаны туралы хабарланды. Ол цензураның тәртібін бұзған. Алайда, Американың емес, Израильдің цензурасын бұзған. Телекомпаниядағылар басқа елдің цензура тәртібін сақтауға тырысады. Өйткені ақпаратты сол елдерден таратып отырады ғой. Сонымен қатар АҚШ-та Си-Эн-Эннің өзі әскерилерге кейбір материалдарды тексеруге рұқсат беріп отыр, құпия ақпараттар кетіп қалмауы үшін. Бұл көбінесе Парсы шығанағындағы телематериалдарға байланысты.

Си-Эн-Эннің қызметкерлерінің еңбегі басқа әлемдік телекомпаниялармен салыстырғанда қалай бағалануда? Оларда журналистердің құқын қорғайтын кәсіподақ ұйымы бар ма?

Билли Хэдлайнның айтуынша, оның қызметкерлерінің жалақысы бәсекелестеріне қарағанда төмен. Қаржылық табысқа байланысты ол өсіп отырады. Бірақ бәрібір басқа жетекші компаниялардан әлдеқайда төмен жалақы алады. Қызметкерлер оны маңызды мәселе деп ойламайды да, журналистік танымалдылықты жоғары қояды. Си-Эн-Эн өсіп келеді, танымал болып келеді. Олардың пікірінше, ең маңыздысы - атқарып отырған қызметтері. Оларда кәсіподақ ұйымы жоқ. Сондықтан да басшылардың ойынша, олардың қызметкерлері басқа ұйымдарға қарағанда әрекеттерді көбірек жасай алады.

СИ-ЭН-ЭНДЕ САНДАР СӨЙЛЕЙДІ

Си-Эн-Энде 2 мыңнан астам адам жұмыс істейді. Ең алғаш жұмыс басталғанда 300-ге жетер-жетпес адам болған. Телекомпанияда жұмысшылар саны басқа жаңалықтар қызметі студиясына қарағанда көп. Эй-Би-Си мсн Си-Би-Эстің ақпарат қызметінде істейтін адамдар одан азырақ. Шамамен әрқайсысында мың адамнан. Бұл айырмашылықтан біз Си-Эн-Эннің 24 сағат, тәулік бойы жұмыс істейтінін байқаймыз. Бәсекелестерінде 5 сағаттық үзіліс бар.

Ертеректе Си-Эн-Энді Ақ үй жылы қабылдамайтын еді. Америка журналистикасының үш алып киті - Си-Би-Си, Эн-Би-Си, Эй-Би-Си компаниялары Ақ үйде ақпараттық орта құрған болатын.

Си-Эн-Эн бірнеше рет Ақ үйден жаңа телекомпанияға деген қарым-қатынасын өзгертуін сұраған еді. Сөз жүзінде уәде бергенімен, іс жүзінде солай болып қала берген. Сол кезде телекомпанияның басшысы Тед Тернер 1981 жылы Ақ үйге қарсы сотқа шағым түсіреді. Оның компаниясына келтірілген шығынды өтеу туралы арыз берілген. Басқа үш бағдарлама жаңалықты бірінші береді, өйткені олар заңсыз мүмкіндіктерді пайдалана алады. Оның талап етуінше, Ақ үйдің ақпараттық орталығына Си-Эн-Энді де қосу керек.Бір жылдан соң сот Тернердің арызын қанағаттандырып, жаңа телекомпания бірліктің мүшесі болды.

1982 жыл Си-Эн-Эн үшін маңызды кезең болды. Ең алғаш эфирге Си-Эн-Эн шыққанда, телемамандар оның бүгінгі таңда әлемдік ақпараттың қайнар көзі болады деп ойламаған болатын. Алғашында 1,7 миллион американдық отбасы, кабельдік телевизия абоненттері оның бағдарламаларын тамашалаған.

Компанияда 300-ге жуық қызметкері алғашында Атланта қаласының маңындағы ескі клуб ғимаратында жұмыс істеді. Ең алғашқы қызметкерлердің бірі - Марк Уолтон өз естелігінде:- Бізге жергілікті кішкентай телестанция ретінде қарайтын. Біздің қызметкерлердің өздері де ол кезде біздің әлемдік жүйеге айналатынымызды білмеді, - деп жазған еді.

Бүгінде Си-Эн-Эннің тілшілер қосындары Американың оншақты және әлемнің жиырма шақты қалаларында орналасқан.

Жарнама берушілерден және абоненттік төлемдерден түскен жылдық табысы 1980 жылы 8 миллион долларды құраса, он жылдан кейін жарты миллиардқа жетті. Бүгінде Тед Тернердің басқа да радиоарналары мен ойын-сауық компаниялары Атлантаның шетінде 14 қабатты кешенде орналасқан.

Дикторлар мен жүргізушілер телестанцияға алғашында колледж бітірушілерді қабылдап отырды. Компания басшыларының пікірінше, жастар көшірмеден аулақ болады. Олар қызықты жайттарды түсіреді, түсіру керек деп немесе міндеттелген деп қарамайды. Бұл тұста жастардың көзқарастары орташа американдықтың көзқарасымсн сәйкес келеді деп пайымдайды.

Басқа бәсекелестердің ойынша, компания колледж шәкірттерін кәсіби мамандарды тартуға қаржысы болмағандықтан алып отыр дейді.

Тед Тернердің компаниясының басшылығы Си-Эн-Эннің ғаламдық жүйеге таралуын ғарыштық технологияның дамуымен байланыстырады. Бүгінде ол 5 спутниктік жүйенің арналарын жалдап отыр. Соның бірі - Байқоңыр ғарыш айлағы. Ол дегеніміз, планетаның кез келген нүктесі оның бағдарламаларын тарата алады деген сөз. Компания сонымен бірге ақпарат алу үшін ондаған басқа да спутниктік байланысты жалға пайдалана алады.

Сол секілді, Бағдаттан хабарлар қонақ үйде орналасқан арнайы антенналар арқылы таралып отырды. Американың әуе жолдарынан жасалған шабуылдардан кейін Иракта байланыс үзіліп қалған кезде тек Си-Эн-Эннің қабылдағышы ғана қалыпты жұмыс істеп тұрды.

Си-Эн-Эн дегеніміз - кабельдік жаңалықтар жүйесі деген мағынаны білдіреді. Бүгінде ол толық электронды-спутниктік жүйе.

“Кейбл Ньюс нетуорк” (Си-Эн-Эн) дүниежүзіндегі ең бірінші тәуліктік тележүйе. Бұл уақытта халықаралық қатынастарда ең маңызды рөл атқарып келеді. Оның бағдарламаларын жүздеген ел қабылдайды. Ал дағдарыстар, төңкерістер кезеңінде ол бір мемлекет басшылары мен әскери ұйымдарға, тіпті барлау мекемелеріне де ақпарат көзі болып табылады. Баспасөзде мынадай әзіл бар: ЦРУ-ға (орталық барлау басқармасы) шұғыл ақпарат керек деп хабарлассаң, олар «бөгет жасамаңдар, біз Си-Эн-Энді көріп отырмыз, болған соң хабарлаймыз», -деп жауап береді екен.

Тележүйенің өз қызметкерлері кезінде әзілдеп өздерін “Чикен Нудл ньюс” яғни “Тауық - кеспесі жаңалықтары” деп атаса,енді олар тәулік бойы жұмыс істеп, әлемде болып жатқан ең маңызды ақпараттарды оқиға орнынан бере білді. Көптеген компаниялар әдетте оқиғаны бейнетаспаға түсіріп алады, ал ақпаратты кешірек береді. Ал, Си-Эн-Эн бағдарламаларды көбіне тікелей эфирден жүргізеді. 1986 жылы американың Челленджер ғарыш кемесінің жарылуын да осы Си-Эн-Эн алғаш болып көрсеткен.

ТЕЛЕКОМПАНИЯНЫҢ ЖҮРЕГІ - ТЕД ТЕРНЕР

Көптеген телевизия мамандары тәуліктік бағдарламамен шыға беретін болса, олар тез жабылып қалатын. Кабельдік телевидениенің қарапайым болғаны соншалық, Си-Эн-Эннің бизнес көзі ретінде өмір сүріп кетуі екіталай еді. Бүгінде Тед Тернерді электронды журналистиканың данышпаны деп атайды. Кабельді телевизияның эфирліктен ерекшелігі - абоненттік төлем арқылы жұмыс істеуі.Мұның өзі қауіпті болатын. Ол өзінің жүйесін шығынмен бастаған.

Бір жолы Тед Тернер кинокомпанияны сатып алады. Өзінің кабельді жүйесінен тек қана фильмдер көрсете бастайды. Фильмдердің соңы бақытпен, сәттілікпен аяқталатын жақсы дүниелер еді. Күні бойы фильм көре беру жақсы ,әрине. Тед Тернер- ақ-қара түстен түрлі-түсті фильмдерге ауыстыру үшін ең алғаш компьютерлік электронды графиканы қолданып,колоризация жасаған адам.

Тед Тернер ол кезде ақпараттың мүмкіндігіне сенбеді. Оның ойынша, көрерменді тек көркем фильмдермен қызықгыруға болады. Сонымен қатар ол ақпараггық айдарларды жүргізетіндерді мазақтайтын бағдарламалар жасап, ондағы дикторлардың сөйлеу мәнерін сынап, сұқбат алған тәсілдерін мінейтін.

Одан кейін оның көзқарасы бірден 180 градусқа ауысып кетті. Ол тек ақпарат беретін болды. Үзік-үзік емес, тәулік бойы ақпарат таратуға көшті.

Оның бүгінгі өмірі, өмірбаяны, әуестенетін істері асқан нақышпен айтылады. Соның бірін алсақ: «Телекомпанияның жүрегі -Тед Тернер. Ол -аңызға айтқысыз бай адам. Оның жеке табысы - 1,6 миллиард долларды құрайды...». Мақтау солай кете береді.

Алғашында компания шығыны көп болып, кейін аз табысқа ие болды. Осы кездің бәрінде Тернер басты акционер болды. Ал, тасы өрге домалай бастағаннан оның акцияларын ең ірі қаржыгерлер сатып ала бастады. Бүгінде Тед Тернер қаржы басшысы емес, ол қаржыгерлер тобы тағайындаған жетекшілердің бірі ғана1996 жылы акциялар тағы бір қолға сатылды.

Сондай-ақ, Роберт Эдвард (Тед) Тернер Ш өзінің Атлантадағы “Тернер бродкастинг систем” (Ти-Би-Эс) штаб пәтеріне барғанда қызметкерлер тамақтанатын асханаға жиі кіріп, сұлы ботқасын және грейфрут жеп, таңғы асын ішеді. Жеке жүргізушісімен лимузинде жүргеннен гөрі, өзінің арзан «Форд- Таурусын» жүргізеді. Бұл адамды қарсыластары “оңтүстік ауылдан келген, іскерліктің иісін біліп қоятын адам” деп мазақ еткенімен, ол бейбітшілік үшін күрескерге айналып кетті.

Оңтүстіктен шыққан, аппысты алқымдаған, мұртты адам бүгінде мансаптың ең биік шыңына жеткен. 1960 жылдың басында қарапайым кәсіпкерліктен бастаған ол бүгінде электробайланыстың ең алып империясын құрды. Оның қарамағында, 18 елде 5000 адам жұмыс істейді. Олардың табыс айналымы 10 миллиард долларды құрайды.

Сонымен қатар Тернердің иелігінде ұлттық лигаға кірген "Атланта брейвс" атты бейсбол командасы бар және ұлттық баскетбол ассоцияциясына енген "Атланта хокстың" акциялар пакетінің де иесі.

Тернер 1938 жылы Цинцинатида дүниеге келген. Оның ата-анасы Саваннаға көшіп барғанда ол 9 жаста болатын. Онда оның әкесі табысы молдау көше жарнамасы компаниясын ашады. Кейінірек Тед Тернер өз естелігінде қатал әкесінің оған көшеде жарнама бағаналарын орнату үшін жер қаздырып қоятынын, тіпті сым темірден жасалған киімілгішпен сабайтынын еске алады. Әйелімен ажырасқан әкесі 1963 жылы өзіне қол салып, өмірден өтеді. 24 жастағы ұлына қарызға батқан жарнама компаниясы мұраға қалады. Компанияның қызметін мейлінше өзгерткен Тед Тернер 1970 жылы байлардың қатарына қосылып, Атлантадағы "Даблью-ти-Си-Джи" атты тәуелсіз арнаны сатып алуға қолы жетеді. Ол 1976 жылы" Даблью-ти-си-джи" бағдарламасын ашып, Америка Құрама штатының кабельді жүйесімен спутник арқылы тарата бастайды. Қазір АҚШ-та бұл компанияның 100 миллионнан астам абоненті бар. Мұның бәрі астанада емес, штатгың жәй бір қаласында жүзеге асқанын ескеру керек. БАҚ-ты бұлай орталықтандыру тек АҚШ-та ғана мүмкін.

ТМД елдерінен мұндайды тек Санкт- Петербург қана жүзеге асыра алып отыр ,кейде Мәскеуде олардың бағдарламаларының бір бөлігін көрсетеді. Екінші астананың бірде бір газетін, не журналын Ресейден көре алмайсың. Ең танымал "Дни" кейде орталық хабар тарату жүйесіне түсіп жатады. Кейде ол да жоқ. Мәскеу Санкт-ІІетербургты көрсеткенше, ондағы мамандарды "ОРТ"- ға тартуға талпынады.

Халықаралық қатынастың дамуы жолындағы Тернердің өнімдерін Сиэтлде байқауға болады. Біразы Ти-би-сидің қаржыландырумен өтіп жатқан ойындарды мәскеулік мекемелер бірлесіп ұйымдастырған еді. 1986 жылы Мәскеуде алғаш рет өткізілген еркін ойынды осы Тернердің ұйымдастырғаны белгілі. Мәскеудегі олимпиялық ойындардан кейін американдықтар өз спортшыларын жібермейміз деп шешкен. Сондықтан да Батыс баспасөзі 1990 жылы мамыр айында жарық көрген "Совьет лайф" (Кеңес өмірі)журналында Тернердің халықаралық қатынастарды реттеуші ретінде, миллиардердің портретін мұқаба бетіне бергенін мақтан етіп , көрсеткісі келеді.

БІЗ «СИ-ЭН-ЭН – ЕКІНІ» КӨРІП ОТЫРМЫЗ

Тәулік бойы көрсетілетін керемет бағдарламалардың бір кемшілігі болды. Маңызды оқиғалардың арасында болу үшін теледидар алдында күні бойы отыру ксрек. Оқиға өтті, ақпарат кетті, ал егер сол оқиғаны өткізіп алсаң, ол туралы еш нәрсе білмей қаласың. Осындай жайлардан соң Си-Эн-Эн қайталауға көшіп, бөтен идеяны иемдене бастады.

"Вестинхаус" пен "Си-Би-Эс" екі ақпарат қызметі 1982 жылы бірігіп, "Сателлит Ньюс чэнел" атты бәскелес ақпарат қызметін ашты. Олардың негізгі мақсаты - әрбір 20 минут сайын ақпаратты қайталап отыру. Және де басты ұстанымдары: "Бізге 20 минут беріңіз, ал біз сіздерге бүкіл әлемді береміз" болды. Осы хабар тарала бастасымен-ақ Тед Тернер: "Мен оларды басып озамын. Ол үшін жарты сағаттық жаңалықтар бағдарламасын ашамын" деп жариялады. Алты аптадан соң мүлде басқа бағдарламамен бүгінде Си-Эн-Эн -2, "жаңалықтар тақырыбы" деп аталды. Дәл осы бағдарламаны 45 миллион американдық үйлерінде көруде. Журналистикаға жаңадан келген Тед жаңа идеяларды тез қабылдайтын адам болуымен ерекшеленді. Ол америка журналистикасының үш алып киті - Си-Би-Эс, Эн- Би-Си және Эй-Би-Сидің халықты ақпаратпен қамтамасыз етуде жауапкершілікпен жұмыс істейтінін біледі. Бірақ олардың бағдарламаларында шектен тыс көп жарнама, шектен тыс анайы кадрлар бар, ал, олар сондай кадрлар көрсетіп жатқан кезде Тед Тернер тек қана мейірімділікті насихаттайтын, соңы жақсылықпен аяқталатын фильмдерді көрсетіп жатқан болатын. Оның қарсыластары:- 50-інші жылдардағы фильмдердің барлығы сондай қайырымдылыққа негізделген дүниелер еді. Сондықтан Тедтің басқа фильмдерді көрсетуге мүмкіндігі болмады. Әрі ондай фильмдер қымбат болды,- дейді.

ЖОҚ, БІЗ «СИ-ЭН-ЭН ҮШТІ» КӨРІП ОТЬІРМЫЗ

"Хедлайн-Ньюс " - жаңалықтар тақырыптары - бұл керемет еді. Бірақ... әлемнің телекөрермендеріне Америка жаңалықтары қызық емес еді. Ал, американдықтарға - бүкіл әлемдік жаңалықтар. Осыдан барып үшінші нұсқа туралы ой туды: "Си-Эн-Эн интернейшнл", "Си- Эн-Эн халықаралық". Онда әлемде болып жатқан қызықты ақпараттар берілді. Американдықтарға тек АҚШ-тағы жаңалықтар, ал, әлемге басқа жаңалықтар топтамасы беріліп жатты. Онда Америка жаңалығы аздау болды да, әемдік ақпарат көбірек еді.

Сонымен Си-Эн-Эн - бұл ең алдымен тоқтаусыз ақпарат тасқыны. Тоқтаусыз, тәулік бойы ол солай болып қала береді де. Әзірге оны басып озатын бәсекелес табылған жоқ. Тоқтаусыз ақпарат "Хэдлайн-Ньюс" принципімен, яғни негізгі жаңалықтар бөлігін бір уақытта қайталап отырады. Және басты оқиғалардың тек тақырыптарын айту тәсілін қолданып, көрермен тартуға ұмтылу деп те түсінуге болады. Әлемге таралатын жаңалықтар бағдарламасына халықаралық жаңалықтар таңдалып алынатын болған. Яғни, "Си-Эн-Эн интернейшнл".

Әлі күнге дейін бұл бағдарламаға әртүрлі ұлыс пен ұлттардан жүргізушілер мен дикторлар алынуымен ерекшеленеді. Бірақ басқа арналар бұл жағынан мақтана алмайды. Америкада Си-Эн-Эн "хедлайн- ньюс" жүреді. Ал, әлемнің 105 елінде Си-Эн-Эн хедлайн-ньюс интернейшнл көрсетіледі.

Төлемақы мәселесі де қызықтырады. АҚШ –та ұлттық бағдарламалар тегін көрсетіледі.

«Үш кит» екі негізі жаңалықтар бағдарламасын тәулігіне береді. Әрине, оны көргені үшін көрермендер ешнәрсе төлемейді. Компания көрермен үшін таласады. Өйткені жарнама берушілердің саны соған байланысты. Жарнама есебінен бағдарламалардың ақшасы төленеді. Кабельді телевизияның жөні бөлек, кабельдік бағдарламалар жазылушыларға сатылады. Олар айына 25-тен 100 доллардан астам төлем төлеп отырады. Әр кезде әрқалай болуы да мүмкін.

Сондықтан да кабельді жүйелер жарнамаға онша тәуелді емес. Олар көбіне көрермен- сатып алушылардың тапсырысын орындауға тырысады.

Си-Эн-Эи бағдарламаларын көргені үшін басқа елдер ақша төлеуі керек пе? Олар кабельді емес, эфирлік қой. Осындай сұрақтармен басшылықтан жауап күткенде, олар нақты жауап бере алмады. Ол жауаптың маңызды деген тұсы мынадай: "Сіздердің елден кабельді телевизия ұйымдастырумен шұғылданатын бірнеше адам маған келді. Қалай жұмыс істейтінімізді білгілері келеді. Жекеменшік мәселесін Атлантадағы біздің штаб-пәтер шешеді. Жеке кәсіпкерлікке талаптанушылардың өсуімен, жеке адамдардың хабар тарату ұйымдарын ашқысы келгеніне қарай, мемлекеттік бақылау әлсіреген соң Си-Эн-Энді көргісі келетін сіздің елдің адамдарын көбейтеді». Сонымен, төлене ме, төленбей ме?Жауап айқын емес. Оларды көбінесе шектеулер, мемлекеттік бақылаулар қорқытады.

1990 жылғы мамыр айының соңында Мәскеуде ашылған «24 арна» Си-Эн-Эн хабарларын көрсете бастады. Әлемдік жаңалықтарды тарату туралы келісім-шартқа қол қойылды. Бірақ та, бұл бағдарлама кең тарала қоймады. Таралым аймағы тек қонақүйлер, тілшілер қосыны мен елшіліктер ғана болды.

Си-Эн-Эн хабарлары арнайы кодталған түрде болды. Арнайы құрылғылар арқылы белгілі бір ұйымдар көре алады. Бүл төлемақы Си-Эн-Энге жете ме? Әлемдік жаңалықтарды тікелей орыс тіліне аудару мәселесі шешілмек. Мүмкін Си-Эн-Эннің өзі орыс тілінде жаңалық таратқысы келетін шығар.

Ал, Мәскеуде ақпаратты тарату тізгінін жіберуге асығар емес. «Телемәтін» бағдарламасы игеріліп, газет мәтіні мен басқа да ақпараттарды теледидардан көруге болады. Телевизиялық мәтіннің екі түрі бар. Бірі - латынша, енді бірі – кириллицада. Арнайы монтаждалған арналарда ғана көрсетіледі. Сондықтан да Қазақстан халқы Мәскеу газеттерінің мазмұнымен оған жазылмай-ақ, әрі үйден шықпай-ақ танысады, электронды газетті оқиды.

Қалмықтың президенті интернеттің керемет мүмкіндігін алдыңғы болып пайдаланды. Ол 1996 жылы Элистада Карпов пен Камскийдің матчын интернет арқылы көруді ұйымдастырып қана қойған жоқ, осы қаладағы балалар шығармашылығы сарайында бүкіл ойынның жүрістеріне дейін тамашалауға жол ашты. Бүгінде бүкіл әлем жаңалықтар алмасуды жолға қойып отыр.

ЖАРНАМА- ИГІ ІСТЕР ҮШІН

Си-Эн-Эн бағдарламасы тек ең жедел ақпаратпен қамтамасыз етуімен ғана дараланбайды.Ол сонымен қатар эмоцияның рөліне де,аудиторияны тартатын имидж жасауға да мән береді. Мынадай тақырыпты алсақ: Си-Эн-Эн мен Джейн Фонд, маңызды ақпарат пен ең сұлу киноактриса. Оның Мәскеуге келе жатқаны жөнінде “Эфир” атты мамандандырылған журнал да жариялап үлгерді. Түрлі-түсті фотосуреттер мен әдемі мәтіндер берілген. Кремльдің ескі қабырғаларын айнала қыдырыстап көрген киноактриса Останкиноның концерттік студиясында сұрақтарға жауап беруде: -Аэробикамен айналыстым. Актерлік қызметімді ең алғаш бастағанымда мен 18 сағат тәулігіне жұмыс істейтінмін. Кейбіреулер дене бітімін сақтау үшін дәрілер ішіп, енді біреулері шарап ішіп жатады. Мен басқаша әдіс ойлап таптым.

Бұл жерде Си-Эн-Эннің қатысы қанша? Фоторепортаждарда бұл телекомпания туралы бір ауыз сөз айтылмайды. Тек бір жерде ғана - Тед Тернерді көруге болады. Останкиноның концертгік студиясында Джейн Фонд сұрақтарға жауап беріп тұрса, телекамералардың алдыңғы қатарында бақытты жүзбен Тед Тернер тұрды, ол Джейн Фондтың бұл сапарының қаржылық жағын көтерген болатын. Олар Си-Эн-Энді және бір -бірін насихаттаумен айналысты. Бірнеше айдан соң олардың некелесетіні туралы хабар таратылды.

Дәл осындай әсерлі жарнаманы Тед Тернердің Ленинградта болған еркін ойын түрлерін ұйымдастырғанынан көруге болады. Ол сайыс бұрынғы Кеңес одағы мен АҚШ-тың спортшылары арасында өткен болатын. Жарнаманың құны өзін-өзі ақтамаса да, компанияның имиджі үшін бұл маңызды еді.

ҚазҰУ-дың телерадиожурналистика кафедрасының түлектері бүгінде телеарналардың президенті бола отырып, бұл феноменді жақсы біледі. Телекомпанияның имиджіне тек жарнама ғана емес, халық игілігі үшін жасалған ұйымдастырушылық белсенділік те әсер етеді. Мұндай шараларды көру арқылы халық телекомпанияны тани түседі, яғни имиджі артады. Тед Тернер компания үшін осындай ұйымдастырушылық істерге кең жол ашты.

Мысалы, Тернер Америка журналистикасында бірінші рет тәжірибе жүзінде тікелей репортаждар мен сұқбаттарды Кубадан ұйымдастырған еді. Объективті көзқарастағылар, телеканалдар мен баспасөз жабыла кетті. Студия маңайында қарсылық шаралары мен митингілер ұйымдастырылды. Тед ақталып жатпады. Ол керісінше, оның компаниясы тәуелсіз екенін және халық үшін жұмыс істеп жатқанын және ешқандай шектеу қойылмайтынын айтты. Ол митингілерден тікелей репортаждар жүргізіп отырды. Кубадан көрсеткен таспалары мен қарсылық білдірген митингтер көріністері оның студиясына деген телекөрермендердің қызығушылығын арттырды. Сондықтан да Си-Эн-Эн өзінің тілшілерін АҚШ-тың шиеленісіп отырған елдеріне жіберіп отырды. Мәскеуде де сондай тілшілер бөлімі болды.

Жалпы спорттық-мәдени шаралар, ТМД елдеріндегі оқиғалар Си-Эн-Эн мен Тед Тернердің Ресейге жиі қонақ болуына жол ашты. Мәскеудің телевизиясы Си-Эн-Эн арнасы үшін арнайы уақыт бөліп, оның тілшілеріне сөз беріп отырды. Тіпті ол тілшілердің бірі осы елде туып өскен екен. Біраз уақыт өткен соң аты- жөні орысша диктор да қосылды. Си-Эн-Эннің хабарларынан Мәскеу телевизиясы үзіңділер жариялап отырды. Жас жүргізушілер арасындағы бәйге де көрсетілді, оның жеңімпазы кішкетай негр баласы болғаны жайлы да ақпарат беріліп жатты.

Атланта университетінде Қазақстан оқытушылары мен журналистеріне арналған курстар ашылды. Шақырылғандар ішінде - Қазақ Ұлттық университетінің профессорлары мен доценттері болды. Курста оқу кезінде Си-Эн-Эн студиясына да апаратын. Мұндай іс-шаралар аталған ақпаратгық бағдарламаға да жақсы әсер қалдырары сөзсіз.

АМЕРИКАНДЫҚ БӘСЕКЕЛЕСТЕР АРАСЬІНДАҒЫ СИ-ЭН-ЭН

Әлем елдерінде танымалдылық жеңіске қол жеткізіп келе жатқан Си-Эн- Эннің АҚШ-та да бәсекелестері жетерлік. Олардың ең ұтымды тұсы - аса танымал тележүргізушілері еді, олар үшін американдықтар солардың бардарламасына ауысып кететін. Сол жүргізушілерге олар сенеді. Солар арқылы әлемдегі оқиғаларды біледі.

Танымал жүргізушілерді Германияда "модератор" десе, АҚШ-та "шоумен", Ұлыбританияда "энкормен" деп атайды. «Энкор» яғни түбірі "якорь" деген сөзден алынған. Американдық бағдарламалар әр кезде ең танымал отандастарын эфирге шығарып отырады. Міне, осы "шоумен", "энкорменнің" танымалдығы кейде президенттің танымалдығынан да асып, озып жатады. Кейде атақты спортшылармен, киноактерлермен теңесіп жатады. Әңгіме жүргізушінің кәсіби шеберлігіне, өзіндік тартымдылығына байланысты. "Энкормен" – адам үшін телевидениедегі жанды символ .

Осындай бір энкормендердің бірі, Си-Би-Эс жаңалықтар қызметінің жүргізушісі - Дэн Разер. Си-Би-Эстың бұрынғы басшысының сөзіне сүйенсек, Разердің 1984 жылғы жылдық табысы сыйақыларды қоспағанда 2,2 миллион долларды құраған.

1990 жылы 4 миллионға жеткен. Яғни аптасына 76 мың доллар алып тұрған. Бұл келісімшарт 1993 жылға дейін өз күшін жойған жоқ. Кезінде оның анасы 25 мың долларға құнды қағазын сатып, ұлын колледжге жіберген еді. Бүгінде сол адам 10 жыл ішінде 36 миллион доллар табыс табады. Дәл он жыл бұрын Дэн Разер 70-ші жылдары телевизиядағы ақпараттық бағдарламаларды жүргізуші Уолтер Кронкайтты алмастырған болатын.

Соңғы жылдары Си-Би-Эс туралы төрт үлкен кітап жарық көрді. Олардың әрқайсысында Разер туралы деректерге назар аударылған. Дэн тынымсыз жұмыс істейтін телебағдарлама жұлдызы шығар бәлкім. Екінші жағынан - ол Си-Би-Эстың журналистері ішіндегі ең негізгі ақпарат жинаушы, бас репортер ретінде де танымал. Ол ең ірі оқиғаларды өзіне алып, соған күш, қайратын жұмсайды. Мысалы, ол түсірген 1989 жылғы Таньаньмэнь алаңындағы оқиға Қытай студенттері және жастарға қатысты қатыгездік көрінісі болып, көптеген әлем елдерінің есінде қалды.

Оңтүстік Африкаға барған сапарының қорытындысында ол Нельсон Манделаның бостандыққа шығуын әсерлі жеткізді. Нельсон кейінірек ЮАР-дың басшысы болды.

Алайда, Разердің күшті қарсыластары бар. Мысалы,ол бір кездері Си-Би-Эсті сатып алғысы келген Тед Тернер туралы естігісі де келмейді.

Тед Тернердің кабельді ақпараттық жүйесі - Дэн мен оған жақтас Си-Би-Эстің басшыларының тамағында тұрып қалған сүйектей болып көрінетіні шындық. Негізгі себебі - кабельді телевизия, онда жаңалықтар арзан әрі жедел жасалады. Басты айырмашылық Разердің өзі, оның аудиторияны тарту тәсілі, оның басшылығымен жаңа жобалардың жүзеге асырылуы.Ол өте талантты. «60 минут» бағдарламасында істеп жүргенінде қарапайым шаруа болып киініп, жасырын Ауғанстанға кіріп, өзінің хабарын сыбырлап жүргізгенінің өзі аңызға бергісіз оқиға болды. Ал,Сайгонда

Разер жауынгер киімін киіп, қолына қару ұстап, ақпарат таратып тұрған. Тағы бірде Разер жаңалықтарға қоса ойын-сауықтық сюжеттерді жіберуге қарсы болған. Дэн Майамиде болғанда, Рим папасының сапары жайлы хабар беруі керек еді. Ал сол кезде Си-Би-Эс басшылығы АҚШ-та болып жатқан теннистен турнирді көрсететін болып шешкен. Разерге бөлінген уақытқа спорт киліге берген соң, график бұзылса, түсіру алаңы бос қалады деп ол сес көрсеткен. График бұзылды. Дэн де өз айтқанын істеді. Спорттық ойын аяқталып, алып камера Майамиге қосылғанда алты минут бойы экран үнсіз қалған.

Разердің тек жаңалықтард беру жолдары ғана емес, монтажы да, салыстыруы да өзгеше шығатын. Мысалға алсақ, ол Ресейден жүргізілген дін туралы бағдарлама сериясын «Құдай және Горбачев» деп атаған еді.

Техаста Карла дауылы тұрған кезде басқалар қауіпсіз жерге кетіп қалғанда, бір топ операторлар мен Разер дауылды түсіріп тұрды. Разердің мақтана алатын сәті, ең алғаш тікелей эфирде дауылдың радардағы көрінісін жағалау картасында көрсетіп беруі еді. Бұл әрекет Си-Би-Эс ақпараттық қызметі жайлы оң әсер қалдырды. Бірнеше айдан соң жас журналист корпорацияға штатқа алынды. Ол Ақ үйде, Лондонда, Вьетнамда жұмыс істеді. 1975 жылы «60 минутты» жүргізушілердің құрамына кірді, ал, 1981 жылы 9 наурызда АҚШ тележаңалық жүргізушілерінің тәңірі деп танылған Уолтер Кронкайтгың орнын Дэн Разер басты.

Дэн әр кезде әрқалай. Ол көрермен көңілінде бірқалыпты ,өзгеріссіз қалғысы келмейді. Бүгін гриммен, қалың топ ішінде жүрсе, ине жіптен жаңа шыққандай, ертең сымбатты киінген Дэн бас изеп күлімдеп келсе, одан соң оны қарапайым тоқыма киіммен көруіңіз мүмкін, яғни ол еңбекқор кісінің кейпіне енеді. Дэннің өмірбаянын зерттеушілер оны бақылау да күрделі дейді. Бағдарлама жүргізушісі айтып болмайтын күшке ие, оның кейбір талаптары қатал жарлыққа ұқсап кетеді. Ал, іс-әрекеті мемлекет басшысының дайындығынан да асып түседі. Ол - жауынгер, шыншыл, саясатта өзін суда жүзген балықтай еркін ұстайды, мақсатына жетпей қоймайды.

Хабардың жүргізушісі болу – жауаптылықты талап ететін, ауыр жұмыс. Миллиондаған көздер сенің әрбір қимылыңды әркез аңдып отырады.

Дэн Разерді- кино мен баспасөздегі американдық арманның бір үлгісі деуге болады. Ол қарапайым адамнан жұлдызға, миллионерге айналды. Ол Техастың шығыс жағындағы Уартон атты кішкене қалашықта туылды. Ол жерден оның отбасы Хьюстонға жақын жерге көшіп барды. Анасы даяшы болып жұмыс істеген. Ал, әкесі Ирьвин Разер қара жұмыс атқаратын. Он жыл ішінде ол астамсып кетпеді. Неғұрлым танымал болған сайын, мақсатқа қол жеткізу жақындай түседі. Бай болу мақсатына жеткенмен жүргізушілік табыстарға әлі қол жеткізе бермек. Алайда, ол АҚШ теле- жаңалықтарының жалғыз маңдайалдысы емес, әр арнаның танымалдары, өз тележұлдыздары бар. Тележұлдыздар ауысқанымен, бағдарламадағы жаңалықтар қажеттігі қала береді.

Эй-Би-Си телеарнасының жаңалықтар бөлімінде Питер Дженнингс деген тұлға бар. Кешкі жаңалықтарды жүргізгенде оның жаңалықтары шоу көрсетілімге ұқсап кетеді деп айтып жатады көрермендер. Ал, Эн-Би-Си ақпарат қызметін Том Брокву басқарады.

Дэн осы уақытқа дейін ауылдан шыққан жігіт рөлін ойнап жүреді. Оның ойынша, әрбір мықты репортердің де әлсіз тұстары болуы керек қой. Оның соңдай әлсіз тұсы - оның кабинетіңдегі киелі кітап. Дэн өзінің техастық әзілдерін араластырып, көрермендерді бір күлдіріп алады. Міне, осы кезде ол бәріне танымал әрі қарапайым Дэн болып қала береді.

Тәжірибе көрсеткендей, тележаңалықтар аудиторияны бес минут, жарты сағат емес, бүкіл тәулік бойы ұстап тұра алады.

Нон-стоп ақпарт - бұл жаңалықты жедел беру мүмкіндігі. Жаңалықтар блогын күтіп отырмай-ақ, ақпараттардың легін беру өте тиімді. Тек саяси жаңалықтар ғана емес, сонымен бірге мәдени, экономикалық, балалар және әйелдер тақырыбындағы жаңалықтарды да осындай жеделдікпен беру тәжірибеде бар.Ақпараттың маңыздылығына қарай қазақстандық жаңалықтарды дүниежүзілік жүйеге жіберу немесе кері процесті жүзеге асыру қажеттігі осы кезде мықтап жолға қойылған. Алайда, ол ақпараттың салмақтылығына, маңыздылығына мән берген жөн. Әйтпесе не болса, соны жазып, интсрнет жүйесі арқылы ақпарат таратушылар да кездеседі.

Қазақстанда да өз ақпаратын әлем аренасына шығаратын трамплин бар. Ол -трамплин «Мир» деп аталады.

СОҒЫС КЕЗІНДЕГІ «МИР»

1996 жылдың 26 маусымында көрсетіліген "Мир" телерадио компаниясының Әзірбайжанда дайындалған қызықты бір бағдарламасы “Бейбітшілік аясында” деп аталады. Аз халықтар туралы бір мақалалардан немесе баяндамалардан, Гумилевтің кітабынан оқи қалуыңыз мүмкін. Бірақ, телевизия таулық еврейлердің алты бұрышты Давид жұлдызын, синагоггарын немесе 1598 жылы Борис Годуновқа қару жасап берген 1500 жыл бұрын Сасанидке қоныстанған, иран тілді қолөнершіні анығырақ әрі дәлірек көрсете алады. Талыштар, таттар, лагичтар - бұлар ғасырлар бойы өз тілін, дінін, салт-дәстүрін сақтап келе жатқан халықтар. Әзірбайжанда ассимиляцияға ұшырамай қандай халықтардың өмір сүріп жатқанына тілшінің өзі таңғалады. Әңгіме Грузия туралы да болады. Олар өзінің тәуелсіздігін мақтан тұтады. Марко Полоны оқыңыз. Ол Шыңғыс ханның кезіндегі Грузияны Аджария деп атайды. Өзінің армандарын қанағаттандыру үшін грузиндер бағынышты болады деп ойлайсыз ба?! Олар онсыз да ұлы халық.

“Мирдің” негізгі мақсаты – жағымды, келісімді мазмұнды сюжеттер беру, әсіресе, телерадиокомпанияны қаржыландырушылардың көңілінен шығу керек. Әрбір аймақтан шыққан тілшілер - жоғары сапалы мамандар. Олардың хабарларынан ОРТ мен РТВ көрсетпеген таспаларды көре аламыз. Украиндық не тәжік, не молдаван дикторларын , тіпті олардың өнімдерін де арнадан көрмейміз. Ал "Мир" солардың бәрін жан-жақты көрсете алады. Ең мықты Си-Эн-Эннің өзі жүргізушілерін негрден, латын американдықтардан, тіпті Азия елдері өкілдерінен алып жатады.

22 шілдеде берілген сюжеттің негізгі тақырыбы "Әйел - ана" болды. Осы мәселе бойынша Армения тілшілері нақты деректер мен ізденістің арқасында музыкалық отбасы туралы алынған сұқбатты жақсы берген. Тәжікстан өз қырынан бере білген: "қатал ененің келінге анасындай болуы, келіндермен ынтымақты қарым-қатынас қалай қалыптасатынын насихаттайды. Ал, Қазақстанда отбасы қалыптасу дәстүрін баланың тұсауын кесуден бастайды. Яғни, оның алғашқы қадамын туған-туыстары қандай ұлттық ерекшеліктерімен тойлайтынын тамаша жеткізген.

"Мир" арнасында 45 минуттан тұратын “Спектр” жаңалықтар топтамасына "ОРТ" түскі сағат 13.10-нан 13.55-ке дейін уақыт бөлген. Ол аптаның жексенбі күнінен басқа барлық күндері беріледі.Онда басқа арналардан көрме алмайтын тақырыптарды көруге болады. 1996 жылы 23 шілдеде «Спектрді» Марина Сафонова жүргізді. Ол онда басқа арналар үшін жабық тақырыпты қозғай білген. Мысалға, Назарбаевтың Әзірбайжанаа баратын сапары, Ақаевтың Тәжікстанға сапары туралы. Сонымен қатар төрттік одағы туралы- Ресей, Қырғызстан, Қазақстан және Белоруссия, "Мирге" қатысты кеңес - Исинғаринмен сұқбат, "Мирдің" жетекшісі Ғ.Шаяхметовтың бірыңғай ақпараттық кеңістік керек деп атап өткені жайлы, Әзірбайжандағы үш мұнай келісім-шарты, Молдавиядағы еркін экономикалық аймақ, орыс текстилі мәселесі туралы сөз болды. Ол жайлы БАҚ өкілдері сөз қозғай алмай тұрғанда Саламбекхаджиев батыл ұсынды. Жалпы аймақтарда өмірдің бар екені жақсы көрсетілген. "Мирдің" негізгі мақсаты да сол - жас мемлекеттердің өмірінен қызықты материалдарды эфирге шығару.

"Мир" бағдарламасында мамыражай, бейбіт жағдайлар көбірек көрсетіледі. 22 шілде күні шығарылған ОРТ жаңалықтарына келсек, Шешенстандағы соғыс, теңіз жағалауындағы шахтерлердің ереуілі. Челябинск - Қостанай автотасжолындағы шиеленіс. Ресейліктер салық сұрайды. Ал Челябинскідегі кәсіпорындар Қазақстанға жүгіреді. Осы мәселелер тікелей "Мирдің" тақырыбы болып тұрған жоқ па? Бірақ дәл осы күні "Мир" әйел мен ана тақырыбын қозғап жіберген. Олар дау-жанжал оқиғаларды білгісі келмейді. Тәуелсіз мемлекеттер сенсациялық ақпараттарды пайдалану өнерін меңгерген жоқ. Бірақ, Ресейдегі "ОРТ" мен "РТР" ол жағын жақсы біледі.Ал, "Мир" үнемі өмірдің жағымды жақтарын көрсеткісі келеді. Соғыстар, көтерілістер өмір ғой,шындық қой...

Си-Эн-Эн мен "Мирді" байланыстырып тұрған бір жай- Атлантадағы халықаралық мемлекетаралық телерадиокомпанияның ашылуы еді. Бұл жөнінде "Мирдің" шығарған үш жинағының бірінде жазылған: 1993 жылы көктемде "Мир" телерадиокомпаниясының ең бірінші бағдарламасы "Останкиноның" эфирінен жарық көрді. 1995 жылдан бастап Си-Эн-Эн секілді ғарыштық байланыс жүйесі арқылы өзінің жеке арнасын құрмақ. МТРК-ның бірінші төрағасы, Қазақстанның өкілі Ғаділбек Шалахметов «Мирдің» ең бірінші хабарында Атлантадағы Си-Эн-Эннің штаб-пәтеріндегі ашылу салтанатында сөйлеген сөзінде:- Бізде де осындай керемет аппараттар мен ғарыш арқылы жылдам берілетін бейнебайланыс болады. Біз де халықтар түсіністігі мен бейбітшілік, тыныштық үшін жұмыс істейтін боламыз,- деді. (Бұл “Родники. Мемлекетаралық телерадиокомпаияя'’ жинағынан алынған сөздер. 201 бет. Құжатгар мен материалдар жинағы, ҮІІ шығарылым. Мәскеу, 1994 жыл. Бұдан былай да бұл еңбекке сүйенеміз.)

Бұл ойға Қазақстанның теле және радио корпорациясының вице-президенті М.Қаңтарбаев бірден қарсылық білдірді. “Ғарыштық желіге оралғым келеді. Бұл жоба - алғашқы кезең, мемлекеттердің астанасына ғана белгі беріледі. Әрине, бұл жерде ол сигналдарды ары қарай тарату мәселесі туындайды. Бұл - екінші кезең, бұл үлкен жұмыс. Мұны бірге ойластыру керек. Қандай арналармен, қандай аймақтарға тарата аламыз. Бұл кешенді хабарлар топтамасы.” (186 бет.)

МТРК үшін неге жеке ғарыштық байланыс пен жеке арна ашу идеясына қарсылық білдіріле бастады? Мәселе сол, теория мен тәжірибе қақтығысып қалуда. ҚазҰУ-дың телерадиожурналистика кафедрасының түлегі М.Қаңтарбаев Қазақстанның теле және радио корпорациясының бірінші вице-президенті болды. Оның көріп отырғанындай: ОР-мен эфирдегі орынға талас күн тәртібінен түспейді,қайта айтыс ұлғая түседі.

Неге Қазақстан Си-Эн-Энді көрмейді? Оның бағдарламалары тікелей эфирден беріліп жатқан жоқ па? Өйткені, жеке қолданыстағы параболикалық антенналар жетіспейді. Ол өте қымбат тұрмайды да. Бар-жоғы бірнеше жүз доллар. Не бір екі мың болуы мүмкін, құрастырылуына байланысты. Міне, қазақстандықтарға осы жетпейді.

Неге Си-Эн-Энді немесе "Мирді" кәдімгі телеарналардан көрсетпейді? Өйткені, олар бос емес. Олар "ОРТ" мен "Ресей" көрсетілімдерін Қазақ телевизиясының бірінші арнасы арқылы трансляциялайды. Міне, осы бағдарламалар Қазақстанның эфирдегі желісімен көрермендер үйіне 100 пайыз таратылуда. Қазақстан телевизиясы екінші бағдарламасының хабарлары территорияға 60 пайыз ғана көрсетіледі. Алматының аумағында олар дециметрлік толқынмен таралады. Неге оларды метрлік толқындармен беруге болмайды? Өйткені метрлік толқындарға тек төрт қана арна сыяды. Бұл шектеулі. Жердегі таралым үш-төрт арнаға гана есептелген.

Онда неге Қазақстаннан Россия арнасын шығарып тастамасқа? Тырысып көрдік. Неше түрлі әңгімелер өрбіп кетеді. Енді бірі «Изаураны» көре алмайтын болдық десе, енді бірі тағы бір нәрсені шығарады. Қазақстандағы миллиондаған орыс тұрғындарының көзқарасын ескермесек, тағы болмайды. Шындығында "Мир" де орыс тілінде жүргізіледі. Мүмкін МТРК бағдарламаларының деңгейін көтеру керек шығар? Не үшін? Осылай ресейлік мамандар ойлайды. Оның ішінде Қазақ университеті журналистика факультетінің түлегі - Геннадий Шипитько да бар. Ол бүгінде жақсы журналист, Останкино телерадиокомпаниясы төрағасының орынбасары. “Мирдің” директоры Н.Белканова оның және өзінің әріптестері мен басқа да мәскеулік журналистердің сөзін келтіреді: -Директорлар кеңесінде естідіңіздер ме, бізді қалай төмендетіп тастағанын? "Мир" жай ғана әлсіз арна, ал, мемлекет аралық арна ретінде "Останкино" болады деп. Ал біз онда қатардағы жұмысшы ретінде ғана қаламыз. Кейіннен мәскеуліктер "Мирдің" қызметін атқарудан бас тартты. Олар МТРК бағдарламаларының деңгейін көтеру керек деп кеңес бермеді де. Бір айдан соң мұның бәрі анықталды да, төраға орынбасары Г.Шипитьконың өзі маған: "Останкино мемлекетаралық компания болмайды, уайымдамай-ақ қойыңыз. Оларды ТМД халықтарының өмірі қызықтырмайды да", - деді. Шипитькомен әңгімелескенде мен бұл арна өте сапалы болатынын атап өттім. Өйткені оның негізі құрылып қойған еді. Жауап ретінде ол: "Мүмкін сіздердің компанияларыңызға бұл қажет те емес шығар. Аймақтық телеарна болып қала берсін. Батыста да аз ұлтты халықтарға арналған арна бар ғой" (97 бет) - деді.

Содан бері "Останкиноның" аты ауысты. Эфирді біресе азайтып, біресе кеңейтіп жүріп, кейін ТМД туралы айтуды қойды. Ресей телевизиясы эфирден алып тастаса да "Мир" өмір сүріп келеді.

Негізінде МТРК Украинаның бастауымен ұйымдастырылған. Дәл осы республика бүгінде оның бағдарламасы аясына енбей отыр. Бастама Өзбекстанда жүзеге асты, бірақ Өзбекстан 0 сом, 0 тиын жарна төлейді.

1992 жылы 15 мамырда Ташкентге болған ТМД басшыла- рының кеңесінде шешім қабылданды. «Укаринанынң бастамасымен жүзеге асырылатын мемлекет аралық телерадиокомпания МТРК-ның акционерлік қоғам болуын қолдаймыз",- деді. Бұл құжатқа Армения, Белоруссия,Қазақстан, Қырғызстан, Ресей, Тәжікстан, Өзбекстан, Украина мемлекеттерінің басшылары қол қойған. Бүгінде жарнаны толықтай тек қана үш мемлекет төлеп отыр: Қазақстан, Ресей, Армения. Өзбекстан мен Молдавия бір тиын да төлемейді. Белоруссия тек аз ғана мөлшерде төлеп келеді. Яғни, 40 миллион рубль, негізінде 200 миллион болуы керек.

Ол шамамен 40 мың доллар. Шетелдік бір орташа автокөліктің құны.

|  |  |
| --- | --- |
| 1994 жылы төленген жарна төмендегідей: | |
| Армения республикасы | -200 |
| Беларусь республикасы | -40 |
| Қазақстан республикасы | -200 |
| Қырғызстан республикасы | - 137 |
| Молоава | -0 |
| Ресей федерациясы | -200 |
| Тәжікстан республикасы | - 100 |
| Өзбекстан | -0 |
| Ресейге таңғалуға болмайды. Олар МТРК-ға Мәскеу мен | |

Санкт-Петербургтен студия ашып берді. «Бүгінде Ресей адресіне қысымшылық жасауда деген сияқты көптеген жағымсыз пікірлер айтылып жатады. Дегенмен, «Мирде» барлық эфир тең дәрежеде көрсетіледі. Ресей федерациясы төлемнің 64.0 пайызын көтеріп отыр. Ресей қаржылық қиындықтар көріп келе жатса да, қаржыландырып келеді»,- деп астарлы пікір білдіреді. /188 бет/

Әзірбайжан МТРК-ға (халықаралық телерадио компания) бірдсн кірмеді. Бірақ олар ақпараттық тұрғыдан қандай пайдасы болатынын түсінген кезде: «...Әзірбайжан туралы Ресей эфирлерінде аз орын беріледі және қандай дәрежеде?» деген сияқты жайларға тосқауыл қойылды. Құдайға шүкір, ел басшылығына Гейдар Алиев келді. Ол кісі бұқаралық ақпарат құралдарының не екенін жақсы түсінеді, сонан соң бірдсн “Мирге” кіріп, Әзірбайжан оның бірден бір мүшесі болады деп шешті. /169 бет/ Арменияның ойынша, бұқаралық ақпарат құралдары елдің басшылығы мен оның өркениеттілік дәрежесін анықтайды.

“Мир” тек өз ойын білдіруге жол ашып қана қоймайды, ол әртүрлі ұлттың БАҚ-тарының дамуына әсер етеді. Сіздер білесіздер ме, ұлттық кинематография деңгейі қандай дәрежеде еді? “Мирдің” көмегімен ең маңызды фестиваль өткізілді. “Фест-94” бейнеальбомында ең таңдаулы фильмдер топтастырылып, оны "Мир" тарататын болып шешті.

МТРК төрағасы Ғ.Шалахметов бұрын орталық телевидениеге кіру қиын болса, бүгінде “Мир” үш есе көп уақытты ұсына алады дейді: "Мен Қазақстан мемлекеттік телерадиосының төрағасы болдым. Сол кезде менің есімде Қазақстан орталық телевидениеге өз бағдарламасын көрсету үшін тоқсанына екі сағат алғанына қуанатын едік. Бүгінде әрбір мемлекет жалпы эфирге шығу үшін үш есе көп уақыт ала алып отыр. Мұның өзі бізге аз. (165 бет)

"Мирді" белсенді тұтынушылардың бірі - Қазақстан. Республиканың жетекші телекомпанияларымен бірге мұнда "Наурыз", "Абай жолы", "Дала дидары", "Невада-Семей" сияқты хабарлар дайындалған. Олар әріптестер тарапынан жақсы бағаланды. Шыңғыс Айтматовпен болған сұхбат әсерлі өтті. Қазақстанда ақпарат алмасу мүмкіндігі де жолға қойылды, “Мирдің” Қазақстанға көмектесуі үшін.Корпорация ақпаратгы тарату көлемін ұлғайтқанымен, ақпараттар легі жетіспеуде. Қазақстан корпорациясы "Мир" бағдарламаларын жазып алып, белгілі бір уақыттарда бірінші арнадан беріп тұрмақ. Ал олар республикадан ақпарат алмасу жағынан көмектесуін сұрайды. "Мирдің" қазақстандық филиалы өзінің тілшілер қосындарын Шығыс Қазақстанда, Екібастұзда және Павлодарда ашып отыр.

Болашақта «Мир» бір полюсті, полюсті, көп полюсті нұсқаларда дамымақ. Бір полюсті жүйеде бағдарлама Мәскеудегі студиядан тікелей беріледі. Ақпараттарды жинау, өңдеу, тарату көпұлтгы шығармашылық редакцияның иелігінде болып, кезектесіп эфирге шығып тұрмақ.

Полюсті жүйеде Достастық елдердің астанасынан хабар таратылып отырады. Көп полюсті жүйенің бір жақсы жағы – сол күні эфир қай елдің иелігінде, сол ел өмірінен деректі материалдар беріледі. Тағы бір жағымды тұсы- плюрализмге ( пікір алуандығына) жол ашық."Мир" ашылғаннан бұрын осы еңбектің авторы Мәскеуден республикалардан хабар беріп тұратын, тек ресейлік әріптестер араласпай, өңдемей хабарлар тарататын телеарна ашу туралы ұсыныс жасалаған еді. Мұндай тәжірибелер Германияда, Си-Эн-Энде бар. Сондықтан “Мирдің” филиалдарын ашуға, хабар тарауына мүмкіндік жасау қажет.

Бүгінгі технологияны ескерсек, "Мирді" бір полюсті немесе көп полюсті жүйе емес,екеуінің біріктірілгенін ескеру керек. Әрине, ақпараттық хабарды дайындайтын, фильмдерді таңдайтын және ойын-сауық бағдарламаны ұйымдастыратын бір орталық керск. Көбіңде бағдарламаның 50 пайызын өздерінің жаңалығымен, деректі фильмімен, көркем бағдарламаларымен филиалдар дайындайды. Егер де бір күнді түгелімен сол филиалға беретін болсақ, онда басқа республикаларға қызықсыз болып қалуы мүмкін. Көбінесе көрші мемлекеттерде болып жатқан оқиғаларды, әр тарапты қамтығаны қызығырақ. Егср бір күнді түгелімен бір филиалға берсек - бұл Достастықты біріктіру емес, бөлу болып табылмай ма?

Сөз соңында тағы “Мирдің” жинағынан бір сын:"Көріп, тыңдау қызықсыз. Қосып қалсаң - Ғаділбек Шалахметовтың біреуге сұрақ қойып отырғанын көресің. Жоқ, сенбі күні ертемен мұны көргенше басқа арнаға қою керек..." (204 бет).

Және бірі: "...Алайда кілең жақсы істерге, бейбіт тақырыптарға құрылған МТРК хабарлары бәсекеге жарамас.» Тағы бірі: « шындықтың белгілері бар ма материалдарында,кең аудиторияны қарата ала ма?» (207бет)

Си-Эн-Эннің бәсекелестері - журналистиканың алып киттері- "ОРТ", "Россия", "НТВ"-мен үзеңгілес. Олардың барлығын "Мирге" тартса ше? Бір Невзоровтың өзі бүкіл көрермендерді "Мирге" қаратпай ма? Караулов та, КВН де эфирді мықты меңгергендер.

Бәсекелестік үшін орталық эфирден ығыстырылған хабар- ларды “Мирге” алып келсек қалай болар екен? 56 бағдарлама жоғалып кетті. Солардың біразын бәсекелестікті дамыту үшін алып келген жөн болар еді.

**ҚАЗІРГІ АҚПАРАТ ТАРАТУ ӨНЕРІ**

ЕШ НӘРСЕ ЖӘНЕ ЕШТЕҢЕГЕ

Ақпаратсыз ең мықты саясаткер, ең күшті мемлекет, ең мықты халық ешкімге айналады. Барлығы да белгілі бір оқиға туралы ақпараттан мағлұмат алады. Журналистік ақпаратсыз барлығы да ешкім емес, нөлге тең, ештеңеге қажетсіз зат сияқты болып қалады.

Ақпараттың маңыздылығы жөнінде талай талас-тартыс болған. Екатеринбургте болған 1995 жылғы халықаралық ғылыми-практикалық конференцияның қорытындысын алсақ. Белгілі профессор В.Фоминыхтың «Таза деректер» жөнінде» баяндамасында, доцент Л.Кроповтың “Күнделікті өмірдің құпиясы немесе ақпаратқа деген шеттетілген көзқарас” атты хабарламасында деректің астарынан не түсінуге болады деген мәселеге қайтып оралады. Олардың қорытындылары белгілі еңбектерге сүйенеді. Н.Винер «Кибернетика немесе жануар мен машинаның байланысын басқару». (М:1968); Л.А.Петрушенко «Кибернетика сәулесіндегі материяның қозғалысы» (М.1971); С.Ф.Мартынов «Ғылыми деректерді философиялық сараптау» (Саратов.1975 ). Н.Е.Рыбаков «Дерек. Тұрмыс» (Екатеринбург, 1994). Осыларға Қазандық зерттеуші В.Фоминнің монографиясын, сонымен қатар, мәскеулік Е.Прохорова, Я.Засурский, Ю.Орловаларды қосуға болады.

Фоминнің соңғы қорытындысы бойынша "таза деректер" мен "таза шындық" болмайды. Ол қандай тақырыпқа арналмаса да жеке өмір немесе басқа бір жайт болсын, редакциялық ұжым белгілі бір құндылықтарға сүйенеді. Тоталды идеология жойылып еді, оның орнына жүздеген идеологтар келді. Адами қоғам белгілі бір интеллектіге сүйенетін болған соң, ешкім де әлемдік көзқарастан еркін бола алмайды. Тіпті тәуелсіз деген ұранмен жүретін редакция да одан құтылмайды. (Бұқаралық коммуникация достастығы аясында. Тезистер...Екатеринбург, 1995 жыл (47 бет).

Өзіңнің достарыңмен, әсіресе, жасы үлкен болса дауласуға болмайды. Сонымен ақпаратқа деген көзқарастың дамуын айтып кетейін. Өткенде ғана ақпараттың объективтілігіне деген қажеттілік туындап жатыр еді. Бүгінде оның субъективтілігі басым болып қалыпты. Бірақ, бұл алға жылжу емес, ақпарат мәселесінде ұсынылған жаңа тәсіл де емес. Алдыңғы оппоненттерді қайталау болып шығады.

Бұдан қандай қорытынды жасаймыз? Біз ақпарат пен дерекке қатысты алты жағдайды ұсынамыз:

1. Ақпарат жоқ болса, қоғам үшін шындық жоқ. 2. Ақпарат болған оқиғаның шындығын өз мәнінен төмен бейнелейді. 3. Ақпарат шындықты шынайы етіп көрсетеді. 4. Ақпарат бірін бірі толықтырып, шындықты түрлі көзқараспен көрсетеді. 5. Ақпарат болған жайтты одан да күштірек бейнелеуі мүмкін. 6. Ақпарат таратушылардың өздері дерек пен оқиғаны ұйымдастыруы мүмкін.

Ақпарат дегеніміз - күнделікті тұрмыстық шындықтың санадағы көрінісі. Ақпарат -нақты шындықты субъективті (жекелей, қоғамдық,журналистік) сезіну. Ақпарат- тұрмыстан шындықты алып, қоғамдық санаға айналдыру. Ақпарат- шын оқиғаны шынайы болды дейді. Ақпарат оқиғаны шынайы көрсете алмауы да мүмкін, онда шындық түкке тұрмай қалады. Ол мемлекеттің, қайраткерлердің өмірін керісінше көрсетуі мүмкін. Немесе тым әсірелеп беруі де ғажап емес. Ақпарат болған жайтты әр қырынан, көзқарастарды сәйкестендіріп беруі мүмкін.Бір пікір шындық, қалғаны жалған деуге де болмайды. Ақпарат тек болған оқиғаға ғана емес, оны хабарлағанға да, яғни қоғамға да байланысты. Аудитория сапалы, элитарлы болғанда ақпараттың қабылдануы да тиімді. Аудитория жетімсіз ақпарат алғанда олар «сары басылымдарға» жүгінеді. Бірақ, оларға ұсынылатын ақпарат біреу.Ақпарат аудитория деңгейіне сәйкес келуі керек. Тек ақпараттандырып қана қоймай, сол аудитория санасына қалай жетті, міне, соны білу маңызды. Ол үшін қоғамдық пікірді білу керек. Ақпаратсыз еш нәрсе болмайды. Ешқандай қоғам ақпаратсыз өмір сүре алмайды.

САПАЛЫ ӘРІ ТАНЫМАЛ АҚПАРАТ

Газеттерді аудитория деңгейіне байланысты бөліп шығару Англияда кең етек жайған. Онда сапалы не танымал екенін бірден аңғаруға болады. Соңғы жылдары олардың шекаралары жақындағанын, ортақ деңгейлері көтеріліп келе жатқанын байқауға болады.

Ұлыбритания оқырмандарды қандай әлеуметтік топқа жататынын жіктеп қойған. С.Бегловтың “Ғасыр тоғысындағы "Британ баспасөзі" (Мәскеу, 1995 жыл) монографиясында осы топтарды бөліп қарастырады, А,В,С-1,С-2, Д, Е деп бөледі. «А тобы - басқарушы элита. В тобы - жоғары орташа топ( яғни жоғары жалақылы, буржуазиялық интеллигенция ортасы), С-І тобы - орташа байлар, шенеуніктер, жоғары сапалы жұмысшылар, бір сөзбен айтқанда жай орташа топ, С-2 тобы - мамандандырылған жұмысшылар, ұсақ ауқаттылар, қатардағы қызметкерлер. Д тобы - әртүрлі жұмысшылар мен төмен жалақылы еңбеккерлер. Соңғы, Е тобы - оқушылар, зейнеткерлер, жұмыссыздар. Шәкіртақы мен мемлекеттік жәрдемақыға өмір сүретіндер /6 бет/.Зейнеткерлерді соңғы топқа қосқанына келісуге болмайды. Бізде олар белсенді оқырмандар. Тіпті жоғарғы топтағылардың да газеттерін оқиды.

Оқырман деңгейін ақпараттың бағдарынан аңғаруға болады. Сапалы, элитарлы газеттер ақпараттандырады. Ал танымал газеттер қызықтырады. Жарнама берушілер де өз материалдарын оқырмандардың деңгейіне қарай береді. Олардың топтары кеңірек. Біріншіге АВС-1 тобын жатқызса, екіншіге С-2, Д,Е тобын жатқызады.

Сапалы газеттер жанрына қарай ерекшеленеді. Онда ақпарат кең сарапталады, сол күннің маңызды оқиғаларына арналған редакциялық мақалалар, аналитикалық сараптамалар, эссе, қоғам қайраткерлерінің мәдени, діни, саяси тақырыптардағы ашық хаттары басылады. Тілі - университеттік, жоғары білімді адамдарға ғана түсінікті.

Қызық, қазақстандық «Караван» газеті қандай топқа жатады екен? Алдымен сары басылымдардың ерекшеліктерін атап өтейік. Олардың негізгі тақырыптары- даурықпа материалдар, танымал адамдардың жеке өмірі, қылмыс хроникасы, жыныстық мәселелер, сыйлықтар ұтысы, лотереялар, спорт және спортшылар өмірі.

Сапалы газеттердің қатарында "Таймс", "Фрайнэшнл таймс", "Гардиан", "Обсервер"...тұрса, ал танымалдардың қатарына: "Сан", "Дейли миррор", жексенбілік "Ньюс оф уорлд", "Пипл" жатады. Соңғы жылдары "Дейли мейл", "Тудей" сияқты газеттер аралас болып шыға бастады.

1991 жылдары танымал басылымдарға деген қызығушылық төмендеп, керісінше сапалы газеттерге деген оқырманның ынтасы арта түсті. Танымал газеттердің бір күндік тиражы 8 пайызга төмендесе, сапалы газеттердің тиражы 10 пайызга дейін өсті.

Сары басылымдар оқырманды өздеріне тартудың түрлі айла-амалын қарастырып жатты. Мәселен, лотереялар мен байқаулар жайлы көп жаза бастады. Газеттің түрлі-түстілігне де мән берілді. Бірақ, түрлі- түсті фотосуреттер мен хабарландырулар сапалы газзетерде де болды. Кейбір газетгер бағасын екі есеге дейін төмендетті.

Англияда, АҚШ-та, Францияда көптеген ірі газеттер телевидениеге бет бұрып, студиялар мен арналарды сатып алып жатты. Ақпараттық агеттіктер арнайы бейнесюжеттер шығара бастады. Рейтер ақпарат агенггігі 1990 жылдардың басында «Висньюс» бейнеқызметін сатып алып, оны «Рейтер-ТВ» деп өзгертті. Бүгінде Рейтер телеграф агентгігі әлемнің он шақты елдерінде жаңалықтардың теленұсқасын таратады. Рейтер басқа фирмалармен серіктесіп, Ай-Ти-Эн британдық коммерциялық телевидениесінің ақпараттық қызметін қайта құруға кірісіп кетті. Мақсат – соның негізінде тәуелсіз халықаралық тележаңалықтар агенттігін құру.

Британиядағы көптеген газет баспалары өз капиталдарын телевизиялық бизнеске салғысы келеді. 1993 жылы Пирсон компаниясы “Темз телевижн” атты ірі продюсерлік компанияны сатып алды. "Иоркшир" телевидениесінің және "Астра", "Голд" ғарыштық компанияларының акция пакетін сатып алған еді.

Қазақстандық “Караван” КТК-ға қарсы істе жеңіске жетіп, осы арнаға иелік етті. Ұлыбританияның үкіметі осы тенденцияға оң көзқараста болып, 1995 жылы газет шығарушылардың телевизиялық кәсіпорындармен араласуына рұқсат берді. Бірақ телевизияның акцияларын газет иелене алмайтындай шектеу қойды.

Зерттеу жұмыстары көрсеткендей, ойын-сауықтық бағдар- ламалары бізде де шетелдердегідей көбірек таралған. Әсіресе, алыс шетелдерде орын алған. Италияда телехабарлардың 88.6 пайызын жеңіл, ойын-сауықтық бағдарламалар құрайды. Ресейде - 20,7 пайыз. Италиядағы коммерциялық арналарда ақпараттық хабарлардан гөрі ойын-сауықтық бағдарламалар 20 есе көп. Мұндай ойын-сауықтық бағдарламалар танымал газеттермен мәндес келеді.

Алматы коммерциялық телевидениесін көріңізші: онда көпшілігі гедонистік ( Гедонизм - [ежелгі грек](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=kk&prev=search&rurl=translate.google.com&sl=ru&sp=nmt4&u=https://ru.wikipedia.org/wiki/%25D0%2594%25D1%2580%25D0%25B5%25D0%25B2%25D0%25BD%25D0%25B5%25D0%25B3%25D1%2580%25D0%25B5%25D1%2587%25D0%25B5%25D1%2581%25D0%25BA%25D0%25B8%25D0%25B9_%25D1%258F%25D0%25B7%25D1%258B%25D0%25BA&xid=17259,15700023,15700124,15700186,15700191,15700201,15700237,15700242,15700248&usg=ALkJrhiMfQ_ITnXmu0aM9zabunxSmecYXQ) тілінен аударғанда «рахат, ләззат» ,  [рахат өмірдің](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=kk&prev=search&rurl=translate.google.com&sl=ru&sp=nmt4&u=https://ru.wikipedia.org/wiki/%25D0%25A3%25D0%25B4%25D0%25BE%25D0%25B2%25D0%25BE%25D0%25BB%25D1%258C%25D1%2581%25D1%2582%25D0%25B2%25D0%25B8%25D0%25B5&xid=17259,15700023,15700124,15700186,15700191,15700201,15700237,15700242,15700248&usg=ALkJrhik1jGFbv_kB7HXhG6rNZOutu1yhw) ең жақсы игілігі мен мәні, яғни, рахатқа жету құралы) көңіл-күйді көтеретін хабарлар береді, көп сериялы фильмдер, концерттер, қызықты бағдарламалар. Ал, "Ғажайыптар алаңы"(Поле чудес) мен "Әуенді тап!" (Угадай мелодию)ше? Күн сайын таңертең және кешке қайталап көрсетеді. Олар қандай ақпарат береді? Тек эмоция.

Міне, сондықтан да ақпараттың абсолютті нақты анықтамасы жоқ. Ғалым П.Кропатов: "Ақпарат - ғылым картасында ақтаңдақ болып қала береді", - дейді.

Сондықтан да Англия газеттерінде аудитория: «газет беттеріндегі әртүрлі лотереяларға, ойындарға, олардың ұтыстарына қанағаттанарлық деңгейде». (С.И.Беглов, Британ баспасөзі...32 бет)

"Сан" газеті әртүрлі даурықпалы, көңіл-күй материалдарын ойлауды қажет етпейтін дүниелерді аудитория тапғамына қарай береді. 1994 жылы ол газет 25 жылдығын тойлады. Мэрдоктың концернінің қол астында. Оны Британиядағы сенсациялық журналистиканың көшбасшысы санайды. Оның әр санының мазмұны жыныстық қатынас, сенсация, қылмыс, спорт сияқты қатармен жарияланады. Тіпті мерейтойлық саны да осылай жарық көрді, тек жалаңаш қыздардың (topless girls) 25 фотосуреті берілген. Біздің салмақты газеттерімізде жазылу науқаны басталғанда осылай жасала ма? "Извсстия" Мадоннаның жалаңаш түскен суретін жарияласа, "Труд" газеті Египет туралы материалында жалаңаш қыздардың суреті берді.

Осы секілді ақпарат бергені үшін салмақты газеттер көпшілік сары басылымдарын айыптайды. Ал кейде өздері де сондай тәсілдерге жүгінеді. Әйтпесе, «Дейли телеграф» элитарлы газеті король династиясының ішкі отбасылық мәселелеріне 7 бетін арнай ма? Құрметті "Таймс" газеті 6, ал салмақты "Гардиан" мен "Индепендент" әрқайсысы 5 беттен арнаған.

Атақты журналист С.Беглов "Ғасыр тоғысындағы Британ баспасөзі" (Мәскеу, 1995) кітабында қай газет бұқаралық сипатта, қайсысы сапалы екенін оқырман талғамы шешеді деген қорытынды шығарады. Сары басылымдардың, шоу бағдарламалардың көбеюі салмақты басылымдарды, сараптамалы материалдарды ығыстыруға бет алды. Өмірлік қажеттіліктер арқылы оқырмандар санын көбейту қиындыққа айналуда. Бұрын мұндай жайлар үшін редакторлар мен журналистерді айыптайтын. Енді елдің аудиториясының сұранысына қарай қызмет ету керек болды.

Ақпараттың бағытына басқа да факторлар әсер етеді. Мысалға, басшылардың монополизмі. Бұл өте маңызды мәселе, көптеген елдер монополизммен күресті заңды тұрғыда қарастыруда.

АҚПАРАТТЫ МОНОПОЛИЗАЦИЯЛАНДЫРУҒА

ҚАРСЫ КҮРЕС

Бұл жерде Францияның демократиялық басымдығы туралы сөз болмақ. Ежелден өзінің еркін баспасөзі туралы заңы бар бұл ел, 1984 жылы жаңа жобасын қабылдады. Ол концентрацияны ([концентрация](https://gallicismes.academic.ru/20345/%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F) — concentration –бірігу,топтасу дегенді білдіреді) шектеу, қаржылық жариялылық пен баспасөздің плюрализмі туралы еді. Сол заң бойынша биліктегі бір адамның қолында капитал он пайызбен шектелуі керек. Парижде де, аймақтарда да басылымы бар топтардың таралуы ұлттық газеттер он пайыз, аймақтық он пайыздан аспауы керек.

Қаржылық жариялылықты қамтамасыз ету үшін мына талаптар қойылады: таралымы туралы мәліметті жариялап тұру, жыл сайын қаржылық есеп беру және негізгі акционерлердің тізімін беру, 20 пайыздан артқан акцияның сатылуы туралы мәліметтерді хабарлау.

БАҚ үшін ұзақ нәтиже берген 1986 жылғы заңда Франция территориясында жеке телестанциялар ашуға рұқсат берген құжат болды. ТФ-1 арнасының бағдарламаларын жекеменшікке беру туралы, БАҚ-тың капиталын 10 пайыздан 25 пайызға дейін шоғырландыруға рұқсат берілді.

Бұл мәліметтер Қазақстан үшін маңызды ма? Әрине. Дәл Қазақстанда баспасөзді топтастыру науқаны екпінді жүріп жатқан жоқ па? “Караванның” жұма күнгі шығатын саны басқа республикалық газеттердің бәрінің тиражын жабады. “Караван” басқа да басылымдарды иеленді. «Караван» телевидениені де жаулап алды. Бұл концерн өзінің жеке каналын аша алмаса да, "КТК"-ны сатып алған болатын. Бүгінде көпшілік “Караванша” ойлайтын деңгейге жетті.

“Караван” барлық жарнаманы жаулап алды. Көптеген мемлекеттерде жарнама комитеттерде топтастырылады. Сол жақтан кейбір төмендеу басылымдарға жібереді. Неғүрлым көп газет болса, неғұрлым телебағдарламалар мен радиостудиялар көп болса, соғұрлым баспасөз еркін болады деп есептейді олар, сондықтан да жарнама арқылы қолұшын созады.

Францияда монополиямен күрес бірнеше бағытта жүргізіліп келеді. Л.В.Шарончикованың "Францияның баспасөзі" (Мәскеу. МГУ, 1995) атты кітабында тиражды шоғырландырудың көлемін келтіреді. Олар 10 мен 25 пайыз арасында тұр. Францияның БАҚ-ының дамуы отбасылық жең ұшынан жалғасушылармен күреспен қатар жүріп келеді. Баспасөзді бір ғана кәсіпкердің бақылауынан шығаратын және масс-медия мамаңдары менеджерлердің журналистік істермен шұғылдануына жол ашатын акционерлер санын ұлғайту жолға қойылуда.

Бұл дегеніміз, «Караван» мен оның басылымдарын жойып жіберу деген сөз емес, Францияның өзі монополиямен күресе отырып, баспасөзді 10 мен 25 пайыз арасында шоғырландыруға рұқсат берді. Ірі монополиялар баспасөздің сапасын барлық жағынан көтере алады. Тек жоғары сапалы басылым арқылы Франция басқа елдермен тіл, мәденист, имидж жағынан тең дәрежеде бола алады. Әңгіме монополияға айналып кетпеу,ондай болғанда барлығы бірдей ойлап, бірдей көрсетіп кетер еді. Бұл жайлы көптеген елдер түсініп, күресіп келеді. Англияда баспасөздің көлденең (вертикальды) моделі қалыптасқан, онда барлық аймақтарда лондондық басылымдардың дәрежесі жоғары болып тұрады. Қалған баспасөз - аймақтық, ұсақ жергілікті басылымдар. Лондонда фамилиялас магнаттар өркендеген. Бүгінде олар азайып келеді. Мемлекеттік телеарналармен бірге Англияда жекеменшік арналар да дамып отыр.

Зертгеуші Л.Шарончикова “Франциядағы баспасөз 80-90 ж.ж” атты монографиясында: Францияда соңғы он жылдықта баспасөзді топтастыру үздіксіз жүріп жатса да, Ұлыбртания, Германия, Италияда басқа да Европа мемлекеттеріне қарағанда бәсең. Күнделікті газеттердің тираждары да жоғары емес. Ең көп таралатын Уэст-Франс газеті 800 мыңдай дана. Англияда 6 күнделікті және 7 жексенбілік газеттердің әрқайсысы 1 миллион данамен таралады. Жапонияда 5 күнделікті газеттің әрқайсысы 2 миллионнан астам данамен таралса, 2 газет 10 миллион данамен таралады. /Мәскеу. 1995 жыл. 15 бет/ Яғни, көптеген мемлекеттер ақпарат тарату жолында монополиямен күресуде.

Журналистика мен полиграфия деңгейін көтеру үшін бәсекелестікке жол берілетіні мәлім жай. Сол арқылы ұлттық журналистиканың деңгейі артады.

МУЛЬТИ-МЕДИА

Баспасөздегі монополияға қарсы күрес үнемі үлкен конгломераторлардың, (конгломератор- біріктіруші,аралас, құраушы деген мағынаны береді)бір қолға газет, кітап шығаруды, теле және радио бағдарламалар жасауды алушылардың әрекетіне қарсы параллельді жүріп жатады. Англияда мультимедиалау процесін Руперт Мэрдоктың жаһандық БАҚ империясымен байланыстыруға болады. Францияда Ашетт мультимедиа тобы алуға болады. Оның сауда айналымында 1989 жылы 29 миллиард фр. ал, 1995 жылы 38 миллиард фр. болды, яғни, 5 есеге көбейген.

Ашеттің 40 пайызы кітап пен мерзімді баспасөздің таралуына кетеді. Ашеттің дүңгіршектері барлық жерде: метро, аэропорт, вокзалдарда орналасқан.

Ашеттің баспа тобы Матрдың әскери-өндірістік тобымен бірікті. Газеттсрдің жазылуы бойынша, үлкен мульти-медиа қүрылды. Олар туралы «оқулық пен энциклопедиялардың шығарылуынан бастап, ғарыш кемелерін ұшыруға дейін болатын мультимедиа құрылды» газеттер жазып жатты. Мұндай топ Францияны Еуропадағы ақпарат кеңістігінде көшбасшы етуі мүмкін еді. Бірақ, монополияға қарсы күрес тобы жеңіп, топтың бөлінуіне тура келді. Бүгінде Ашетт - үлкен күш иесі. Оның тауар айналымы - жылына 1,3 млн. фр.,1800 қызметкері бар, 4 күнделікті газеті жұмыс істейді. Ашетт «Мондпен» жаңа технологиямен жарақтанатын баспа кешенін салуға келісімшартқа қол қойды.

Ашетт шығаратын кітаптар әлі де бірінші орында әрі арзан болып келеді. Жыл сайын Германиядагы Бертельсман концернінен ғана артта қалып отыр.

Ашетг "Эроп-1" радиостанциясының акция пакетін де сатып

алды.

ТРАНСҰЛТТЫҚ КОРПОРАЦИЯЛАР

Мультимедиа көбінесе бір елдің аумағынан шығып,солардың БАҚ- тарын сатып алып, өз өнімдерін басқа елдер қызығушылығын арттыра отырып шығаруда.

Осылайша франциялық Ашетт тобы АҚШ-тағы Кюртис компаниясын сатып алды. Ол компания журналдар тарататын.

1988 жылы американдық Гролиер тобының акция пакетін иеленді. Олар балалар әдебиетімен қатар энциклопедия,балалар әдебиетін, танымал кітаптарды шығара отырып трансұлттық көзқарасты дамытты. БҰҰ-ның анықтамасы бойынша жылдық айналымы 100 млн. доллардан асатын және кем дегенде 6 елде филиалы бар фирма трансұлттық корпорация деп аталады.

Трансұлттық бағыт ақпараттың табиғатын өзгертті. Ол енді көптеген басқа елдердің көзқарастарына да жауап іздейді. Осылайша «Ашетт» 2000 жылға қарай Гролиердің көмегімен энциклопедияларды жеті түрлі тілде шығарып, таратуды мақсат етеді. Ол миллиондаған оқырмандарды қамтитын болады. 1988 жылы лазерлі дискге жазылған электронды сөздік шығарылды.

Бүгінде АҚШ-та ағылшынша-орысша және орысша- ағылшынша электронды сөздік шығарылған. Ондағы ағылшын сөздерінен американдық акцент білініп тұр. Көлемі қалта компьютері секілді. Сөздікте сонымен қатар сағат, электронды ойындар, 240 мың сөзге есептелген грамматикалық, құқықтық және қаржы терминдері бар. Және сіздің тілегіңіз бойынша жаңа сөздер де бере алады. Бізде де осындай қазақ тілімен, жалпы түркі сөздерімен беретін сөздік болса ғой.

Трансұлтгық компаниялар тақырыбын кеңес одағы маңына бұрын топтасқан мемлекеттер деректерімен жалғастыруға болады. «Эрсан» трансұлттық франциялық мультимедиялық тобы банктегі несиені жабу үшін 10 польшалық журнал мен газетті сатып жібереді. Бірақ «Эрсан» “Речь Посполитая” газетіне қатысты 49 пайызын өзіне алып қалады. Венгрияда оған “Мадьяр немзет” газетін сатуға тура келеді. /Л.В.Шаранчикова "Франция баспасөзі" 80-90 ж.ж (М.1995 ж.) 30 бет/ Ресейде шығатын "Деловые люди" журналының шығуына да «Эрсан» атсалысуда.

Әрине, журналистиканың шындық теориясымен айналысатын адамдар үшін Эрсан сатып алған венгриялық, польшалық және ресейлік басылымдар Францияға қатысты объективті ақпаратты бере алады деп күтеді .Бірақ оның қарсыластары олай ойламайды. «Эрсан» Ашеттен аймақтық ірі газетін сатып алған кезде Франция журналистері қоғамының федерациясы келісім шартты жоққа шығарғысы келді. Өйткені, «Эрсан» тобы 1986 жылы заңмен рұқсат етілген 30 пайыздан асырып отыр. Негізінде француз тобы сол франциялық топтан франциялық аймақтық газетті сатып алып отырған жоқ па? Әңгіме капиталдың 51 пайызын сатып алған француз тобы туралы болып отыр.Француз журналистерінің федерациясы бұлай ету монополизациялауға, ақпараттың бұрмалануына әкеліп соғады дейді.Баспаның қожайыны кім болса, шындықтың жүзі солай бұрмаланады деп пайымдайды олар.

АҚПАРАТ ПЕН САЯСАТКЕРДІҢ ИМИДЖІ

Журналистердің айтуы бойынша, олардың негізі мақсаты - шынайы ақпарат жеткізу. Саясаткерлердің ойынша, журналистика олардың бейнесін жақсы жағынан көрсету болып табылады деп есептейді. Олар шынайы бейнені ғана емес, аудитория алдында тартымды етіп көрсетулері керек деп есептейді. Бұл дегеніміз театрландыру ғой...

Классикалық емес,бояма имидж жасаудың үлгі етуге болатын түрі- Франциядағы Людовик XIV деп санайды француздар. Оның дәстүрлі этикеттер сценарийлері, әртүрлі күнделікті күн тәртібі саяси өмірді театрландырып жібергені белгілі. Қазіргі саясаткерлер де осылай жасауда. Өзін қарапайым халыққа жақын екенін көрсеткісі келген Клинтон флейтада ойнайды,жаңа жылдық ас мәзірлерін жақсы дайындайтынымен мақтана алады. Ал, Валери Жискар д Эстен “бай,шонжар” деген атақты естуден тайсалып, қарапайым халықтың жақсы көретін аспабы аккардеонда ойнады. Ол өзінің демократ екенін дәлелдегісі келсе де, тікелей эфир кезінде Париж метросының бағасы қанша екенін білмей, сұраққа жауап бере алмады.

Эдуард Балладюр сайлау науқанының алдында өзінің халыққа жақ екенін білдіргісі келіп, үстелдің үстіне шығып кетсе, енді бірде ол араб тағамын алжирліктерге ұқсап қолмен жеп көрсетті.

Телевидение ғасыры келді. Саясаткерлер осының мүмкіндігін пайдалана бастады. Ең алдымен киімі мен жүріс-тұрысты қалай ұстау керек екенін үйренді. 1995 жылғы президенттік науқанда саясат пен киім туралы ең күшті сюжет болды. Әрине, саясаткерлер өздерінің қандай екенін көрсеткісі келген жоқ. Олар халық қалай қабылдайды, соған қарай бейімделді.

Зерттеуші Т.Лебедева “Франция билігіне барар жол: президент сайлауы». (Мәскеу. МГУ.1995 жыл.) кітабында өзін әспеттеуге тырысқандарға мысқылмен қарайды. Бізде оны бір жағынан халықты құрметтеумен байланыстырамыз. Телевидение саясаткерді қалай көрсетсе, халыққа ұнау үшін солай болып қалуға тырысады.

Сарапшылардың пікірінше, премьер-министр Балладюр президент тағын армандай жүріп, өзінің талғампаздығын көрсетуге тырысып бақты. Ол ең танымал ағылшын модельдерінің киімін киді. Бірақ, Балладюр - аса бойлы, ірі еркек емес еді. Сондықтан да оның киімін сәл үлкенірек етіп тіктірді, стилистер оның мойынтаққышының да түйінін үлкендеу етіп таққызды.

Барлығы да 1996 жылы Ресейде болған сайлауды біледі. Компартияның үміткері жеңіліп қалды. Мүмкін, оның бет-жүзі бұрынғы басшыларға ұқсағандықтан ба? Францияда коммунистердің атынан Ю.Роберт шықты. Костюм киген кезде көбінесе түймелемейтін, басы тақыр, салмақты емес еді. Бірақ, ол рокты сүйетін, жас кезінде рок-группаның жетекшісі болған. Ол бірінші коммунист - үміткер атанды. Оның бет-жүзі ешқандай абыржуды білдірмейтін: «ФКП үміткерінің артында орыс танкілері де, гулагтар да, дүкен алдындағы кезек те болмайды. Өткен кезеңнің коммунистерінде тек сол жүйенің атына сын айту ғана қалды. Ю ешкімнен қорықпайтын ең бірінші коммунист болды. Бұл бейне оған көмектсеті. (95 бет)

Бұл мінездеме емес. Бұл бір бейнеден екінші бейнеге өтуде телевидение мүмкіндігін сәтті пайдалану үлгісі.

ФКП-ның ұлттық бюро мүшесі Пьер Блотен Робер Юмен өзіндік тренинг өткізіп, айналысты. Шу көтергіш журналистің рөлін ойнап, үміткерді небір сұрақтың астына алды. Юдің ойынша бұл ең ауыр сынақ, сонымен қатар басқа журналистермен кездесуге ең жақсы дайындық еді. Геннадий Зюганов қойылған сұрақтарға шындықпен жауап беруге тырысты. Кез келген сұрақты өзінің көзқарасына, пікіріне,бағдарламасына лайықтап жауап беруге бағыттаған еді.

Алдағы жылғы сайлауда беделқұмарлық картасы ойналады деп француз саясаткерлері дұрыс айтқан екен. Алдағы сайлау науқандарында да осы ойын болады. Алерт Лагие “Форс увриер” қозғалысының үміткері өзінің баратын жерлеріне поезбен жетіп отырған, кей кездері көлікпен. Көз алдыңызға елестетіп көріңізші, біздің үміткерлер солай ете ме?

Францияның саясаткерлсрі де өздерін телекөрермендерге олар да асханада тамақтанатындарын, Францияның түкпіріне барып, демалғанды ұнататындарын, жергілікті мейрамханалар мен дүкендердің иелерімен әңгімелескенді жақсы көретіндерін көрсеткісі келді.

Балладюр болса қаншалықты жақсы киінуді ұнатса да ел алдында қарапайым болып көрінді, тіпті жақсы көретін шляпасы мен гавандық сигарасын да ұмытты.

Францияда Ли Пен, Ресейде Жириновскнй, Польшада “Солидарностьтың” образ бірлігі ұқсайды. Олар мемлекеттік элитаға жатпайды, ұлттық идеяны қозғап, өздерінің пайдасына қолдана бастады.

Телевидение образ жасаудың мықты тетігі. Үміткердің бет-жүзі, дауыс мәнері, іс-әрекетіне ерекше сән беріліп, өзгертіп жібереді. Миттеран өз кезегінде Валери Жискар д Эстеннен жеңіліп қалды. Камера оның аяғын көрсеткенде ол үнемі дірілдетіп отырғандығы білінген еді. Миттеранның жақтастары ол сөйлеген кезде аяғын көрсетуге тыйым салды.

Журналистер Франциядағы еуропалық мәдени дәстүрде теледебаттардың жүргізілуін де қадағалайды. Онда интеллигент адамдардың қарапайымдылығының өзі қымбат әрі кербез киінген болып көрінетін. Тіпті Де Гольдің өзі кеңестерге құлак түріп, телевидениеге шыққанда көзілдірігін шешіп, мәтінді бас алмай оқитын әдетінен бас тартты.

Франсуа Миттеран 1981 жылы алдыңғы шығып кеткен тістерін жұлғызып тастайды. Өйткені олар оның түрін тым озбыр етіп көрсететін.

Телевидение үміткерді өлтіре де алады. Міне, сондықтан Жак Ширак эфирге шығар кезде әрбір майда-шүйдеге мән береді. Митингілерде камераны 12 метр қашықтыққа орналастыртады. Трибунадан сәл жоғарырақ қойылды Ширакты төмен жағынан түсірмеу үшін солай істетеді. Түсірілім сағат 07.00-ге жоспарланды, өйткені сегіз сағаттық тележурналдан көрсетіліп үлгеруі керек болатын.

Шынында телевидение Ширакты жақсы жағынан көрсетуге тырысты. 1995 жылғы сайлауда Ширакты тек Франция ғана емес, сонымен қатар еуропалық, американдық саясаткерлерден жоғары етіп көрсетеді. "Марш века"( Ф-3), "Франс ан -директ" (Ф-2), "Запретная зона" (М-6) бағдарламаларында Ширакты өте білімді, әңгімешіл етіп көрсетті. Ол генерал де Голль мсн Андре Мальро туралы, заманауи мәдениет пен шетел саясаты туралы әңгімелейді. Ол өзінің ескі заттарга деген сүйіспеншілігін, кітап дүкенін аралағанды ұнататынын айтады. Ол әзілді жақсы түсінетінін де байқатты. (62-63 бет)

Тслевидение шындықты көрсеткенді ұнатады. Саясаткерлер телевидениені өздерін жақсы жағынан көрсеткені үшін жақсы көреді. Дегенмен, телевидение саясаткерлердің шынайы өмірін көрсетіп қана қоймай, бүгінгі кейбір өтіріктері ертең шындыққа айналғанын меңзеп, кек алып та қалады.

АҚПАРАТ ЖӘНЕ ТІЛ

Зерттеушілер телевидение тілді қарабайыр етіп көрсетеді деп, оған тыйым салуға тырысады. Аудитория мәтіннің мазмұнын емес, керек сөздерді ғана қажет етеді. Сөз-кодтары аудитория үшін маңызды. Жак Ширактың телесөздігіне назар салсақ, ол өзінің имиджін сақтау үшін ” мен “деген есімдік сөздің орнына Францияның «жанды күштері» деп қолданады. Балладюр болса бағдарламаға шыққан кезде сөйлеген сөзінде «болашақ» дегенге мән береді. Дәл осы сөзді ол 12 рет пайдаланнан. Роберт Ю “мен” деп айтуды жөн көрген. Ал Балладьюр болса "біз" деген есімдікке көп тоқталады.

Энфометрия институты басшылардың сөздік қорына сараптама жүргізген. Олардың зерттеуінше, үш негізгі үміткер басқа бәсекелестерінің есімін айтпаса, қалғандары оны жиі қайталаған.

Телевизия экраны саясаткерлерге қалай сөйлеуді үйретеді. Сол арқылы олар митингіде, министрлер кабинетінде сөйлейтін тілден тамаша сөйлеуге бейімделеді.

Архаикалық, ескірген деген сөзді, 1978 жылы Мишель Рокар осы анықтаманы Митеранның адресіне таңады. Саясатгағы екі жүйені “Ескірген” және “Қазіргі заманғы” деп талқылауды Балладюр жақсы көруші еді. «Антиголлист» - франция саясатындағы ең бір кемсіту көрінісі. «Технокарт» -дегеніміз элитаға жататын, өз жеке көзқарастарын нығайту жолында қызмет ететіндерге арналған анықтама. Бізде оны партократ дейді.

КПФ-ты сынауға арналған ұзақ мақалаларда француздар үшін гулаг, Берлин қабырғасы, орыс танкілері дегсн стереотип сөздермен алмастырады.

Бүгінгі Мәскеудің Шешенстанға деген көзқарасында бір жағынан бандылар құрылымы, террористер, екінші жағынан сепаратистер деген сөздердің қалыптасқанын аңғаруға болады. АҚШ үшін Иран мен Ливия тек «террористер» болып саналады.

Саясаткерлердің сөздік қорына қарасақ, бір сөзбен бір елді, бүкіл адамзатты немесе бір оқиғаны сипаттай салуға болады. Бұл көпсөзділіктен гөрі түсінікті сөздермен жеткізу үшін қажет те... Алайда, телевидение тілі қарабайыр болмауы керек. Ал бізде тек стақан лақтырумен айналысады.

ДЕРЕКТЕРДІ МОНТАЖДАУ

Журналисг ақпаратты таңдаған соң оны өңдеуге көшеді. Әдетте біреудің сөзін, пікірталасты, түсіндірмелерді қосу арқылы ақпараттарды толықтыруға болады. Ал фактілер - таза әрі жарияланбаған мәліметтер болу керек. Сондықтан да көбісі ақпарат деп "жалғыз, тек фактілерді" қабылдайды. Олар шынында да ақпаратты объективті түрде көрсете алады. Бірақ "фактілерді" тек жаңалықтарда ғана пайдалана аламыз. Өйткені, ол комментарисіз. Аудиторияға әсер ететін жаңалықтар төмендегідей тәсілдерден тұрады: фактілерді іріктеу, таңдау, ақпараттандыру, музыка, ақпараттық бояу беру және тағы басқалары.

ФАКТІЛЕРДІ ЖИНАҚТАУ

Фактілерді жинақтағанда ол объективті түрде болса да шын мәнінде қалай болғанын анықтап алу керск. Ертеде Ресей жерімен жүріп өткісі келген патшайым өз иелігіндегі халықтар қалай өмір сүріп жатқанын көргісі келеді. Оның көмекшісі Потемкин патшайымының көңілінен шығу үшін театрландырылған ауылдарды дайындап қояды. Патшайым қайда барса да бәрі керемет, бәрі жақсы, оң көңіл-күй, халық тоқ. Көңілі көншіген патшайым кете салысымен жиналып, патшайымның келесі баратын жеріне алдын ала барып тігіледі. Патшайым Санкт-Петербургтен Қырымға дейінгі иелікті осылайша аралап шығады. Жермен де, сумен де қайда барса да үлгілі ауылдарды көреді. Міне, содан осындай ауылдарды потемкиндік деп жатады. Бүгінгі журналистикада потемкиндік, өмірде жоқ ауылдарды ойдан шығарудың қажеті жоқ. Ауыл - факті, оның белгілі бір орны болуы керек. Жалаңаш фактілер шын мәнінде болуы мүмкін. Олар да өмірден алынады. Өмірдің өзі солай деген әсер қалдыруы, қалыптастыруы мүмкін.

Факті - шындық бола тұрып, жалпы көрініс өтірік болуы мүмкін. Немесе керісінше. Барлығы да ақпарат таратушы журналистің көзқарасына байланысты. Немесе тапсырушының көзқарасына байланысты. Тілшілер жүйесі әлсіз шағын елдерден ақпарат жинағанда ол ұлтаралық масштабтағы монополиялық сүзгіге айналып кетпеуіне көңіл бөлу керек.

АҚШ-та латынамерикандық елдер жөнінде ақпараттар беруде қайшылық байқалады. Ол жайында американдық социологтардың өздері айтады. АҚШ университетінің көптеген студенттері «Гватемала дегеніміз не?» деген сұраққа «Гватемала дегеніміз - оңтүстікамерикандық өсімдік, тропикалық ауру, Африкадағы таудың аты» дейді. Мұндай сауатсыздық АҚШ ақпараттық қызметінің әсері деуге болады, қажетті дәрежеде ақпарат берілмеуінде. Тек фактілер ғана емес, бүкіл елдер көлеңкеде қалуда. Бүкіл елдер туралы үндемей қалу немесе олар туралы аз деректер жариялау ақпарат тасқынында фактілердің жоғалып кетуіне алып келеді. Тек деректер ғана емес, бүтін елдер көлеңкеде қалып қояды. Фактілерді қатаң іріктеу мен ақпараттың үнсіздігі - медальдің екі жағы секілді.

Фактілер шынында тура, дәл болуы мүмкін. Бірақ олар коментарийсіз «жалаңаш» болып қалады. Көрініс өтірік болуы да мүмкін.

Греция 1996 жылғы Олимпиада өз елдерінде болады деп ойлайды. Өйткені, тура 100 жыл бұрын ең алғаш сол елде пайда болған. Бірақ Олимпиада Атлантада өтті. Баспасөз Афинаның қауіпсіздік жүйесі әлсіз, онда террористер болуы мүмкін, транспорт мәселесі нашар деп көп жазды. Бұл мәселе керісінше АҚШ-та болды. Енді Гректер осы айтылған қауіптің бәрі Атлантада болғанын айтып, шуылдады. 1990 жылы Грецияда спорт министрі болған Фани Пали-Петрали:- Афинадан Атлантаны артық көріп еді, олимпияданы ұйымдастырғандар,олар оны Атлантада өте нашар өткізді. Одан жақсы етіп ұйымдастыруға болар еді, - деген сөзін “Деловая неделя” газеті “Ашық радиода” берген сұқбатынан алып хабарлаған.

Атлантадағы ойында қазақстандықтар алғашқы отыз елдің қатарында болды. Беларусь, Армения, Грузия, Өзбекстанды басып озды. Бірақ, бұл жөнінде кім біледі? Өйткені осы туралы телерепортаждар болған жоқ. “Ақпаратгық вакум жағдайындағы жеңістер атты "Деловая неделя" (9 тамыз, 1996 жылы) мақалада осы жөнінде жазды. “Міне, осылай қазақстандықтар үшін олимпиада ақпараттық вакуумда өтті” деп қорытындылады.

Біз фактлердің өзімізге қажеттілерін жинап, әсірелеген кезде өтірік көрініске айналады деп ойлаймыз. Ал, фактлердің жетіспеуі осындай ақпараттық вакумды қалыптастыруы мүмкін. Таңдап алынған фактлер аудиторияға жағымды әсер қалдыруы мүмкін де, енді бірде елге керісінше әсер етуі мүмкін. Ақпаратты таңдау еркіндігі кейде тәртіпсіздікке, хаосқа алып келері анық. Француз социологы Жак Эллюль “Таңым бар. Қалайша адамдар күнделікгі жаңалықтарды қалт жібермей тыңдап, күнделікті газетті оқып жүреді? Олар ешқашан саяси адам бола алмайды.

Жак Эллюльдің ойынша, бүгін Түркия жаңалықгарын естіген адам, ертең Нью-Йорктегі қаржы кризисі туралы естиді. Одан кейін Суматрадағы парашютистер туралы ақпарат қосылады. Бұл жаңалықтарды көре,ести отырып, адам одан маңызды мәліметтер ала алмайды. Әртүрлі жаңалықтар тасқынында адам өзіндік ойлау қабілетінен айырылады. Әсіресе саяси жағдайларға мән бере алмайды. Шешенстандағы жағдай да осылай хаосты жарияланған жоқ иа? Телерепортаждарда бұл соғысқа қарсы материалдар әрқалай өрбиді. Бірінде шешендерді қолдаған ақпарат болса, енді бірінде террористер деп хаарлайды. Лебедьтің миссиясы бірде бейбітшілікті қалайды десе, енді бірде пайдасыз, қажетсіз санайды. Бірде шешендерге қарсы репрессия сөз болса, енді бірі бұл соғыс он жылдықтар бойы жалғасып келеді дейді.

1991 жылғы 17 тамызда шыққан “Труд” газетінде телепікірлер топтамасы жарық көреді. Онда федералды әскерлердің Шешенстанға басып кіргені жайлы пікірлер айтылады. Шешенстанның жақтастары да, оның қарсыластары да тележаңалықтарды көргенде әрқайсысы өзіне қажеттісін таба алуы керек еді. Бірақ, бұл сюжеттер адамдардың қай көзқарасты ұстанатынын білмей, шатастыруға әкеліп соқты. Бірақ, бұл соғыстың жалғасуына мүмкіндік берді.

Жаһандық үнсіздік және ақпараттардың жетіспеуі немесе шектен тыс көп болуы - шындықтан алыстатады. Әрбір факт комментарийсіз болса да, ол объективті әрі ақиқат. Комментарийді тыңдай отырып көрермен шындықтың бұрмалануы мүмкіндігіне көз жеткізеді. Телекөрермен «жалаңаш» фактілердің объективтілігіне сенеді.

ТЕҢДЕСТІРІЛГЕН АҚПАРАТ

Бұған баспасөз көбінесе жағымсыз, дау тудырушы фактілерді бергенде жүгінеді. Оңтүстік Вьетнамдағы соғыста халықаралық журналист С.Кондрашев американдық баспасөздегі ақпарат беруді сарапқа салады: Бір жағынан “қырықтан астам адам өлтірілген, алпысқа жуығы жараланған, оның ішінде әйелдер мен балалар бар” деп берсе, екінші жағынан - “бұл адамдарды ешкім өлтіріп, немесе жаралы етеміз деп ойламаған, абайсызда осыған жол берілген” дейді.

Теңдестірілген ақпараттың мәні сонда. Тиімсіз фактіге жаңа мәліметтер қосып, ақпарат таратушының пайдасына шешілетідей етіп, жалған болса да жаңалықты жеткізу болып табылады. Фактіге факт комментарий береді. Негізгі дерек бүркемеленді де, керегіне қарай басымдық берілді. Екі факті де объективті, екеуі де жалған, екеуінің де арасындағы байланыс бұрыс.

Мысалы, барлық елдердің телевидениесі Ақ үйдің жанында американдық армяндардың шеруін көрсетті. Олар Қарабахтағы соғысқа қарсы екендерін білдіру үшін шыққан. Білмейтін адам бұл соғысқа әзірбайжандықтар кінәлі емес пе? - деп ойлауы мүмкін. Бірақ, соғыс Әзірбайжан территориясында өтіп жатқан жоқ па? Онда Арменияның емес, шетелдің көмегімен болып жатыр. Демонстрацияны әсерлі жеткізу үшін ақпаратта американдық армяндар Түркия мен Әзірбайжан бірігіп, Арменияға қарсы блокада құруда деп айтады. Ал, негізгі дерек Түркияның бауырластар арасындағы соғысқа қарсы екені айтылмай қалды.

**Теңдестірілген ақпарат** - жағымсыз ақпаратты бейтараптандыру үшін қажетті фактілерді қарсы қолдану. Ақпараттың маңызын күшейте түсудің немесе бейтараптандырудың бірнеше жолдары бар: бірінші - уақытша, оқиғалы байланыс; екінші – ассоциативті(қауымдастық) байланыстыру, үшінші - көптеген деректерді бір фактіге жинақтау.

Бұл қолданыстардың барлығын автор белгілі бір бағытта пайдаланады.Мұны комментарий пайдаланбай, деректерді қарама-қарсы қоя отырып, дұрыс орналастыра білу арқылы жасауға болады. Бұл тәсілді ақпараттық комментарий деп шартты түрде атай аламыз. Шынында да бір оқиға туралы айта отырып, басқа бір мәліметтерді қосып жіберсе, тіпті жұрт білетін деректер болса да, ол жаңалыққа қосымша ретінде оның мазмұнын, актуальдылығын арттыратын еді. Мысалға, СПИД-пен аурушылардың саны көбеюі туралы ақпарат айта отырып, мұсылман елдеріндегі рухани тазалық жөнінде атап өтесің, ал шешімді көрермендердің өздері шығарады. Ақиқат, бұрмаланбаған деректердің тоғысуы- «информациялық комментарий». Ал, нақтылықты бұрмалауға жетелейтін, шындықты түсінуге мүмкіндік жасамайтын деректердің тоғысуы, кері әсер жасайтын - «теңдестірілген ақпарат (балансты ақпарат)» деп аталады. Бұл тәсілде екі ақпарат қатар қолданылады, газеттің бір бетінде немесе бір бағдарламаның ауқымында болуы мүмкін. Кез келген дерек комментариймен немесе фактімен бұрмалауға көнбейді. Кейде факт басқа балансты фактілерден күшті болып шығады.

1996 жылы тамызда "НТВ" арнасының "Сегодня" бағдар- ламасында жазушы Эдуард Лимоновтың сұқбатына орай Мәскеудегі қазақ елшілігіне жиылған қазақтарды көрсетеді. Бұл хабарды екі бірдей алматылық арналар, жекеменшік "Рахат- АТВ" мен "Тотем" көрсетті. Әрине, "Хабар" да үн қосты. 18 тамыздағы "Жеті күн" бағдарламасы осы жайлы сюжет жасаған. Лимоновтың айтуынша, Алматыдағы сот пен прокуратурада жергілікті кадрлар тек қазақтар екен. Дұрысында сотта 60 пайыз, ал, прокуратурада 20 пайыз қазақ емес екендігін, ақпараттың дұрыс берілмегенін сол мекеме өкілдерінің қатысуымен "Хабар" жақсы жеткізді. Тамаша, әрине. Неге олар осылай дәлел жасаудың алдында Мәскеу сюжетін көп рет көрсетті. Лимоновтың арандатушьшық пікірі, Қазақстанның солтүстік өңірлерін Ресейге қосу туралы әңгімесі, ел арасында алаңдаушылық туғызды. Оған қарсы дәлел айтатын адамды «Хабар» таба алмады, егер арандатушылық пікірге тосқауыл қоюға дәлелі жететін адамды шақыра отырып сюжет дайындағанда ол ақпарат дүрбелең тудырмайтын еді. Мұндайда Мәскеудің сюжетінің төңірегінде емес, оған жауап ретінде жеке хабардың дайындалғаны жөн болатын.

Көңілге қуаныш ұялататын фактілерді “Известия” газеті жақсы орналастырған. “Қандағар тұтқынынан қашу “ деп аталатын мақалада татарстандық жеті ұшқыштың ауғанның Қандағар қаласындағы әскери аэродромда қатаң күзетіліп тұрған «Ил-76» ұшағымен қашқандары жайлы баяндалады. Енді осы фактіні одан елу жыл бұрын ерлік жасаған, Кеңес одағының батыры, хейнкелдегі фашистік тұтқыннан қашып құтылған Михайл Девятаевтың ерлігімен ұштастырады. Бұлай жағымды деректі басқа жағымды дерекпен толықтыру "ақпараттық коментарий".

Ал, жағымсыз ақпаратты қалай беруге болады? Бельгард аэропортында «Ил-76» ұшағының апаты, қаза болған 9 экипаж мүшелері жайлы дерекке қосымша АҚШ-та Клинтонның көлігін тасымалдаушы самолеттің апатқа ұшырағанымен қатарластыра берген. Яғни, апат қайда болмайды, бар жерде болып жатыр дегенге сайыту, жағымсыз ақпаратты жұмсартып берудің тәсілі. Бұл "балансты информация" яғни, теңдестіру тәсілі.

**Ақпаратта әзілдің қолданылуы**

Жағымсыз ақпаратты бейтараптандыруда юморды, әзіл-сықақты да пайдалануға болады.Мысалы, Англияда зейнетақыны азайту туралы бұйрық шығарылады. Мұндайда телевидение қарап отыра алмайды. Зейнетақысыз қалғандарды жақтаса, телевидение халықты үкіметке қарсы шығуға үгіттеген болып табылады. Бір оқпен екі қоянды қалай атуға болады? Журналистер фамилиясы күлкі келтіретін бір қарияны тауып, үкіметке деген зейнеткерлердің ренішін сол кісіге айтқызады. Оның фамилиясына күлген көрермендер үкімет атына айтылған сынды да юмормен жеңіл қабылдайды.Тағы да бір мысал ретінде «Тайм» газетінде жарияланған ақпаратты алайық: Бельгияда сүт өнімдерінің қымбаттауына байланысты шаруалар сиырларын жетектеп, ереуілге шығып, «Біздің өмір сүруімізге мүмкіндік жоқ!» деген айқаймен мәжіліс жүріп жатқан залға басып кіреді.Қаншалықты қайғылы оқиға болса да оны «Тайм» былай суреттейді: «Бұл сұмдық қой!»,-деп айқайлады ауыл шаруашылығы министрі. «Полиция шақырыңдар!»,-деді оның ФРГ –дан келген әріптесі. «Қағаздардың бәрін мына сиырлар жалап тастады!»,-деп шыңғырды мәжіліс хатшысы. Ал, жауап орнына сиырлар Брюссельдегі европалық экономикалық конгресс сарайының қымбат кілемінің үстіне «сувенир» қалдырды. Сиырлар мәрмәр еденді былғап, тайраңдап жүргенде шаруалар өздерінің талаптарын тапсырды. «Жалпы рынок» комиссиясының вице-президенті оқиғаны әзілге айналдыра әріптестеріне :- Қысылмаңдар, қалай дегенмен де ауыл шаруашылығы министрлігіміз ғой ,- деді. Залға дезодорант шашып,фермерлерді шығарып жатқанда демонстранттардың біреуі: «Бұларға жақсы бір өгізді әкелу керек еді..» деп өкінішін білдірді»,- деп суреттейді. Ақпаратқа қосымша деректер ретінде суреттер де берілген.

МУЗЫКА, ИНТОНАЦИЯ, ИНТЕРШУ

Ақпараттан алшақ жатқан бұл тәсілді жаңалықтарда қолдану жиі байқалуда. Музыкаға әуес телекөрермендер жаңалықтарды қалдырмай көреді, тіпті мұндай бағдарламаларға қызықпаса да.

Музыкалық -ақпараттық хабарға "Утро" жатады. Жұмыс күні басталғанға дейін телекөрермен ақпарат пен музыкаға қанық болады. Музыка ол - сергектік үшін, ақпарат - әлем жаңалықтарынан хабардар болуға қажет.

Ресейлік "Утро" хабары “Сәлем, Америка!” бағдарламасына еліктеп, осындай музыкалық хабар ашса, бізде "Таңшолпанды" айтуға болады. Ол қазақ және орыс тілдерінде жүрді.

"Маяк" радиосының хабары да жеңіл музыка мен фактілер желісіне құрылған. Ертеректе көпшілік музыка үшін шетелдік хабарларды тыңдаған.

Әйтсе де, монтаждың өз заңдылығы бар, ол - фактілер тоғысы, әзіл, іріктеу және үнсіздік. Сонымен қатар арнайы тәсілдер де бар. Газет үшін ол - верстка, ерекше материалдарды сызықтармен қоршап беру, қаріптерді ерекшелеу, беттен арнайы орын бөлу, тақырыбын, айдарларын, абзац пен өзге де белгілерді бөлектеп, өрнектеп беру. Радионың да өзіне тән ерекшелігі бар: шу, музыка, интонация. Әсірссе көңіл көтеруші бағдарламаларда музыка өзіндік рөлге ие бола бастады.

Эстондық радиожурналистер аудиторияны зертгеу барысында көптеген тыңдармандардың шетел арналарын тыңдайтынын байқаған. Себебі неде? Осы кезде эстондық радио билеуге жетелейтін, жақсы музыкаларға орынды аз беретін еді.

Сеулдегі кабельді телеарналардың шақыруымен осы жолдардың авторы 1996 жылы сол елде болып қайтқан болатын. Ескеретін жайт, Корея телевидениесі жеңіл музыкаларға ден қойған. Ол барлық бағдарламалар бойынша жүреді. Нағыз модерндік. Роктан бастап репке дейін. Бірақ корейлердің орындауларында, корей тілінде. Соңғы киім үлгісімен киінген қыздар мен жігітгер орындаушының қимыл-әрекетін қайталап, бірге билейді. Жарықты және түрлі түстерді ойнату үндесіп түр. Әуен ырғағына қоса түтін жіберілген. Залда әуенге, көрініске елтіген жастар толып отыр. Оңтүстік Кореяда әуен және ырғақ интерұлттық болып кследі. Ал, оларды ұлттыққа қарай бейімдеп жасайтын орындаушылар және жалпы орта .

Сеулде корей аудиториясын тарту үшін классикалық музыка қолданылады. Ресейлік,европалық классикалық музыкалар да орындалады. Сондай-ақ, симфониялық музыкалар да беріледі, бізде авторлардың өмірбаяны туралы айтылғанда ғана орындалатын тәмсіл бар. Классика машинада, дүкендерде, қала берді лифт ішінде де естіліп тұрады. Ал Корея болса, алып елдердің музыкасын қайталамауды жөн көреді. Тіпті модернді музыканың өзін корей стиліне ауыстырып, ұлттық нақышты ұстауға тырысады.

Ал, музыканың көпшілікті тарту үшін қолданылатын сәтті қару екенін ЮСИА агенттігінің директоры Томас Соренсен "Война слов: история американской пропаганды" кітабында : "Мәскеудің мектеп бітірушілері Қызыл алаңда "Америка дауысы" арнасының музыкасына биледі" деп жазған. Тағы бірде негр Соренсен "слэнгтің" рөлі жөнінде: "Франс Синатра ән айтады, артынша әдемі әйел дауысы оның мағынасын түсіндіріп тұрады. Келесі күні осы айтылған сөз Мәскеуліктер үшін сәнге айналды " дейді. Негізі, негрлер Америка өміріне өздерінің музыкаларымен, орындаушылық шеберліктерімен дендеп еніп кеткен. Ал Еуропаға американдықтар негрлердің, қара нәсілділердің ырғағын таратып,мәдени өмірлерін жаулаған. АҚШ-та негрлердің әуенін ақтардың мәдени нәтижелері етіп көрсету әрекеті орын алған. Френк Синатра - модернді ән орындаушы сахнаға келгенде- оның сәтсіз отбасылық өмірі мен есірткіге әуестігін де кешірген халық оны АҚШ-тың идолына (пұтқа) айналдырды. Міне, музыканың қасиеті.

« Америкада дауысында» музыкаға аса мән бергені сондай, әуенді шақыру белгісі яғни көңіл бөлгізу,назар аудару үшін пайдаланған. "Янки- дульді" шақыру әуені үшін пайдаланып келген олар "Колумбия, жемчужина океана" деген музыкаға демде ауыса салғанын Соренсен әңгімелейді.

Музыка киножұлдыздармен, музыканттармен, жазушылармен, спортшылармен болған қысқа сұқбатта да қолданылады, «Голоста» саяси жстекшілермен болған әңгіме де музыкамен көркемделеді.

Маңызды ақпаратты жеткізуде, көрерменнің назарын аудару үшін музыка таптырмайтын құрал ретінде пайдаланылады. Т.Соренсен расымен де саяси болсын, көңіл көтерушілік болсын, екі ақпаратта да ешқандай бөліп жаратын айырмашылық жоқ екенін алға тартады.

Бірақ, бұл үлкен идеологтың шешімі. Ал көпшілік арасында ақпаратта комментарий берілмей тек қана фактілерді берсе, онда дерек объективті, шынайы деген ұғым қалыптасқан . "Немецкая волна" радиостанциясының редакторы Э.Клаас МТРК "Мир" директорлар кеңесіңде қызықты ой айтады. Ол "Подьем" жинағында жарияланған. Халықаралық телерадиоарна (Сб. док. и материалов. Выпуск VI) «Біз тек радиохроникадан ғана емес, бағдарламалардан да комментарийді алып тастадық. "Неміс арнасының" пікірі ешкімді қызықтырмайды деген оймен. Әлем оқиғалары жөніндегі газет комментарийлері де жеткілікті. (67 бет)

Бұл тәсілді қолданып отырған мемлекеттік емес, коммерциялық емес телерадиокомпания өз хабарларын 38 елдің тілінде таратады, тіпті орыс тілінде де.

ДЕРЕК ЖӘНЕ ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ

БАҒЫТТАЛУ

Бұл мәселе де ақпараттық бағдарлама жасау барысыңда ескеріледі. Мұнда аудиторияның топқа немесе тапқа бөлінетіндігі туралы емес, бұл жерде ақпаратты қабылдаудағы психологиялық жағдайдың мүмкіндігі айтылады.

Психологиялық бағытталу мен дәйектің арасында қандайда бір байланыс болуы тиіс. Яғни, деректің нақты екені, дәлелді болуы шарт.

Ақпаратты беру барысында ол алдымен эмоцияға әсер ететіндей болуы керек, яғни бұл сенің ішкі дүниеңнің толғанысын білдіруі шарт. Эмоция тудыратындай ақпарат тек адам миына ғана әсер етпеуі тиіс. Ақпаратты жеткізіп отырған тілші өз көзқарасы аудиторияның көңіл-күйімен ұштастыра білсе, оны аудитория жақсы қабылдайды.

Психологиялық бағытталу ақпаратты қабылдап жатқан кезде туындауы да мүмкін. Өз кезеңіңде “Литературная газета” басылымының бұрынғы бас редакторы Чаковский Канадаға барған сапарында телеарнадағы пікірталасқа қатысады. Сол кезде ол бағдарламаның халыққа қалай жеткендігі жайлы әңгімелеген болатын. Біріншіден, ол пікірталас барысында орыс ұлтына қарсы бір фильм көрсетіледі. Ал канадалық тележүргізуші пікірталасты сол фильммен ұштастырып, өз саясатына қарай бағыттайды. Екіншіден, пікірталасқа дейін, яғни оны партократияның өкілі ретінде ақиқатты айтпайтынын көрсетуге газеттер бар мүмкіндікті жасайды. Ал үшіншіден, келесі күнінде миллион оқырмандарына ол пікірталас барысында тек насихат жұмысынан өзге ештеңе айта алған жоқ деп көрсеткен.

Бұл жерде біз Чаковскийдің дұрыс не бұрыс айтқандығы туралы мәселе қозғап отырған жоқпыз. Бұл жерде бағдарламаға дейін және бағдарламадан кейін оның сөзінің өзгеріске ұшырағандығын аңғарамыз. Яғни, газеттер оны Ресейлік көзқарасқа емес, Канаданың көзқарасына бағыттады.

Ондай жағдайда аудиторияның да пікірі өзгеруі мүмкін.

Ақпараттық бағдарламаларда дәйек, хроникалық хабарлама ғана монтаждалмайды оған музыка, жаңа көңіл-көтерушілік бағ- дарламалар қосылады. Сондықтан барлығын ескере келе аудиторияның психологиялық бағытталуы және сол көңіл-күйдің уақытқа да тәуелді болуы ескеріледі. Психологиялық бағытталу жасанды түрде жасалуы да мүмкін.

АҚПАРАТ БЕРУДЕГІ ЖЕДЕЛДІЛІК

Ақпаратты берудегі жылдамдық тек қана бедел жинау емес. Мұнда саяси және психологиялық мән бар. Мәселен қандай да бір телеграф агенттігі немесе тәулік бойы таралатын ақпараттық телебағдарлама басқа газет беттелгенше немесе басқа телебағдарлама шыққанша ақпаратты беруден кешігіп қалса, онда ол арнаның беделі төмендеп, халықтың қызығушылығын тудырмайды. Демек, әлемдік телеграф агенттіктері арасындағы жарыс тек коммерциялық тұрғыдан емес, саяси жағынан да маңызды. Яғни, бірінші таратылған ақпарат оқиғаны өз деңгейінде жеткізе алса, басқа арналардан өткен тура сол оқиға көрермендер арасында қызығушылық тудырмайтын болады.

Ақпарат таратудағы жылдамдық психологиялық тұрғыдан да әсер етеді. Бірінші нұсқада оқиға толық болмауы мүмкін. Бірақ ол таза алаңға бірден шығып, басқаларға қарағанда тез жетіп, тереңірек тамырланады. Фактіні жеткізетін бірнеше қысқа сөйлем, толық логикалық жүйеге құрылған, сәл кейіндеу берілген ақпаратқа қарағанда аудиторияның эмоциясын тудырып, бірнеше минут уақыттың ішінде көрерменнің өз пікірін қалыптастырып үлгереді.

Ақпарат жеделділігі жағынан бірнеше топқа бөлінеді: абсолютті жедел ақпарат, яғни оқиға болып жатқан жерден сол сәтте таралатын ақпарат. Ал екіншісі, оқиға болғаннан кейін бір сағат ішінде таралатын ақпарат. Ал кейбір ақпарат келесі күні таратылуы мүмкін. Демек жедел жетпеген ақпаратта оқиғаның қай күні болғаны нақты айтылмайды.

Телевизия мамандары соңғы жаңалықтарды беру кезінде ақпараттың абсолютті жылдам беріліп отырғандығына баса назар аударады. Ондай тәсілдерді әсіресе, «31 арна» және КТК көп қолданады. «Мынадай жаңалық студияға жаңа ғана келіп түсті, оны журналистер эфирге дайындауда, бағдарлама соңына қарай міндетті түрде біз ол ақпаратты сіздерге ұсынамыз»,-дейді. Жаңалықты кадрде айтып отырып, оқиғаның толық нұсқасын бағдарламаның соңына қояды. Монтаждап, техникалық сүзгіден өткен видеорепортаж көрсетіледі. Немесе, “Біздің тілшіміз телефон арқылы хабарлайды, енді соған құлақ түрелік”,- дейді. Фонда корреспондент суреті және оқиға хабарланатын аймақ картасы көрсетіліп, ары қарай ақпарат беріледі. Бұл әдісті көпшілік жасанды жасалған әрекет деуі мүмкін, бірақ, бұл телевидение үшін абсолютті жедел ақпарат таратуда маңызды болып табылады.

Ақпаратты жылдам берудің маңыздылығы туралы Дэвид Рэнделлдің “Универсальный журналист” деген кітабында да айтылады. Ол “Жаңалықтың уақытқа тәуелді болғаны өзекті емес. Демек, бұл жерде уақыт-маңызды фактор болып есептелмейді. Егер сіз ірі оқиғаны 3 аптадан кейін естіп, оны араға уақыт салып эфирге берсеңіз, бұл ақпараттың маңызын да, беделін де түсіріп тастайды. Бірақ, бұл бір жеке оқиға. Егер жаңалық ешкімге мәлім болмаса ол, 3 апта берілмесе де немесе бірнеше айдан кейін барып жарияланса бұл жерде уақыт аралығы емес, оны қаншалықты адамдардың білетіндігі фактор бола алады”. Осындайда 30- жылдары газет шығарған журналистердің айтқан, тарихта қалған сөздері еске түседі. Олар: келесі күні де қызықты болған газет-бұл газет емес, беллетристика. Газет ол барлығына бүгін қызықты болуы керек. Демек ол ертеңге қалмауы тиіс. Ал Дэвид Рэнделлдің айтқандары “Алитет уходит в горы” деген шығармадағы оқиға желісіне ұқсайды. Онда қыстауда жатқан адам бір жылғы жиналған газеттерді азық-түлік таситын корабль келгенде ғана бірден алады. Сонда әлгі адам барлық газетті сол күнгі санына дейін реттеп алады, бірақ жаңалықтардың бәрін оқуда бір жылға кейін қалған еді. Бәрібір ол үшін әрбір жаналық сенсация болды, толқи оқыды. Кеңес кезінде кейбір жаңалықтарды әдейі ұстап қалатын. Яғни, саяси бюро алдымен білді, сонан соң бірнеше аптадан кейін жаңалықтар бұқараға жария етілді. Сондай-ақ Рэнделлдің тағы бір сөзін келтіре кетейік. Ол “Газеттің басты рөлі - қоғамға қажетті, қызығушылық тудыратын тақырыпты табуы шарт. Ол сондай-ақ мүмкіндігінше аудиторияға тез, нақты,ақиқатты түрде жететіндей болса тіпті жақсы ”./33 бет/

Ақпаратты жедел беруде журналистке тәжірибелілік пен бейімділік қажет. Шығармашылық топпен бірлесе еңбектену қажет. Мәселен шетелден келген қонақты әуежайдан күтіп алуға баратын тілші бұл шараны ұйымдастырып отырған ұйымды алдын- ала біліп, келетін қонақ туралы жеке ақпарат жинауы тиіс. Жинақталған ақпарат негізінде ол алдын- ала қысқаша мәтін дайындап, оны редакцияға беріп кетеді. Өзімен бірге ол дайындалған ақпараттың көшірмесін ала жүреді. Ал әуежайға ұшақ қонған бетте журналист дайындап алған мәтініндегі ақпараттарды тағы бір анықтап алады да, болған өзгерістерге орай түзету енгізеді.

Телеарна журналистері көп жағдайда синхронды сюжет жасау барысында портативті антеннаны жиі қолданады.

Ақпараттың кейде алдын- ала болжанып қойылуы да мүмкін. Ол қандай оқиғаның қай жерде, кімдер ұйымдастыратынына дейін, тіпті қандай мәселенің көтерілетіні туралы да белгілі болады. Алдын- ала берілетін ақпараттар онымен айналысатын органдардың құзіреттілігіне (компетенттілігі) де байланысты болады.

Мәселен, Жамбыл Жабаевтың 150-жылдық мерейтойы 1999 жылдың 24-ші тамызында болады дпп жоспарланады. Ал тілшілер бұл мерейтойға Өзбекстан, Қырғызстан президенттерінің де қатысатынын бір апта бұрын хабарлап қойды. Бұл бұқаралық ақпарат құралдарының тәжірибесінде жиі болатын жай.

АҚПАРАТТА ҚАУЕСЕТТІҢ БОЛМАУЫ

Қауесет барлық адам үшін қызықты. Тіпті қауесет негізгі деректің өзінен де қорқынышты болуы мүмкін. Қауесетті тек анық әрі нақты фактіні жарыққа шығарғанда ғана барып тоқтатуға болады. Демек кез-келген ақпаратта қауесет қатар жүреді. Мәселен, оған 1996 жылғы 21 -ші тамызда “Караван-блиц” газетіндегі “Ельцин өлді дегеннен гөрі тірі деген жөн, бірақ... ” деген тақырыптағы мақала дәлел бола алады. Онда Ресей президентінің денсаулығы шетелдік шолушыларға тыныштық берер емес. Президент аппараты осы қауесеттерді жоққа шығарумен ғана айналысатын болды. Күн сайын шығатын өсектер халық арасында дақпырт, дабыра тудырып жүрді. Ұлықтау рәсіміне бірнеше күн уақыт қалғанда Г. Сатаров былай деген болатын: Борис Ельцин өлді деген қауесет шындыққа жанаспайды. Кремльдегілер ылғи шындықты жасырады да, ал шетелдік бақылаушылар бұған үйреніп кеткендігі сондай, қашанда барлық ақпаратты бұрмалап беруге тырысып бағады.

«Немецкая волна» радиосының хабарлауы бойынша прези- дент ұлықтау рәсімінен кейін де ел алдына шықпады. Ол өсектің таралуына жол берді. Бұл жолы да президенттің баспасөз қызметі “Тайм “журналында басылған Ельциннің ота жасатуға Швейцарияға баратындығы жайлы жазылған жалған мәліметті жоққа шығаруда біраз тер төкті.

Баспасөз қызметінің өкілі С.Ястержемский бастаған топ Ельциннің Швейцарияға баратын ойының болмағанын жоққа шығарғанымен, бұл оқиға соңғы аптада өзектілігін жоғалтпады. «Біз жауапты болып қалмау үшін барлық жағдайды толық жазуға тырыстық.Қауесет жайлы жазып жатқандар шетелдіктер ғой... Ал біздегі саясаткерлер оқиға сенімсіздік тудыратындай жағдайға жеткенге дейін созып жүріп алады».

“Комсомольская правда” газеті де қауесетті жоққа шығару үшін “По слухам и авторитетно” деген материал жариялады. Алайда бұл жағдайды еш өзгерте алған жоқ.

Тек ақпаратты комментарийсіз бере салудың өзі бағдарлама авторының танымына байланысты. Бірақ ақпарат берудегі шеберлік бұл жерде байқалмайды. Себебі мәлімет нақты мәтінде ғана көрінеді. Ақпараттық блокта журналистің шеберлігі жазған материалдардан көрінбейді. Ол ақпараттардың қақтығыса, сабақтаса байланыстыра алуынан білінеді. Сондай-ақ оны жан-жақты аша білу де керек. Білу дегеніміз көруден басталады. Дәйектерді саралау барысында оларды дұрыс орналастырып, бір-бірімен қабыстыра білудің маңызы зор. Сондай-ақ музыка, эмоцианалдық тұрғыдан баға берумен қатар, жеделділік те қолданылуы шарт. Қарапайым көзге көрінбейтін нәрсені байқай білу ол қазіргі ақпаратты шығарушылардың шеберлігі болып табылады.

АҚПАРАТ ЖӘНЕ САЙЛАУ.

ЗОНДАЖДАР

Батыс саясаткерлері жеке энтузиастардың қоғамдық пікір жоқ деген ойларын жоққа шығарған.

1995 жылғы Францияда өткен сайлау науқаны кезінде 105 күннің ішінде 114 сұрақ-жауап алынған. Бұл бір күннің ішінде 1,08 адамға сауал жүргізілді деген сөз. Бұл қоғамдық қалжың да тудырған: «саясаткер - бұл кез келген сауалдан өтетін адам» деген.

Бұқаралық ақпарат құралдары зондаж мәселесін жазуға ұмтыла бастаған. Бұл термин алғаш рет француз социологы және саясаткері Пьер Бурдьёнің (Pierre Bourdieu, 1930 — 2002), «Pouvoirs» журналында 1985 жылы жарияланған мақаласында қолданылған, қоғамдық пікірді зерттеудің тәсілі деген мағынаны білдіреді. 1977 жылдан бастап, Францияда зондажға байланысты арнайы комиссия жұмыс істеген. Ол, сайлау алдында алынған сұрақ-жауаптарды қадағалап, оның уақытында көрсетілуін, жарыққа шығуын бақылайды.

Қоғамдық пікірге құлақ түру үрдісі Ресейде де жақсы жолға қойылған. Бірақ ол кейде ақтамайды. Думада мәлім болғандай, коммунистер жеңгенін Ельциннің жақтастары жақсы білді. Өйткені зондаж яғни алдын-ала болжап көру сайлау кампаниясын басқаша жүргізуге өз септігін тигізеді. Яғни, 1996 жылы Ельциннің жеңіске жетуіне осы зондаж жол ашты.

Зондаж институты мен баспасөз арасындагы байланыстың болғаны өте маңызды. Мәселен Францияда жекелеген зондаж институттары мен БАҚ арасындағы қарым-қатынас саяси жаңалыққа айналды. Т.Лебедева өзінің “ Путь к власти. Франция: выборы президента ”(М.МГУ, 1995) кітабында ақпараттың жаңа бір түрінің туындағаны туралы жазады. “Соңғы жүргізілген сауалдар мен рейтинглердің негізінде саяси жаңалықгың жаңа түрі пайда болады. Демек, саясаткердің беделінің артуы мен төмендеуі алғашқы жаңалықтың бірі болып табылады. Сауал жүргізудің тағы бір жолы саяси конъюктураға әсер ететіндіктен ақпарат құралдары арқылы мемлекеттік билікте отырғандардың креслосын шайқалтып қоюға болады”. (99 бет.)

Зондаж - яғни процесті болжау ақпарат айдынында жаңа аймақ қалыптастырады. Қоғамдық пікірді зерттеумен айналысатын институттар қайраткердің саяси беделін көрсететін рейтингпен емес, қайта автокөліктің немесе йогурттың тұтынушылар көңілінен қаншалықты шыққандығы туралы нәтижеге көбірек көңіл аударады.

Франциялық зондаж институты европалық кеңістікті игере отырып, біртіндеп мультиұлттық мекемеге айналуда. косіпорындарға қызығушылық танытып, олармен белсенді қарым-қатыпасқа түскен. Сондай-ақ олардың Италия, Ұлыбритания сияқты Европа елдерінде филиалдары ашылып жатыр. Мәселен, француздық социологтар атышулы тұлға италияндық Сильвия Берлускониге де қызмет көрсетеді.

Француздық “Сондоскоп” журналы жыл сайын 600 ден 700-ге дейінгі сұрақ-жауапты яғни, көпшілік пікірін жариялады.

Жарыққа шыққан ақпаратта сайлау процесі шын немесе бұрмаланған жалған ақпарат болса да халықтың назарын аударатын құрал ретінде ғана емес, сайлау процесінің объективті жағы да бола алады.

Журналистер бұқараға өздері жеткізген имидждерінің деңгейі қаншалықты шынайы болғандығын анықтауға тырысады. Яғни,

олардың қалыптастырған имиджіне сай аудиторияның дауыс беру нәтижесі көрінеді.

Әлеуметтік сауалдар баспасөздің көмегімен саяси жаңалықтарға айналатындықтан, ақпарат шындыққа жанаспауы да мүмкін. Ол сондай-ақ сайлау кампаниясына өз әсерін тигізеді.

Зондаж институты тек «суретке түсірушілер» рөлімен ғана шектеліп қалмайды. Олар сценарий құра отырып, болжалды кампанияның құрылымын да анықтайды. Зондаждың арқасында Балладюр «өте көрнекті тұлға» ретінде президенттікке сайлауға түсті. Ол қорытынды көп рет жүргізілген сұрақ- жауап нәтижесінде белгілі болды. Әйткенмен ол жалған еді. Ол өз артынан көп француздықтарды ерте алды. Сондай-ақ оның кандидатурасына көп септігін тигізген ТФ-1 каналы “гипербалладюрлік” деген атаққа ие болды. “Монд” газетінде “Қоғамдық пікір үшін сайлау болып қойды деген түсінік бар” деген тақырыпта материал да жарық көрген. Осы тіркесті жиі-жиі қайталай бергеннен кейін халық президенттің рейтингісі үшін дауыс беретіндеріне сеніп қалған. Ал “Нувель обсерватор” басылымы үшін әлеуметтік зерттеулер институты дайындаған материалда әртүрлі пікір арқылы француздар Балладюрді қалайды деген ой қалыптастырған. Оқиғаны алдын ала болжаудың арқасында зондаж институты кандидатқа тек имидж қалыптастырып, феноменін айқындап қана қоймайды, журналистер үшін ойын ережесін де ойластырып қояды.

Олар зондаждың көмегімен қалыптастырған қоғамдық пікірді ұсынады. Зондаждың бұл іс-әрекеті кандидаттың өміріне де нұқсан келтіруі мүмкін.

Француз зондажистері Балладюрдің рейтингісінің төмендеп, Жак Ширакгың беделінің асқанын да алдын- ала білді. БАҚ- да бірінші кандидатты президенттің бейнесі ретінде көрсетсе, екінші үміткерді шынайы көрсетуге тырысты. Бұл жерде Балладюрдің рейтингісінен гөрі оның шатақты ісі елдің көңілін көбірек аударды. Оның телефоны арқылы сөзі тыңдалып, қару-жарақ сататындығы да анықталған еді.

Т.Лебедеваның айтуынша, зондаж адамдарға аз уақыт ішінде өз нәтижесін көрсетті. Алайда бұл қысқа уақытқа болжанған, сайлау кампаниясына арналып жасалған сценарий еді. Енді осыған баға беретұғын болсақ, зондаж сайлауға өз әсерін тигізетініне көз жеткіздік.Одан кейін оның дұрыстығын да айта кеткен жөн. Зондаж- бұл қоғамдық пікірді дер кезінде бейнелеп жіберетін құрал. Бірақ бұл жерде бірнеше қыр-сыры бар екенін де жасырмаған жөн. Мысалы, кейбір адамдар сауал барысында кімге дауыс бергісі келетінін айтпайды немесе ашып айтқанымен дауысын басқа кандидатқа беруі де жасырын емес. Зондаждағы қитұрқы әрекеттердің бірі- сауалнама толтырту. «Омнибус» принціпінде жүргізілген сауалнама барысында «сізге қандай кіржуғыш ұнтақ ұнайды?», «демалысыңызды қалай өткізесіз?» деген сияқты сұрақтардың қарсылық тудырары анық .

Ұлыбританияда зондажда қате кетуі мүмкін және қате кеткен жағдайда оны түзетудің тәсілдері ұсынылады. Ал Францияда керісінше. Онда 2-ден 3 пайызға дейінгі жіберілген қате болуға тиіс деп қабылданады.

Сұрақ пен күмән көп. Мәселен, сауалды телефон арқылы ма, әлде бетпе-бет қалай жүргізген тиімді ме? Мүмкін адамдардан «бұрынғы сайлауларда қалай дауыс бердіңіз?» деп сұрақ қойған дұрыс болар? Көріп отырғанымыздай зондаждар тек саясаткердің бағасын көрсстіп қана қоймайды, оны жасауға да әсер етеді.

САЙЛАУШЫЛАР ЖӘНЕ СЕРВЕРЛЕР. ИНТЕРНЕТ

Егер телебағдарламалар сайлаушылардың санын көбейту үшін қолданылатын аспап болса, егер зондаж сол әрекеттің табыстылығын анықтаса, онда интернет сайлаушыларға көмек көрсететін негізгі құралға айналған. Кез келген адам сайтқа кіру арқылы үміткердің кім екенін, оның партиясы мен бағдарла- масы қандай, қаржысы мен имиджіне дейін біле алады.

Интернет серверінің редакторы Ирина Огородникова “Подъем” деген жинақтағы “Интернет бойынша сайлау” деген мақаласында былай деп жазған еді: “бүгінгі күні халықаралық жүйе интернет сайты электоратқа демократиялы жолмен тез әрі ашық қол жеткізуге, әрі ақпарат тарататын желіге айналды.”Мүмкін. Бірақ кез- келген сайлаушы серверді өзі таңдайды. Шынын айту керек бірақ ол сервер де сайлау алдындағы телебағдарлама сияқты алдын-ала дайындалып қойған ақпарат болуы мүмкін.

Интернетті 50 миллионнан астам адам пайдаланады. 1995 жылғы мәліметке қарағанда оның тең жартысы АҚШ-та, 6,5 миллионы Францияда екен.

Бүгінде Интернет баспасөздің де, телерадионың да орнын алмастыра алатын ақпарат құралына айналып отыр.

Тіпті АҚІІІ-та вице-президент А.Гордың нұсқауымен барлық мемлекетгік органдар интернетте өздері туралы ақпарат беруі керек деген заң шығарған.Ол - ұлттық ақпарат бастама /National Information Initiative/ деген атқа да ие болды.Ал АҚШ-тың бұл бастамасын барлық дамыған елдерде құп көрді.

Интернетте 40-тан астам саяси және үкіметтік органдардың серверлері бар. Мәліметтер банкі артып отыр, партиялар мен саяси тұлғалардың баспасөз-баяндамалары мен шағымдары да осы интернеттен орын алып жатыр. Кез келген жан енді өзін қызықтыратын саясаткер жайлы, оның сайлау кампаниясына ақшаны қайдан алып жатқаны, нақты қай өнеркәсіп саласымен немесе лоббистер тобымен жұмыс істейтіні туралы толымды ақпарат ала алады.

Интернетте яғни осы жаңа электронды супермедиада сайлауды өткізудің тәжірибелері толық қалыптасқан.

Мульти-медиа - телекоммуникация мен телевидениенің және информатиканың тоғысқан жері десе де болады.

Мульти-медианың өркендеуіне 3 жүйе әсер ете алады. Компьотерлік яғни ЭВМ аудио және видеожүйелерімен жабдық- талған болуы ксрек. Телевизиялық мультимедиа- яғни телеарна телекоммуникацияның әсерінен интерактивті бола алуы. Интернеттік – компьютер мен телевидение қосылып,қажетті ақпаратты өздігінен тауып алуға мүмкіндік жасау.

Европалық БАҚ институтының директоры Бернд-Петер Лангенің айтуынша, интерактивті телеарнаны пайдаланушылар тек бағдарлама әзірлеп қана қоймай, көркем фильмнің шығуына да әсер ете алады. Мысалы, кейбір сюжеттік желілерді таңдап, жинақтап «сәтті аяқталды», «Happy end» деген тіркесті қоя салып, табыс көзіне айналдырушылар бар. Интерактивті телеарна телевикторинаның көрсетілуіне да мүмкіндік тудыра алады. Үйден шықпай-ақ бірнәрсені ТВ арқылы сатып алуға да қол жетіп отыр. арқылы барлық ақпаратқа қол жеткізуге болады. Мульти-медиа ойдан шығарылған әлемде болуға,адамның өзінше ойлауына, виртуалды өмірге араласуына «киберкеңістікте жүруіне» септігін тигізеді.

Интернет серверлері сайлау кампаниясы туралы жедел ақпарат бере алады. Сайлаушылар ол кампанияның жұмысының жүруіне әсер етіп, қадағалай алады.

Lycos іздеу жүйесі арқылы сайлауды президент немесе губернатордың деңгейінде ғана емес, студенттер арасында қалай өткеніне дейін біле алуға болады.

Серверлер ұйымдар сияқты тек ресми мәліметтерді дайындап қана қоймайды, оны тәуелсіз ақпарат көздерінен де де алуға тырысады. Сондай-ақ сауалнамалар нәтижелерін де ұсына алады. Зондаждың нәтижесі де серверге жарияланады. Сайлау алды сөйленген сөздер, саясаткерлердің имиджіне қатысты жазылған аудиотаспалар, саяси әзілдер де серверден орын алады. Серверде өзі сайлаудың болатын күні мен сайлаушылардың құқықтарына дейін жазылып қойылады.

Серверлер бейресми және саясиланған жүйе болуы да мүмкін. Ақпараттық бағдарламаларда партиялардың сайлау алды кампанияларына қатысты материалдарын жекедара бөлмей, яғни әлдебір партияға деген көзқарастарын білдірмей шығарады.Саясаттанған серверлерде арнайы бір партияның бағдарламасын насихаттап, сайлаушылырдың назарын аталмыш партияға бұруға тырысады. Саясаттанған серверлер өз көзқарастарын бірінші сөзден- ақ байқатады.

И. Огородникованың айтуынша «көптеген батыстық және отандық сарапшылар пікірлері бойынша интернет 5 жылдың ішінде халыққа биліктің айқындығын ашық көрсете алатын дәрежеде» болады. (Автордың бұл пікірінің 1997 ж. жазылғанын ескерсеңіз, бүгінгі интернет дамуының бағытын бағамдайсыз).

Ресейде интернет абоненттерін бірнеше мыңнан астам адам пайдаланады. АҚШ-та 25 млн-ға астам деңгейге жетті. Ресейде 1995 жылдың қазан айынан бастап 200 интернет сервері қосылды. Сондықтан да “Известия” газетінің тілшісі Ельциннің әйелі туралы, оның партиясының программасы туралы мәліметті осы интернет серверінен тапқанын қуана жазған болатын.

Кезінде интернет ақпаратты тез , нақты әрі жылдам беретін мықты БАҚ-ның біріне айнала алатынына сенім мол.

“ТАЙМ” ГАЗЕТІ ЕЛЬЦИН САЙЛАУЫ КЕЗІНДЕГІ АМЕРИКАНДЫҚ КЕҢЕСШІЛЕР ТУРАЛЫ

Мұндай кеңесшілердің болуының өзі үлкен құпия болатын. Сондықтан да осы апталық басылым үшін бұл эксклюзив, саяси сенсация тудырды. Бұл туралы көптеген басылымдар жазды. Тіпті “Караван” газетінің өзі бұл оқиғаны жарыса жазды: “Сонымен сионистік-империалистік қастандық туралы дақпырт нақтыланды. Құрамында фамилияларына қарағанда еврей ұлтынан, біреуі тіпті бұрынғы кеңес азаматынан құралған американдық топ 4 айдың ішінде құпия түрде сайлау алды кампаниясын жүргізгендіктен денсаулығы нашар, танымалдығы төмен,жыл басында сайлаушылардың 6-ақ пайызы дауыс берген Борис Ельциннің беделін асқақтатып жіберді. Тіпті көз сенбейтін жеңіс сыйлады. ” (1996 жылғы 4 қыркүйек.) Бұл эксклюзивте кеңесшілер туралы асыра жазылғанымен “Тайм” басылымында жарияланған бұл мақаланың тәсілі ерекше. Қоғамдық пікірді зерттеген зондаждар да Ельциннің танымалдығын көрсетті. Бірақ бұл өте үлкен адасушылық болды дейді американдықтар. Олар өздерінше сауалнама жүргізіп, басқаша мәліметтер берді.

Американдықтар біздегі сайлау жүйесін біліп, оны құптағанымен әлі де жеткіліксіз жүйе деп санайды.Олар «Ельциннің жеңіске жетуіне жергілікті билік орындарының мысалы, заводтың директорларының қол астындағыларды қыспаққа алып дауыс бергізуі әсер етті” дейді.Бұл тек Ресейге ғана қатысты ма?

Олар жалақының кешіктіріліп берілетінін білетін. Барлығына уақытында берілу керек емес пе? Сол кезде қарапайым халықтың ақшасын уақытында беру керек деген ұранды алға ұстап Ельцин шықты. Ал, БАҚ алдында тұрған міндеттің бірі - Ельциннен басқа альтернатива яғни балама адам жоқ дегенді көрсету. Және де коммунизмге қарсы көзқарастарды көбейту.

Бірақ барлық кеңестер уақытында қабылданбады. Амери- кандықтар телевидение эфирінен сөйлеудің уақытын 15 минутқа қысқартуға кеңес бергенімен ол 1 сағатқа созылған.

Ол сахнаға қарай бара жатқан кезде қасында бірде-бір танымал адам болмады. Қасында тек ұқыпты киінген адамдар ғана жүрді. Бірақ ду қол шапалақтау деген де болмады. Ельцин де олардың иығынан достық рәуіште қақпады.

Ол ештеңе уәде етпеді. Халық оған сенбейді. Белгіпі болғандай халық ұзын-сонар кезек күтуден әбден жалыққан. Сондықтан да азаматтық соғыс басталуға даяр еді. Әсіресе билікке деген халықтың ашу-ызасын, тоталитарлық жүйеге деген ренішін БАҚ күні-түні көрсетті.

Бір клипқа Ельцин таңғы сағат 6 да түседі, әрине , ол өз бабында емес еді. Қырық минут бойы түсірілген сюжет сәтті болмады.Ал американдықтар бұл түсірілімде оның бүкілхалықтық қолдауға ие екенін көрсетуге тырысу қажеттігін айтты, тіпті Ельциннің әйелі Наинаны да қатыстырды. Неғұрлым халықтың көкейіндегі жайларды көрсету арқылы, ал Ельцинді соның бастаушысы ретінде жарнамалау оған жол ашты.

Американдық кеңесшілер Ельцин мен Зюгановтың телесайысына да қарсы болды. «Біз ұтыламыз» деп қорқатындықтарын айтқан. Олар Ельцинге қарсы топтан сескенді. Лебедьтің дауыс санын Ельцинге бұрып берудің жолын қарастырды. Нәтижесінде оның жақтастарының Ельцин 56 пайыз дауысына қол жеткізді.

“Тайм” басылымының жазуынша, Ельциннің қол астында- ғылар телевидение арқылы халықты кеңестік жүйенің жағымсыз жайлары әбден хабардар етті.Дегенмен американдықтар өз дегеніне қол жеткізді.

ЭКОНОМИКАЛЫҚ АҚПАРАТ

Бүгінгі күні қазіргі заманға сай қандай ақпарат тиімді екенін ескерген жөн. Егер осы бір тиімділікті ескермеген күнде жеңіске жету қиын.

Англия - экономикалық және қаржы жайындағы ақпараттардың маңызын бірінші болып аңғарған ел. Олардың экономикалық “Файнэншнл таймс” деген газеті оларда ғана емес, әлемдегі беделді басылымға айналды. Оның әрбір беті нақты ақпараты бар кестемен толықты. Мысалы, көмірдің бағасынан бастап, бағалы қағаздардың қанша тұратынына дейін жазылды.

Рейтер ақпарат агенттігі тек экономикалық жағынан өркендеген жоқ, тіпті американдық ірі ақпараг агенттігі ЮПИ-ді де сатып ала жаздады. Экономикалық мықты болуларының себебі экономикалық ақпаратқа мойын бұруларында еді. Саяси жаңалықтарды тарату барысында ақталмай қалған шығынның орнын қаржылық ақпарат жапты.

Британняда әлі күнге дейін қаржылық жағынан мәлімет беруге маманданушы пресс-ұйымдар гүлденіп келеді.

Көп жылдан бері Англияда журналист болып жұмыс істеген Спартак Беглов “Британская печать на исходе века” (Москва.1995) кітабында “Файнэншл” біресе “Файнэшнл” деп жазған. Оның ойынша, “Файнэншл таймс” Лондон, Париж, Нью- Йорк пен Токио, Франкфуртте бір уақытта әлемнің бес астанасына таралатындығын тілге тиек еткен. Европалық бизнесмендер мен экономистердің арасында басқа басылымдарға қарағанда “ФТ-ті” жаздырып алушы оқырмандардың саны да 4 есеге өскен.

Ресейде “ФТ’ пен “Известия” газетінің біріккен “Финансовые известия” дсген басылым бар. Егер ФТ оқырмандарын ақпаратты толық,мазмұнды бере білгені үшін тартса, ал ағылшындық “Экономист” газеті қысқа әрі нұсқа жазатындығымен тартады. “Экономист” басылымына жазылушылардың шетелдегі оқырман саны 80 пайызға жеткен. Алайда 15 пайызы ғана табыс әкелетін газеттің пайдасы 12 мың фунт стерлинггті құрайды.Редакция құрамында “Экономист интеллидженс юнит” атты зерттеу қызметі жұмыс істейтіндіктен олар газетті құпия қызмет пен баспасөз қосындысы, гибриді санайды.

“Рейтер” электронды брокерлік қызметке көшкен. Бұл дегеніңіз телеграф агенттігінің әлемнің көптеген банктеріне, 19 мың диллерлік видеотерминалға шыға алады деген сөз. Есесіне 50 пайыздық валюталық келісімдер жасалады. Мұнда 10 мыңнан астам адам жұмыс істейді. Мәскеудің өзінде 50 қызметкері бар. Әлемнің 150-ден астам елінде тілшілер қосыны бар. Рейтерге түсетін 70 пайыз табыс осы экономикалық жаңалықтарды таратудың нәтижесі, ал саяси ақпараттар бар- жоғы 10 пайызды құрайды. Яғни, бір жылдың ішінде агенттік бір жарым миллион фунт стерлинг пайда табады.

90-жылдардың басында Рейтер Лондондағы “Висньюс” деп аталатын видеоқызметін жаулап алды. Кейіннен “Рейтер ТВ”деп аталды. Ол әлемнің 10-даған еліне ақпараттық телесюжеттерді таратумсн айналысқан. Сондай-ақ Рейтер британдық Ай-Ти коммерциялық телеарна негізінде қайта құрылды. Басты мақсат-халықаралық тәуелсіз тележаңалықтар агенттігін құру.

“Дәмсіз”, “көңілсіз” деп саналған қаржылық-экономикалық тақырыптағы жаңалықтар газет-журналда немесе телеграф агенттігінде ғана емес, көңіл-көтерушілікке бағытталған телеарналарда да көрсетілетін болды.

«Мир» телеарнасынан шығатын “Телебазар” бағдарламасы ғаламдық телемаркет нұсқасына лайықталған. Бұл супермаркет телеарна арқылы тауарды сату, оған тапсырыс беру сияқты жүйені қалыптастырды,өйткені МТРКкөпфункционалды, жерсеріктік жүйе негізінде жұмыс істейді.

Экономикалық ақпараттың электронды пішінде таралуын В.Кулев “Деловая пресса Россий” атты өз зерттеуінде қозғаған болатын. Оны экономикалық ақпараттың аудиовизуалды пішінде таралуы қызықтырды. Тауарға ақшасын төлеп қойған тұтынушы кез- келген уақытта оны пошта мен факс арқылы алуына болады. Ресейде де экономикалық ақпараттарға сұраныс жоғарылаған. Бұны “Деловой мир”, “Экономическая жизнь”, “Финансовые известия”, “Коммерсант-Дейли”, “Ин-бизнес”, “Содружества” басылымдарының жарыққа шығуынан-ақ аңғаруға болады.

Алыс шетелдерде бизнес-ақпарат көбінесе газеттің бір бетіне қосымша ретінде немесе блок түрінде жарияланады.Көбінесе арнайы басылымдар шығарылады. Іскерлік ақпараттардың көпшілігі тұтынушыларға электронды арналар арқылы жетеді.

Ал Ресейде басқаша, экономикалық ақпараттар көбінесе қоғамдық- саяси басылымдарда жарияланады. Газет пен телевидение бірігу үстінде.Телеақпарат газетке қайта өңделеді немесе керісінше жүзеге асырылады. Телеканал-газеттер деген де бар.

ИТАР-ТАСС агенттігі іскерлік ақпарат тарату бағытында жұмыс істейді. Бұл агенттік қазір ЭКО-ТАСС деген орыс-ағылшын тілдерінде бюллетень шығарады. ИТАР-ТАСС -та сонымен қатар телевизиялық ақпарат агенттігі де бар. Олар РТР телеарнасынан аптасына екі рет“Бизнес в России” деген бағдарламаларын шығарады.

Тұтынушылармен модемді байланыс бәсекелестердің алдын орауға көмектеседі.

Ресейде іскерлік басылымдардың саны 300-ге жетті. Мәскеудің бір ауданында ғана 60 басылым жарық көреді. Ал Петербургте және аудандарда 10 нан асады. Бұл Ресейдсгі қарқынды дамып келе жатқан саланың біріне айналды. Сондай-ақ “Приглашаем на работу”, “Акционер”, “Рынок”, аудандық басылымдардардан “Экономика и мы”- Уфадан «Деловая провинция» газеттері шығып тұрады.

Соған ұқсас бізде “Кустанайские вести ” деген басылым бар. Ол 43 мың данамен шығатын. Қандай бір республикалық басылым мұндай тиражбен мақтана алмайтын. Қазақстандық бұл газет Қазақстан бидайына қызуғушылық танытқан Ресейдің бес облысында таралатын. Олар тіпті ресейлік жарнамаларды да жариялай береді. Бұл газеттер экономикалық, қоғамдық-саяси тақырыпты араластырып жаза береді. Оны ғылым докторы В. Харченко басқарған. Ол газетке жазылушы оқырманға ақшамен емес, астықпен жазылуына мүмкіндік жасаған. Кейде тіпті қарызға жаздырып алады екен, кейін астық жинау кезінде есеп айырысады. Харченко қазақ газеттеріне де экономикалық қолдау көрсетіп қоятын болған,бір ғимаратта отырған соң , қазақ газеттері жарық пен суға төлей алмай қалғандарында қол ұшын созатын.

Ресейде тегін газеттер тәжірибеден өтіп.қалыптасқан. Олар көп жағдайда жарнама-анықтамалық бағытта жарияланады. Сол жарнамадан түскен қаржы газеттің шығуына мүмкіндік туғызып отыр, пайдасы болғандықтан газеттер тегін беріледі.

Ал, Қазақстанда осыған ұқсас “Ва-банкь” газеті бар. Ол 170 мың данамен таралды. Таратушылар оны пошта жәшіктеріне салады. Сондай-ақ газеттің жарнамалары телеарна мен радиодан қайталанады. Мәселен, “31 телеарна” мен “Тотем” радио-телестанциясында көрсетіледі. Содан кейін Алматыдағы 7 телеарнаның бағдарламаларына қосымша шығарылады.

Профессор С.Гуревич “Редакциялық менеджмент негіздері” кітабында осыған талдау жасайды. (М, 1994) Барлығын қорытындылай келгенде **редакциялық менеджмент** - бұл жоғары пайда табуға мүмкіндік туғызатын, құрылымның белсенділігін арттыруға бағытталған, сондай-ақ тосқауыл мен қандайда бір кедергілердің алдын алатын басқарудың саласы. Бірақ, газетті табыс көзі деп айту қиын. Егер оны сатудан түскен пайда газеттің жарты шығынын ғана өтесе, ал жарнама шығынның 80 пайызын жабады десе болады.

Редакция менеджері - бұл бойында жігері бар, басқарушылық пен қарым-қатынас саласында ұйымдастырушылық қабілеті басым,психолог адам. Редакцияның табыс пен жетістікке жетуі сол адамға байланысты. Сөзімізді дәлелдей түсу үшін “Друг народа” газетін шығарушы Маратты мысалға келтіруге болады. Ол ұлы француз революциясы кезінде өзі газет шығарушы редактор, материалдар авторы және оны таратушы рөлін атқарған.

Экономиканың жақсы бағытқа өзгеруі тек телебағдарлама- лардың мазмұнының немесе газет бейнесінің ауысуы ғана емес, жалпы газеттің толықтай өзгеруіне әкеп соғады. Ресейдің өзінде 1990-1993 жылдар арапығында мыңға жуық жаңа газет пайда болды.

Сондай-ақ шетелдік инвесторлармен біріккен баспалық өнімдер де пайда болды. 1992 жылы Известия газеті американдық бизнесмендермен бірігіп “We-Мы” деген ағылшын-орыс тілдерінде апталық газет шығарды. “Московские новости” газетінің ұжымы мен атақты «Нью-Йорк таймс» газеті орыс тілінде “Нью-Йорк таймс” атгы күнделіқті-дайджесті шығарды.

Тіпті өмірі өзгермейтін ТАСС көзқарасы да өзгеретін болды.

ИТАР-ТАСС пен РИА ақпарат агенттіктері Интерфакс пен Студинформ сияқты мемлекеттік емес және жеке ақпарат таратушылармен бірігіп ақпарат бағытын өзгертіп беретін болды.

Қазір әрбір редакция үшін бизнес-жоспар маңызды. С.Гуревич «Газета и рынок: как добиться успеха» деп аталатын еңбегінде шығын мен жетісттікке жеткізудің жолдарына арналған 34 тармағын атап көрсеткен:

ШЫҒЫНДАР

**Бүкілредакция шығыны**

Штаттағы қызметкерлерге төленетін жалақы қоры.

Штаттан тыс қызметкерлерге төленетін жалақы қоры.

Әлеуметгік сақтандыруға кететін шығын.

Материалдық сыйақы қоры

Әлеуметтік даму қоры.

Іс-сапарға кететін шығын

Телефон, факс, пошта шығындары

Өкілдік шығындар

Маркетинг бюджеті

Құрылтайшы шығыны

Баспаға кететін шығын

Жихаз,техника мен ғимаратты жалдауға кететін шығын

Редакция жабдықтары мен ғимаратты сақтандыруға кететін шығын.

Ғимаратты ұстап тұру шығыны.

Жыл сайын жасалатын жөндеу жұмыстары мен амор- тизациялық шығындар.

Кеңсе заттарын сатып алуға кететін шығын.

Көлік шығыны

Газет-журналға жазылу

Жан-жаққа өнім даналарын жіберу шығыны

Мемлекеттік бюджетке кететін шығын.

Журналистік қор мен әдебиқорға кететін шығын.

Журналистердің өмірін сақтандыру.

**II. Баспа мен өндірістік шығындар.**

23 . Қаламақы.

а. Шығармашылық адамдарға

б. редакциядан тыс авторларға төленетін сыйақы

в. ақшаны жіберу шығыны

Әлеуметтік сақтандыру

Қағаздың бағасы

Баспаханаға кететін шығын

Газетті тарату және жеткізуге кететін шығын

Фотоиллюстрация мен ақпарат алуға (ИТАР-ТАСС, Интерфакс және т.б.)

**КІРІСТЕР**

Газеттің данасын таратудан түсетін кіріс

жарнамадан түсетін пайда

Бүтіндей бетті(полоса) сатудан түсетін пайда

Баспа өндірісінен түсетін түсім

коммерциялық істерден түсетін пайда.

Банктерде сақталудағы қаржыдан түсетін дивидент, резервті қордан түсетін пайда. (121-122 б.)

Тағы бір экономикалық қадам -баспалық концерндер. Мұнда тек басылым ғана емес телевидение, радио кіреді. Мәселен, “Московские новости” концерніне осы газет аттас апталық, “Москоуньюс” атты ағылшын, “Нью-Йорк таймстың” орысша басылымы,апталық экономикалық шолу «Бизнес МН»,айлық фантастикалық журнал «Если» мен «Русская виза» әдеби-публицистикалық газеті кіреді.

Сондай-ақ концернге“Радио-Максимум” орыс-америка радиостанциясы, сонымен қатар Санкт-Петербург, Берлин, Варшава, Нью-Йорктің коммерциялық өкілдігі мен бюросы кіреді.

Нарық тек жаңа газеттің пайда болуын, сондай-ақ шетелдік капиталдардың бірігуімен ашылған редакциялық басылымдар мен ірі концердердің дүниеге келуін ғана қамтамасыз етпейді,сонымен қатар нарық газетті құлдырауға да ұшыратады. Ресей журналистері мемлекет тарапынан көрсетілетін жеңілдіктер үшін күрескен еді. Содан кейін барып, Ресей Федерациясы отандық бұқаралық ақпарат құралдарына берілетін жеңілдіктерді сақтап қалу туралы шешім қабылдады. Бұл Ресей БАҚ үшін ақпаратты объективті түрде беруде қосымша жауапкершілік жүктейді деген сөз. Ал Қазақстан БАҚ-на ондай жеңілдіктер жоқ.Сондықтан да қазақ тілді БАҚ –ның деңгейі дамуға қарай емес, құлдырауға қарай бет алды.

АҚПАРАТ ЖӘНЕ ПІКІР АЛУАНДЫҒЫ

Баспасөз көзқарастарды, пікірлерді еркін жазуы шарт. Мәселен, 1996 жылғы президент сайлауы кезінде Мәскеу телеарналарының біржақты пікір білдіргені үшін саясаткерлер мен телекөрермендер өз реніштерін білдірген.

Тіпті КВН студентгік командалары да президент сайлауы кезінде Ельцин мен оның отбасын шақырып , нешетүрлі реплика тастап, ойын өткізген болатын.

Думаның өзі де бірнеше мәрте өз арнамыз болу керек деген ұсыныс та жасаған. Пікір алуандығының болмауы баспасөздің жоғары жаққа жалтақтайтынын білдіреді. Ол баспасөз данасының қысқаруына, идея мен пікірлердің құлдырауына әкеліп соғады. Жалпы айтқанда баспасөзде плюрализмнің болмауы қоғамға қауіп төндіреді.

Баспасоз концентрациясы теория жүзінде саяси жоне мәдени пікірталас ауқымын азайтады.1944 жылдардың өзінде Францияда плюрализмді қамтамасыз ету керек деген заң шыққан болатын. 1984-1986 жылы заңгерлер плюрализм қажеттігі жөнінде тағы мәселе көтерген.Сондай-ақ мұндай қарама-қайшылықтар басқа елдерде де бар.

Плюрализмнің екі түрі бар. Біріншісі “ішкі”, екіншісі “сыртқы” плюрализм . Жан-жақты ой-пікірлердің жинақталып, бір басылымда жарық көруі ішкі плюрализмді көрсетсе, ал сол пікірлердің басқа тәуелсіз газеттерде таралуын сыртқы плюрализмге жатқызуға болады.

Сондықтан АҚШ-та АП және ЮПИ атты екі ақпарат агенттігі бар. Солардың бірі қаржылық дағдарысқа ұшыраған кезде АҚШ ЮПИ-ді шетелдік миллионерлерге сатуға рұқсат бермегенімен қоймай, оның өркендеуіне жол ашты.

АҚШ-та сөз бостандығын қамтамасыз ететін, оған арнайы нұсқау беретін комиссия жұмыс істейді. Ол комиссия басылымның жан-жақты дұрыс ақпарат беруі редактордың ұяты мен адамгершілігіне байланысты деген тұжырымга келеді. Редакторлар көп жағдайда бейтарап саясат ұстанып, ал оның қожайындарын тек табыс қызықтыратын жайлар да бар.

Мысалы, 80- жылдары “Таймс” газетінің қожайыны Мэрдок болды. Ол өзіне ұнамаған журналистер мен редакторларды оңды- солды ауыстыра берді. Сондай-ақ Мэрдок “Таймс” газетінің сая- сатын МаргаретТэтчердің бағдарламасын насихаттауға және оның сәтсіздікке ұшыраған жекешелендіруге арналған бағдарламасын насихаттауға арнады.

Сондықтан заңгерлер плюрализмге жол бермейтін монополист басылымдарды азайтып, жаңа басылымдар тобын қүруы керек деген уәжде болды. Яғни бір қожайын тек бақылау акциясын ғана емес, оның ірі табысын да иеленбеу керек. Заңгерлер жарнама бірден басылым қожайынына емес, қоғамдық орталыққа түссе дейді. Аталмыш орталықтан аз қаржыландырылатын басылымға бөліп берілер еді. Мемлекет тек жеке басылымдардың өмір сүруін ғана қамтамасыз етпейді, оларға 25-50 пайыз қаржылық көмек көрсетіп, керекті толқын мен техника жағынан да қолдау көрсетеді.

1996 жылы 8 қазанда “Казахстанская правда” басылымында жарияланған президент жолдауында Нұрсұлтан Назарбаев: “бізде саяси плюрализм ауқымы кеңейіп келеді. Сондықтан бізде сөз еркіндігі мен сынға алу мүмкіндігіне тосқауыл қойылмаған” деп айтқан еді. Сондықтан Қазақстан- Орта Азия елдері ішіндегі плюрализм деген сөздің түп- төркінін ертерек түсінген, алдыңғы қатарлы елдің бірі.

ТЕЛЕВИЗИЯЛЫҚ БАҒДАРЛАМАЛАР

Қазақстанда теледидардан өткен бағдарламаларды газетке басу деген тәсіл сирек. Мемлекеттік телеарналар бұл мәселені көтергенімен басылымдар оны ақысыз басқысы келмейді. Әсіресе қазақша бағдарламаларға келгенде бәрі сараңдық танытады. “ТV шанс” газеті бүл олқылықтың орнын толтыруға тырысты. Оның құрылтайшысы - “Караван” ашық акционерлік қоғамы. Түрлі-түсті бетпен шығатын газет телевидение мен кино мәселелерін жиі жазып тұрады.

Басқа елдерде телевизиялық бағдардарламаларға арналған арнайы басылымдар бар. Бірақ ол газеттік форматта емес, журналдың пішінінде басылады. Күнделікті басылым сияқты олардың түр-түсі безендіріліп, көбінесе адамдар жайлы ақпарат көбірек беріледі.

80-жылдардың соңында Францияда жиырмаға жуық арнайы журналдар шықты. Ол 12 млн. данамен тарады. Бірінші орында “Теле-сет-же” басылымы тұр. Ол Ашетт атты ірі топтың көмегімен 1963 жылдан бері“ТВ Кулер” журналы жарық көріп келеді. 1993 жылы оның данасы 3 миллионға жетті. Сондай-ақ “Теле-сет-жур” журналының қосымшасы да шықты.

1983 жылы Ашетт тобы “ТВ Кулер” журналын бір жарым мың данамен басып шығарды. 1989 жылдан бастап журнал “Теле-сет-видео” деген жаңа атқа ие болды. Сондай-ақ, Францияда 1966 жылдан бері бір жарым миллион данамен шығатын “Телепош ” деген басылым да бар. 1986 жылдан бері 2 миллион данамен “Теле-стар” журналы шықса, ол кейіннен “Теле-луазир” деп атауын өзгертті.

Католиктер де телеарнаны қолдайды. Олар 1950 жылдан бастап жарты миллион данамен “Телерама ” деген басылым шығарды. Ол телевизиядағы бағдарламалардың форматына және сараптамалық мазмұнына көп көңіл бөлді.

80-жылдардың ортасында газеттердің телевиденияға арналған қосымшалары шыға бастады. Ол тек “Фигаро” тобына жататын газеттерде ғана емес, тәуелсіз басылымдарда да болды.

Эрсона тобына жататын “ТВ магазин” журналы Ашетт тобының “Теле-сет-жур” басылымымен бәсекелес болды. «Эбдо ТВ» басылымы да Ашетт тобына жататындықтан ол арзандатылған бағамен сатылып,барлық батыс дүңгіршектерін жаулап алған. Оның данасы 2 миллионға жеткен.

Ары қарай олардың тиражының өркендеп өсіп, қанат жаюына монополияға қарсы заң жол бермейді. Онсыз да Эрсананың тобына жататын “ТВ магазин” мен Ашетт тобына жататын “Эбдо ТВ” басылымдары 1993 жылы нарықта 25 пайызға дейін жетті.

“Фигаро ТВ” Фигароның қосымшасы ретінде жұма сайын тегін таратылады. Монополия басқа елдің нарығын да жаулап алды. Ашеттің “Телепрограмма” басылымы Испанияда да таралатын болды.

Франциядан басқа елдің нарығына кіріп қана қоймай өзге елдің басылымдарын да өздеріне енгізеді. Француз филиалы болып келетін Грюнер унд Яр неміс концерні 1986 жылдан бастап “Теле-луазир” телевизиялық апталық басылымын шығарды.

АҚПАРАТ КЕҢІСТІГІ: АРМАН МЕН ШЫНДЫҚ

Ақпараттың таралуы техникалық құрал-жабдықтар мен ұйымдастырушылық іс-әрекетгерге де байланысты. Осындайда МИР телерадиокомпаниясын айта кеткен жөн. Бүл компания 13.10-нан 13.55-ке дейін ОРТ телеарнасынан хабар беріп тұрады. Бірақ 5 сағатқа дейін созуды да жоспарлайды. Бірақ Ресей ТВ МИР-ді жауып тастады.

Алайда шынын айту керек, Украинада ОРТ телеарнасын мүлдем көрсетпеді. Ал Әзербайжанда да тек сағат 6 дан кейін ғана көрсетілуге рұқсат етілген. Ал спутниктік антенна арқылы көруге әзірге ешкімнің жағдайы жоқ. Онда «МИР» телеарнасы жергілікті арналарға тарала ма? Өкінішке орай, Қазақстан арналары онсыз да толық болғандықтан, кейбір коммерциялық арналар “МИР” телеарнасының телебағдарламаларын сатып алуға қарсы емес.

Украинаны мысалға келтірсек. Украина телерадио тарату ұлттық кеңесінің төрағасы В.Петренконың айтуынша, елдерінде ОРТ телеарнасы заңсыз таралып жатыр. Заң бойынша, әрбір каналда шетелдік бағдарламаларды көрсету 50 пайыздан аспауы тиіс. Ал ОРТ телеарнасында 50 пайыздан астамы шетелдік өнімдер.

Қазір Украинаның көпшілік жерінде “Маяк” бағдарламалары таралмайды. Кейбір батыс облыстарында ОРТ мен «МИР» бағдарламасы көрсетілмейді.

Осы заңның нәтижесінде Украинаның телеөнімдері 50 пайыздан аспай қалған. Егер көрсетілім спутник арқылы жүзеге асатын болса, онда Украина халқының көпшілігіне үлкен жерсеріктік тәрелке қойылмаған. Егер «МИР» телеарнасы кабельмен трансляцияланатын болса, онда жиілік мәселесі қалай болады? «МИР» телеарнасы үлкен мәселеге айналып отыр. «Мир» телеарнасындағы бағдарламаның тең жартысы шетелдік өнімдер.

Сондай-ақ, Украинада Франциядағы сияқты телерадио мәселелерімен айналысатын ұлттық кеңес бар.

Ал, телеарналарды өз өнімімен толтыру да Франциядан алынған тәжірибе нәтижесі. Кеңеске 4 адамды президент ұсынады, 4 адам парламент спикерінен құрылады.

Белорустар да «Мир» телеарнасын өз ұлттық арналары арқылы таратуды көздеп отыр. Ол туралы Беларусь Республикасының премьері М.Чигирь былай деген еді: “Екі компания арасында жасалған келісім шарт «Мир» телеарнасының ұлттық арнада көрсетілуіне мүмкіндік беріп отыр. Сондықтан республикалық эфир арқылы Беларусь халқы ТМД-да болып жатқан оқиғадан хабардар болады” деп сенім білдірді.Белоруссия алғаш рет Минск-Москва деген телекөпір өткізді.

Армения «Мирдің» күндізгі бағдарламаларын кешкісін алдын ала жазып алынған жазбадан көреді. Ол ОРТ телеарнасынан шығады. Арменияда ОРТ телеарнасы сағат 19.00-ге дейін көрсетілмейді. Бұл Мәскеу уақьггы бойынша 18.00.-ге сай келеді. ОРТ телеарнасындағы «МИР» бағдарламаларын республиканың тек 40 пайызы ғана, оның өзінде Ереван маңында тұратын халық қана тамашалай алады. ОРТ-ның өзінде «МИР» бағдарламасы армян тілінде көрсетіледі. Тағы бір ерекшелік күндіз «МИР»- ден өтетін 45 минуттық бағдарлама кешкісін 20 минут қана көрсетіледі. Сондықтан олар «МИР»-дің ескі және жаңа сюжеттерін қысқартып бере береді.

Ал Грузияда МИР телеарнасы көрсетілмейді. Бұл мәселе әлі күнге дейін шешімін таппаған. Ал Қазақстанда «МИР» телеарнасы ұлттық телеарналарда көрсетіледі. Ягни бүгін бар , ертең жоқ деген қағидамсн өмір сүруде.

Қырғызстанда «МИР» телеарнасын бәсекелес телеарна деп есептейді. ОРТ-да «МИР» бағдарламасы көрсетілмейді. Оны Пирамида телеарнасы мен Мәскеулік “Телеутро” багдарламасы көрсетеді.

Молдовада оппозиция «МИР» телеарнасына ұстамдылық танытуда. Молдовада да Украина сияқгы ұйымдастырушылық кеңес бар. Молдовада «МИР» телеарнасының өнімдерін сағат 12.10 да жазып алады да, ОРТ телеарнасынан 18.00-де көрсетіледі. Ұзақтығы 40 минут.

Санкт-Петербургте «МИР» телеарнасының бөлімі қызмет істейді. Өйткені, геосаясат жағынан қарағанда Ресей астанасынан емес, Санкт-Петербург арқылы «МИР» телерадиокомпаниясы Балтық елдері мен Скандинавияға таралады.

«МИР» телеарнасының багдарламалары аталмыш елдерде көрермендер жүрегіне бірден жол тартты. «МИР» телеарнасы арқылы спутниктік каналдардың барлығын жаулауға мүмкіндігі бар. Сондықтан Петербург журналистері «МИР» телеарнасынан көп үміт күтеді.

«МИР» телеарнасы МОДЕРН РАДИО каналымен дс қоян- қолтық жұмыс істейді. Бұл Ресейдегі ірі телерадиокомпаниялардың бірі.

«МИР»-дің Санкт-Петербургтегі бөлімшесіне парламентаралық ассамблея жұмысын насихаттау тапсырылған. Олар өздерінің ғимаратынан арнаға орын да берген. Парламентаралық ассамблея МИР-дің спутниктік каналдарын пайдалануға дайын еді. Олар қажетті құрал-жабдықтың бәрін дайындап қойды.

ИТАР-ТАСС ақпарат агенттігі ассамблеяға өз каналдарын пайдалануға рұқсат беріп отыр. Бірақ ассамблея өзіне жақын «МИР» телеарнасымен таралуды жоспарлаған.

«МИР»-да көп функционалды спутниктік телерадио тарату жүйесі бар. Корпорация кейбір аудандарда жерүстілік спутниктік станциясын орнатты. Оны екі жақты байланысқа қолданады. Әсіресе, телекөпір мен басқа да арна бағдарламаларын басқа елге тарату үшін қолданады.

“Романтис” құрал-жабдық фирмасының өнімдерін Алматы, Бішкек, Ереван, Баку, Санкт-Петербургта пайдаланады. Жергілікті спутниктік станция телефон мен факстік мәліметтерді жіберуге де септігін тигізеді.

Бұл мүмкіндік Интелсат-604 атты кең бағытты,халықаралық жерсерігі транспортерін жалдағаннан кейін туды. Ал жергілікті спутниктік станция Душанбе, Кишинев, Тбилиси мен Ташкентте салынды. Москвада “Станционар” деген телепорт салынды. Жобаның нәтижелі жүзеге асуының арқасында 5 теле және 15 радиоканал жұмыс істейтін дәрежеге жеткен. Бұл «Радио-1» және «Маяктан» да көп, оның үстіне мыңнан артық телефон мен компьютерлік байланыс алып отыр.

Жеке спутник, жеке телевизия, жеке радиоарналар мен компьютер болғаны Санкт-Петербург журналистерін қуантатын жағдай болды.

Сондай-ақ МИР ТМД-дағы 11 құрылтайшымен шектеліп қалмауда. Олардың қызметіне “СИ-ЭН-ЭН УОРЛД РИПОРТ” контрибьютері қатысады. Бұл тележурнағал сюжеттер жібереді. Ендігі кезекте «Неміс толқыны», ол компютерлік техникамен жабдықталған. Мұндай технологиялар Қазақстандағы республикалық радиода да бар.

Ол электронды монтаж жасауға, керекті бағдарламаны компьютерден табуға, бағдарламаны тез жазуға көмектеседі.

Сондықтан «МИР» телеарнасы бірден озық технологиялық жабдықтарға көшуді біртіндеп енгізу мәселесін шешуде. Жерсеріктік радиохабар тарату жаңа компьютерлік технологияларды талап етеді, алайда көп қаржы да қажет.

АҚПАРАТ ЖӘНЕ ҰЛТ

Достастық органдарының 80 пайызы Мәскеуде орналасқан, қалған 20 пайызы Санкт-Петербургте деп қалжыңдауға да болады. Кез-келген уақытта бүкіл жүйе, техникалар бір қолға шоғырлануы мүмкін. Оған ешқандай балама жоқ.

Минск-Москва телекөпірі, 3-4 мемлекет өкілдері бір мезетте қатысқан радиокөпір жүргізу бұл «МИР»-дің ұтатын тұсы.

Алайда оның басты қызметі Мәскеуде, ал офисі Санкт- Петербургтегі Таврический сарайындағы Парламентаралық Ассамблеяның ғимаратында орналасқан.

Беларусь Республикасының Премьер - министрі М.Чигирь МТРК отырысындағы сөйлеген сөзінде былай деген еді: “МИР” телерадиокомпаниясының уақыт өткен сайын беделі жоғарылап барады. “МИР”-бұл өте табысты жұмыс істеп тұрған құрылғы. ТМД мемлекеттерінде тамаша қызмет атқарып тұрған- кедендік бірлестік және телерадиокомпания деп айтсақ болады.”

“МИР” телеарнасының жұмысын Қазақстан ГІрезиденті де жоғары бағалады. Ол Алматыда өткен «Мир» телерадиоком- паниясының ұлтаралық директорлар кеңесінде жасаған мәлімдемесінде «МИР»-дің қызметі жайлы атап өтті: “Бүгінде аяғынан нық тұрған телерадиокомпанияның ТМД аумағында белсенділігі артып келеді. Біз істің алға басқандығын Қазақстандағы «МИР» телеарнасының бөлімшесі қызметінен де байқап отырмыз. Бұл тәуелсіз елдер арасындағы белсенді институт.” Бұл мәлімдеме “Ветер” атты ұлтаралық телерадиокомпанияның 5-ші жннағыңда басылған болатын. (Москва 1965 жыл, 22 бет)

Ақпарат көп жағдайда орын алған оқиғаға да байланысты. Сондай-ақ ұлттық жағдай да басты рөл ойнайды. ОРТ телеарнасы және “Время” бағдарламасы туралы Украина өкілі былай дейді: “Бізде көрсетілетін ОРТ телеарнасы әр жаңалықты толық әрі объективті түрде бере алмайды. Сондай-ақ “Время” бағдарламасы әскери іс-әрекетті театрланған көрініс сияқты көрсетеді” (36-бет).

Ақпаратты беру барысында ұлттық, ұлтаралық талаптарды және амбицияны да ескермеуге болмайды. Әзірге «МИР телеарнасы өз шығарылымдарында ақпаратты бейтарап және жақсы жағынан беруге тырысады. Бірақ ақпарат берудің сипаты өзгерген. НТВ телеарнасындағы “Сегодня” бағдарламасының жүргізушісі Михаил Осокин бұл туралы пікірін білдірген еді: “Біреу туралы жақсы ақпарат таратқан жақсы. Бірақ, әлемде жаңалық бағдарламаларының барлығы сенсацияға құрылады. Бұл дұрыс емес.Бірақ бұған қарсы тұра алмайсың. Себебі адамзаттың ақыл-ойы соған бағытталған. Яғни, халықты бірінші өрт, өлім-жітім, зілзала, қақтығыс қызықтырады, жагымды мәліметтер екінші орынға ығыстырылған.” (ТВ шанс, 14 тамыз 1996 жыл 2-бет)

Қазіргі ақпарат яғни Мәскеуден келетін мәліметтер теріс бағытта да эфирден өтіп жатады. Көпшілік жағдайда ақпаратқа сыни көзқарастарды да қосып жіберу тәсілдері кең қолданылады.

Ал “МИР”-дан өтетін жаңалықтар «жүрекке жылы тигенімен бәсекелестік қабілетін төмендетеді” дейді сыншылар. Олар сондай-ақ “Мир” телеарнасының көрермендерге ұсынған материалы арқылы шындықтың өткір тұстарын ашық бере ала ма? деген сауал қояды” (Родники.207-бет.)

Содан кейін орыс ақпарат тарату бөлімдері ұлттық құндылықтар мен билік институттарының мүддесін көрсетіп отыруды нысанаға алды. Сондай-ақ олар орыс ұлтын барлық ұлттар мен ұлыстардан жоғары көрсетуге тырысты.Бұл жайында олардың құрылтайшыларын тыңдаған да жөн.

Бірде Әзербайжан өкілі былай деген еді: “менің айтқым келіп тұрғаны саяси оқиғаларды көрсеткен кезде өте сақ және үқыпты болған жөн. Бұл өте маңызды. Тіпті өз жемісін бергелі тұрган істің өзін құртып алуымыз мүмкін. Сондықтан әріптестеріме саяси және геосаяси жағдайды ескере отырып, барлық жағдайға этикалық тұрғыдан келуді сұраймын. Мен арнаның бастапқы бітімгершілік бағытынан айнып кетпегенін қалар едім.“МИР” телеарнасы бейбітшілікті насихаттаумен ерекшеленеді. Егер саясатқа араласып кетсе, онда басқа каналдардан айырмашылығы болмай қалады. Қазір барлық телеарналар тәжірибе жүзінде бір-біріне ұқсас болып келеді. Олар жалған демократияны желеу етіп, бір-бірінен асып түскісі келеді. Ал, бұл “МИР” телеарнасында басқаша көрініс тапқан (“Подъем”. 70-71 -бет.).

Азербайжанда “МИР”-ді барлығы көреді, тіпті түскі ас уақытын пайдаланып көрсе, ал Арменияда 20 минутқа созылған бағдарламаларды қайтадан монтаждап, қысқартатын жерін қысқартып, яғни орысшадан армян тіліне аударып қана эфирге береді.

Татарстанда “МИР”-ді өте жақсы көрсетеді. Бұл елде тіпті саяси жағынан жақсы көзқарастағы аңыз да қалыптасқан.

Сондықтан да “МИР»-дің Татарстандағы бөлімшесі Минтемир Шаймиевтің сайлауға түскен уақытында тек жақсы жағынан көрсетіп, жағымды пікір қалыптастырды.

Алайда жағымды жағынан көрсетілгенімен астарында сыни көзқарастар болғанын жасыруға болмас. “Біз бағдарлама барысында сайлауды жан-жақты қамтуға тырыстық. Біз бүгінгі күні Ресей Федерациясының құрамындағы өз жолы, экономикасы мен саяси беделі бар ел екенін көрсетуге тырыстық. Республика-жыл сайын бидайы бітік шығатын бай ел. Ал сол бағдарламада Татарстанның 4 жыл қатарынан экономикасы 5-7 пайызға өіп отырғандығы да тілғе тиек етілгсн. Республика толығымен ауылшаруашылық өнімдерімен қордаланған. Ресей Федерациясы үшін біз жақсы үлгі бола аламыз” деп жазылды газетте. (Подьем 79-80-бет.). Соңғы сөйлем көңілге қонымды.

Қазақстан орыстармен жақсы қарым-қатынаста екенін «МИР» Мәскеуде көрсете алмай отыр. Арна арқылы керемет жағымды сюжеттер беруге болар еді. Сондай-ақ сыни көзқарастарға да орын беру керек сияқты. Мәселен, Жамбылдың 150-жылдық мерейтойы өтіп жатқан кезде казактар митингіге шыққанын, неміс пен орыс министрлерінің қарапайым халықтың жалақыларын ала алмай жатқанда не істеу керектігі туралы айтқандарын көтеруге болар еді. Алайда “МИР” телеарнасы мұны бір жағынан берс алмайды. Бұл жерде “МИР” телеарнасына біраз өзгерістер жасау қажет. Өйткені Кавказ елдерінің төңірегіндегі дау-дамайды көрсетуде де пікірталасты мәселе етіп көрсете білу шарт. Бұл жерде әлеуметтік мәселелерді көтеретін пікірталасқа құрылған блок сұранып тұр. Яғни, пікірді жан-жақты, ашық, өзекті етіп бере білетін арнайы шығарылым болса, жаман болмас еді.

“МИР”-дің басты ұстанған бағыты-оқиғаны қаз-қалпында, болған жерінен бере білу. Сондай-ақ “МИР”-ді қаржыландырып отырған аймақтағылардың алдында да өз міндеті бар. 1995 жылдан бастап, Қазақстан 100 пайыз қаржыландырды, Әзербайжан 41 пайыз, Армения 30 пайыз, Беларусь-92 пайыз, Тәжікстан-20 пайыз, Қырғызстан мен Ресей 100 пайыз қаржыландырды. Барлық республика халықтары ТМД аумағында болған оқиғалардан бірдей ақпарат алып тұру мүмкіндігіне ие болды.Сондай-ақ ол тек ТМД емес, әлемнің басқа да елдеріне таралды. Мәселен, СИ-ЭН-ЭН -дегі “Мировое телеобозрение”, Азиавидение жүйесінде де “МИР” телеарнасы қатысты. Тіпті “МИР” телеарнасының делегациясы Тегеранда өткен осы ұйымның бас ассамблеясына да қатысты. ЮНЕСКО-мен де тығыз байланыста. ЮНЕСКО-ның бөлген қаржысына Достастық елдеріндегі жастар өмірі туралы фильм түсірілді.

“МИР” телекомпаниясы батыста да шығыста да өркендеуде. Қазір Болгария эфиріне шығуды көздеп отыр. Прибалтика елдері эфиріне таралудың түрлі жолдарын қарастырып жатыр. «МИР» болашақта батыстық телеарналарға шығуға да жоспары бар екенін Будапештте мәлімдеген болатын. Батыс Молдава эфиріне шығуға да мүмкіндік алмақ. «МИР» Түркмения мен Грузияға да құрал-жабдықтарын апарып қойды.

Кеңестер Одағы тарағаннан кейінгі ұлтаралық ақпарат беру үрдісі -бұл интеграциялық және орталықтандырылған процесс.

Бұл процесс тек телерадиоэфирде ғана таралуда. Ол ұлтаралық дегенімен белгілі бір ұлттың мүддесіне ғана қызмет етпейді. Алайда эволюциялық өрлеу жолы «МИР»-дің тек қана жағымдылық жағынан емес, бәсекелестікке қабілетін де арттыратыны сөзсіз.

ТЕЛЕВИЗИЯ ДӘУІРІНДЕГІ АЗ ҰЛТТАР МӘСЕЛЕСІ

Ең қызығы бүгінге дейін ұлттың аздығы ұғымын түсіндіретін нақты анықтаманың болмауы. «Аз ұлттардың мүддесін қорғау жөніндегі конвенцияда жасалған баяндамада: « конвенцияда «аз ұлттар» ұғымына анықтама берілмеген» - деп мойындалған. Барлық Еуропа Кеңесіне мүше мемлекеттердің ортақ мақұлдауын алатын, мұндай анықтама жасауға мүмкіндік берілмегендігін мойындауға негізделген шешім қабылданған болатын. «Басқа жағдайда ұлттың аздығы ұғымын талдағанда белгілі бір тоқтамға қол жеткізе алмас едік» деген пікірлер де бар.

Расында да, қасында көп миллионды ұлт өкілі бар Ресей тұрғанда Қазақстандағы орыстар аз ұлт бола ма? Синьцзяндағы қытайлар аз өкілді ұлт бола ма? Бұл сауалдың қойылуының өзі бірқатар эмоцияның туындауына себеп болатыны рас. Және ол өте нанымды. Егер бір егеменді ортақ мемлекетте өмір сүріп отырған болса, неге Ресей Грузиядағы абхаздықтарға қатысты мүлде басқа ұстаным ұстап отыр? Мәскеу Шешенстанды қару күші арқылы ұстап,сол қару күші арқылы Абхазияның Грузияға қатысты егемендігі үшін күресуіне қол ұшын беруде. Мәскеу Молдавияға гагауздарды галқандап тастауға жол бермеді. Неге АҚШ секілді ұлы мемлекет Кубаға оқшаулау жариялайды, Ұлыбритания Ирландиямен, Қьггай Тайваньмен шайқасуда? Ал олардың барлығы өздерін демократиялық мемлекеттер деп санайды.

Саясаткерлер пәтуа іздеп жүргенде назарды басқа проблемаға - телеарнаға аударайық. Ұзақ уақытқа созылған аз ұлттар мәселесі үшін күрес эволюциясынан кейін - өз мектебін ашу, құқығына ие болу, өз тілінде сөйлесуес,өз дінін дәріптеуге қол жеткізу дегеннің соңы қазіргі кезеңде әлдеқайда өзекті мәселе - телеарнаға келіп тірелді. «Аз өкілді ұлт тілдері мен аймақтық тілдер жөнінде Еуропалық хартияда былай деп жазылған: П-тармақ. Бұқаралық ақпарат құралдары. Ол бұрын еш жерде және еш уақытта болған жоқ. Ал қазір ұсыныстардың тізімі көптеп жиылуда: і. кем дегенде бір радиостанция мен бір телеарнаның ашылуын, хабарларды аймақтық тілде немссе аз өкілді ұлт тілдерінде тарататын жүргізушілермен қамтамасыз ету; немесе...

ііі. Теле және радио бағдарламаларына аймақтық аз өкілді ұлт тілдерінде таратылатын хабарлардың болуы үшін қажетті шара қолдану». Бұл сауалдарға байланысгы толығырақ ақпаратты «Еуропа кеңесі: ұлттық мәселелерге байланысты сауалдар» кітабынан оқуға болады. (Санкт- Петербург. 1996, 52-54 бет).

Қазақстанға келетін болсақ, бізде бұл ұсыныстардың басым бөлігі іске асырылған. Қазақ телеарналарында ұйғыр және неміс тіліндегі бағдарламалар бар. Татар, кәріс, күрд және украин әуендері айтылады. Бағдарламаның жартысы орыс тілінде. Сонымен қатар тағы бірнеше телеарналарда орысша хабар таратылады: «31 арна», КТК, АТВ, «Рахат», «Таң», екі мәскеулік бағдарлама. Қайда және қалай екені белгісіз, телеарна эфиріндегі қазақ тілді бағдарламалар, қайтадан он есе асып түсетін «аз ұлтты орыс халқынан» да « аз ұлттыға» айналып отыр. Себебі қазақ арнасында басқа да ұсақ тілдер орын табады.

Телеарнадағы аз өкілді ұлт мәселесі жөніндегі мәселе - Еуропа эфирінде де туындап отыр. Онда, Еуропа телеарналарында бар болғаны 3-5 тілдің жетекшілік ететінін жақсы біледі: неміс тілі (Германия, Австрия, Швейцарияның бір бөлігі, Швеция, Норвегия, Бельгия мен Голландия да жақын), француз, ағылшын... Оларға италиян және испан тілдері қосылуы мүмкін. Ал қалғандарына оңай соқпайды. Бірақ бір сюжетті көрсету барысында бес тілдің үш-төртеуіне дубляж жасау ұсынылуда. Бесіншісі аймақтық тіл болып қалады. Бірақ ... Егер тілдер мәдениетпен бірге жоғала бастаса, ең алдымен бұл процесс телевидениядан басталады.

Сонда да...

Сонда да тағы бір рет «аз өкілді ұлт тілдері мен аймақтық тілдер жөніндегі Еуропалық хартияға» қайта оралсақ. Біз Қазақстанда оның қандай да бір нұсқауын ұмытып кетпедік пе, соны қайта қайта еске түсіру үшін назар аударайық: «Екі жақ көршілес мемлекеттен аймақтық және аз ұлт тілдерінде таратылатын радио және телебағдарламалардың сол тілде кедергісіз таралуына кепілдік беруге міндетті» (54 бет).Тағы да: «Аймақтардағы аз ұлт тілдеріндегі шығармалардың аударылуына, дубляж жасалуына, субтитр берілуіне, синхронды аударма жасалуына мүмкіндіктер туғызылуы керек» (сонда)

Еуропа этникалық аз топтарға да ортақ мәселені - халықаралық қауіпсіздік, әділеттілік пен халықтар арасында бейбітшілікті қорғау факторын назарға алуда. Этникалық аз топтар міндетті түрде бір теорияға шоғырлануы тиіс емес. Мұнда мәдени автономия ұғымы ендірілген. Және бұл жерде де БАҚ-тың рөлі артады: «жекеменшік газеттер, жекеменшік радио мен телеарна арқылы мәдени дәнекер құқына ие болу» (26 бет). Бұл жағдайда телеарна - не автономия мәселесін, не интеграция мәселесін ұмытуға болмайтын тағы бір облыс іспеттес.

МАСС-МЕДИА, ХАЛЫҚ, БИЛІК

“1995 жылы ТМД территориясында журналист пен баспасөздің құқығының бұзылуы” деген беделді басылымды алып қарасаңыз Қазақстанға қатысты мәселелер жазылған. (Москва “Права человека” 1996 ж) Онда газет, телевидения, радио, телебағдарламаларға қатысты сілтемелердің саны 7-ге жеткен. 12 бұқаралық ақпарат құралдарынан осыған қатысты 19 сілтеме жариялаған. Бұл таңғаларлық жай. Ол әсіресе казактардың құқығының бұзылғанына байланысты. Бұл туралы бұл елде болмаған “Правда” газеті 5 мәрте жазды. “Экспресс-хроника” (Москва) “Советская Россия”, “Куранты”, “Российская газета”, “Московский комсомолец”, “Вечерняя Москва”, “Россииские вести”, күнделікті газет “Иностранец”, “Московские новости” сияқты басылымдар да дабыл қақты.

“Ресейдегі БАҚ пен журналист құқығы және басқа елдер” деген тақырыпта өткен аймақаралық семинарда, мен казачества мәселесіне қатысты 19 мақаланың, ал қазақтардың құқығы жайлы 1-ақ мақаланың жарық көргенін айттым.1996 жылдың 16-17 қазанында Таврия сарайында өткен семинарда менің осы айтқандарымның барлығын жиналған жұрт қолдады.

БАҚ қүқығы мен міндеті жайлы заңнан өзге жалған ақпаратқа тиым салу туралы да заңды қабылдаған дұрыс болар еді. Демек баспасөзді сотқа сүйреу оқиғалары көбеймес еді.

МАСС-МЕДИА КІМГЕ ҚЫЗМЕТ ЕТЕДІ?

Халыққа қызмет етеді екен! Бірақ біз баспасөз кімге қызмет етіп отырса, соның атына қара жақпауымыз керек деп ойлаймыз. Ал, бұл біздің ғана ойымыз немесе қорытындымыз емес. Яки қорытынды мен ой-пікір әркімде әртүрлі. Егер билік пен газеттің қайсысын таңдайсың деген кезде барлығы газетті деп айтар еді.

Америкадағы демократияның атасы атанған Томас Джефферсон 200 жыл бұрын былай деп айтқан еді: «Егер газетсіз үкімет пен үкіметсіз газет болатын болса, онда ол ойланбастан соңгысын таңдар едім. “Раскрепощенная пресса” кітабы. АҚШ ақпарат агенттігі. 1994 жыл 5 бет).

'Гүсінбестік нен қайшылық мәтіндері де кездеседі: “Американдық баспасөз екі ғасыр бойына екі басты принципті ұстанып келеді. Біріншісі- үкіметтен тәуелсіз болу. Екіншісі-көпшілік арқылы қаржылану.” Сол мәтінде тағы бір мынандай пікір бар “қысқасын айтқанда, Америка баспасөзін үкіметтің ревизоры болу да қанағаттандырады”. Бұдан да сорақысы ақпараттың тәуелсіздігі туралы федеральді заң да бар. Ол журналистердің үкіметтік мұрағаттардан ел қауіпсіздігіне кедергі келтірмейтін ақпараттарды алуға мүмкіндік болуы.

Американдық баспасөздің кеуделерін қағуына әсер еткен фақторлар-олардың 1991 жылы жарнаманың өзінен ғана 130 миллиард доллар тапқаны. Бізге соның бір миллионы бұйырса ғой. Бірақ АҚШ үкіметі жарнаманың мол табыс әкелетінін біле тұра оған қосымша, 20 пайыз жәрдем береді екен.

Қазақ баспасөзі жарнамаға зар әрі біздегі баспасөзге деген тұсау салынғанын көрсетсе керек. Сондықтан мұндай жағдайлар “Азат баспасөз” сияқты кітаптардың өміргс келуіне мұрындық болады. Оған тұсау салу мүмкін емес.

ЦЕНЗУРА

Бір уақыттары телешолушылар мен телесыншылар Ресейдегі цензура туралы қызу пікірталас тудырды. Оның барлығы Ше- шенстандағы жағдайға тікелей байланысты болды. Кинодраматург Аркадий Инин “Телерейтинг Труда” (1996 жыл 27 қаңтар) газетіне берген сұқбатында “Кизляр мсн Первомайка төңірегінде қорлық пен жалғандык, ауыртпашылық қана сезіледі. Бірінші күннен-ақ мен адам төзгісіз жайттарға куә болдым. Сонда ақпарат бсру барысында телевизиялық цензураның бар екеніие көзім жетті” деп айтты.

Цензура ОРТ телеарнасының бар ақпарат бағдарламаларын сынға алды. “Вид” телекомпаниясы ОРТ телеарнасында саяси цензураның орын алғаны туралы газеттерге жазды. Өйткені “Взгляд” бағдарламасы эфирге шығар алдында автордың рұқсатынсыз материалдың үш көрінісі алынып тасталған. Соның салдарынан жоспарланған бағдарлама басқаша сипат алды.

Белгілі теле және киносыншы Анри Вартанов “Эхо теленедели” басылымына берген сұқбатында “Біз эфирдің қожайыны екенбіз” атты (“Труд” газетінде жарияланған) мақала авторына өз көзқарасын білдірген.

“Мен бірнеше жерден қиылып қалған бағдарламаны көрдім. Бас директор С.Благоволиннің жеке сұқбатында цензура туралы ақтала айтқан сөздерінен-ақ цензураның барлығына күмәнданбауға болмады”, - делінген. Өзіндік цензураға байланысты Ресей телеарнасының 2 ақпараттық бағдарламасы сынға алынды: “Қоғамдық ОРТ телеарнасы биліктің қателігін дүрысқа шығарғысы келетінін мемлекеттік телеарна РТВ-дан да белсенді көрсетті”-делінген.Яғни ақиқаттан алшақтау цснзурада жиі орын алады. Соңғы кездері телеарнаның ақпараттық бағдарламаларында ашықтық, батылдық байқалмайды.

Алайда осы өзіндік шектеу қою Ресей “қоғамдық” телеарнасына көмектеспеді. Көп ұзамай 2 басшы ауысып, 30 шақты циклді бағдарламалар эфирден алынды.

Тіпті Солженицынның бағдарламасын да жауып тастады. Россияны қайта құру барысындағы оның көзқарастары билікке ұнамады. Оған Қазақстан мен Украинаға төңірегінде ғана сөйлеуге мүмкіндік берілді. Бұл тақырып сәуір айында шыққан “Комсомольская правда” басылымының негізгі азығы болды. Солженицын тек тәуселсіз елдерде ғана қарсылыққа тап болған жоқ, Ельциннің Қытайдан қайтар жолда Алматыға жасаған сапары барысында берген сұқбатында да сынға ілінді.

Қалай дегенмен де бүкілресейлік процесс қазақстандық ақпарат құралын да шарпып өтті. Нақтырақ айтсақ, бұрын Қазақстан телеарналарында жұмыс істеген, содан кейін Ресей телеарналарына ауысқан басшыларды кездестіруге болады.

Ал, біз телеақпараттар блогын көрген кезде басшылықты, дикторларды өзгерткенін көріп цензура деп ойлаймыз. Яғни, халық Ресей бұқаралық ақпарат құралдарында сөз бостандығы мен демократия, жан-жақты пікір алмасушылықтар бар деп ойлайды.Сөз бостандығы бар деп ойлағанымызбен шындығында ол жоқ. Өзіндік цензура орын алған жерде телеарнада жалғандық бар екенін жоққа шығаруға болмайды.

ЖАЛҒАНДЫҚ ПЕН “ДЕЗА” (ТЕРІС АҚПАР)

Жалған және бұрмаланған ақпараттар Ресей телеарналарында кең етек алды деп айтуға болады.

“Столичный криминал” газетінің сәуір айындағы нөмірін алып қарасақ, «жалған» деген сөз Шешенстаннан келген ақпараттың бәрінде байқалады. Владимир Мальшаков радиодан берілген ақпараттарда жалған мәліметтердің орын алғандығы жайлы жазды. Әсіресе ол “осы жылдың 6-7-8-наурызында Грозныйдың билік орындары ақпарат орталығынан дұрыс хабарланбаған еді. Және орталық радиостанциядан Ресей әскери топтарының толқыннан ұстап алған жазбаларды естігенде үлкен өтірікті сездім”, - дейді.

“Тыңда, Ресей, өз ұлдарыңның дауысын”. Бұл “Столичный криминал” газетінің 1996 жылы 30-сәуірде жарияланған мақала болатын. Ондағы жалған ақпардың мазмұнын жариялаудың өзі ұят. Негізгі қорытынды: бұл соғыста тағы бір өтіріктің беті ашылмай қалды. Осы күнге дейін Рошни-Шу және т.б. Шешенстанның елді пункттерін кімнің ұшақтары бомбалағаны туралы ақпаратты әлі күнге дейін ешкім ашып айтпады.

Мәскеулік газеттер қазақстандық басылымдарга қарағанда Шешенстандағы жағдайды аянышты етіп жаза білді. Дегенмен ресейлік журналистер Шешенстандағы сарбаздардан ақпарат ала алды. Грозныйдың офицері ашына жазады: “Неліктен Шешенстанда болып жатқан оқиғалар жалған жазылады, неге өтірік ақпараттар таратылады? Журналистер кімнің сойылын соғады?” деген сауалға жауап іздейді.

Ал 1996 жылғы 19 қаңтарда “Известия” басылымында жарық көрген мақалада былай делінген: “Первомайкадағы қайғылы оқиғаны жасыруға барлық күш жұмсалды. Оған куәгерлердің болмауы да өз септігін тигізді. ФБС-тің өкілі Михайлов Первомайскіде тұтқындардың жоқ екенін мәлімдеді. Журналистерге де осындай мәлімет таратылды.”

Бұл үзіндіні мысалға келтіре отырып, бұл жерде «жалған» сөзінің бірнеше нұсқасын көруге болады. Бұл жерде біздің көзқарасымызбен емес, яғни мәскеулік басылымдардың Қазақстанға таратқан мәліметтері арқылы ой-түйсігімізге қабылдаймыз.

Бір қызығы басылымдар мен телеарналар жалған ақпаратты жарыса жазады. Әсіресе бұрмаланған ақпаратты беруде мәскеулік басылымдар алдына жан салмайды. “Труд” газеті “ДЕЗА” сөзіне жиі жүгінеді. “Біз 16 қаңтарда Кизлярдан Первомайскіге ерте жеттік. Бізді асықтырған бес дағыстандық азаматтың өлімі мен Первомайскіде болған оқиға. Сондай-ақ, тұтқынға түскен новосібірлік бір милиция қызметкерін асып өлтіргендігі жайлы аудандық милиция басқармасына түскен шұғыл ақпарат еді. Алайда бұл мәлімет бұрмаланған ақпарат болып шықты”.

Дегенмен мұндай бұрмаланған ақпарат шешендіктерден де қаны қызу дағыстандықтардың дудаевтық Ичкерияға қарсы соғыс ашуына дейін әкеп соғар еді.

“Труд”, “Известия”, “Столичный криминал” сияқты беделді басылымдар өтірік пен “ДЕЗА”-ға қарсы талай мәрте күрес жүргізіп келеді.

Бұл жағынан келгенде 1995 жылы эфирге шыққан “Герой дня” бағдарламасын тілге тиек етсек. Оған шақырылган Қазақстанның Президенті Н. Назарбаев бғгдарлама жүргізушісі Киселевке берген сұқбатында: Шешенстандағы шиеленістің әскери жолмен шешілгенін қаламайтындығын баса айтып, шешендердің екінші отаны Қазақстан екенін алға тартқан. Дегенмен ол қақтығысты бейбітшілік жолмен шешуге болатындығын, тіпті делегацияны бастап баруға келісетіндігін айтып, Ельциннің қабылдауында болғанымен, президент тарапынан ондай ұсыныс болмағанын айтты.

Ақпарат құралдары Дудаевтің әскерлерін “бандитизмді қалыптастырушылар” етіп, олардың әрбірін “ланкес” қылып көрсеткісі келді. Белгілі саяси қайраткер Алексей Арбатов бұл таптаурынға қарсы өзінің пікірін білдірген болатын. “Аргументы и факты ” газетінің 1996 жылғы 6 санында жарияланған “В Чечне повстанцы” мақаласында Мемлекеттік Думаның депутаты қауіпсіздік комитетінің мүшесі Арбатов Дудаевті “лаңкес” деп атаудың ешқандай негізі жоқ екенін айтады. Оның орнына депутат басқа сөзді қолдануды үсынады. Мәселен “партизан ” деген сөзді “күрескер” деп жазып жатыр.

Бұл оқиғаны Қазақстандық баспасөз және телеарна қалай көрсетер еді?

Әрине, Ресейлік көзқараспен беретін еді. “Караван ” газеті жүргізген әлеуметтік сауалнама барысында Дудаевті Гитлерден кейінгі жағымсыз тұлға ретінде көрсетеді. Бұл біздің бұқаралық ақпарат құралдарының қандай саясат ұстанып отырғанын айқындап берсе керек.

Ал, ГІрибалтикада керісінше. Дудаевқа арналған мұражай, оның есімімен аталатын көше бар. Белоруссияда Чернобыль апатына қатысты шеру өткен кезде Дудаевтің есксрткішіне гүл шоқтарын қойды. Украина мен Белоруссияның күрескерлсрі Дудаевтің әрекетін құп көреді. Эстонияда Ресей елшілігіне қарсы беттен Шешенстан елшілігін ашуға жер бөлінген.

Біздің мақсатымыз екі жақты көзқарасты бірдей тыңдау. Топтар мен билік арасындағы пікірлер құр ақпарат есебінде , ал оның арғы жағында топтардың, мемлекеттердің.пікірлердің тізбесі жатыр. Бір жағынан бұл бұрмаланған ақпарат, өтірік, әскери-саяси машинаның цензурасы болса, екінші жағынан - шынайы ақпарат, қоғамдағы адамдардың сөз бостандығы, жан-жақты пікір алуандығы, жалпы адами принциптерден шыққан жақындарына деген махаббат, өз принциптерінен бас тарту. Үшіншіден, түзетулер мен оған ұмтылу көп жағдайда телебасшылығының ауысуымен тынады. Ондай кезде көптеген циклді бағдарламалар жабылып, ақпарат айдыны басқаша көрініс табады. Мұның бәрін демократияның салтанат құруы мен сөз бостандығының үстемдік құруы деп қабылдап жатамыз. Ал басқа аймақтарда мұндай жетістіктер сезілмейді де.

Әсіресе Украина, Белоруссия, Түркмения және Өзбекстан бұқаралық ақпарат құралдары мен Мәскеулік баспасөз басшыларында ондай жайлар көптеп кездеседі.

БАСҚАША ОЙЛАУҒА ТОСҚАУЫЛ

Әсіресе Белоруссияға қатысты. Олар командалық-әкімшілік әдістер қолданып отыр деген сөз айтылуда. “Известия” газетінің 1996 жылғы 27 ақпандағы санында шыққан Анатолий Майсеннің “Несов- местимость” атты үлкен мақаласында : “Баспасөз -бұл ерекше тақырып. Бұрынғыдай эмиграцияда жүргендер оппозициялық газеттерді шет жерлерде шығарып жатыр. Бұрынғыдай президент пен оның командасы мемлекеттік радио мен телевизияны өз қолдарында қысып ұстап отыр. Өйткені, кез келген саясаттағы басқаша ойлауды сыртқа шығарғысы келмейді. Ал мұндай елде еркіндік жоқ деуге әбден болады”-дейді.

Қызық, ресейліктерге президент Лукашенко ұнауы керек сияқты еді. Өйткені ол ресейліктермен бірге одақ құруға ынталы. Бірақ Мәсксу баспасөзі Лукашенконың саясатына, Ресеймен байланыста болуына қарсы. ІІІыңдығында баспасөз оны көпшілікке басқаша жеткізуді қалайды.

Минскідегі бірінші мамыр шеруінде басқа емес ОРТ телеарнасы операторларының камерасын алып қоямыз деген қоқан-лоққы болғанын жасыруға болмас.

“Сегодня” газетінің 1996 жылдың 30 сәуіріндегі санында «Беларусь Ұлттық Қауіпсіздік комитетінің “дүрыс әдебиетке қарсы күресі” атты мақаласы жарыққа шыққан, онда аты шулы “Президентті өлтіру” поэмасы авторының іздеуде екені туралы айтылады. Мәселе сөз бостандығы жайлы болып отыр. Автордың пікірінше, Беларуссия ұлттық қорының өкілдері 30 жылдардағы КГБ-ның дәстүрлерін қайталатқысы келеді дейді. Жалпы альтернативті пікірлерді сынауға болады,артынан түсуге, тиым салуға болмайды.

“ТӨРТІНШІ БИЛІККЕ” ҚАРСЫ

ШАБУЫЛ

Бұл енді Украина туралы. Тақырыптағыдай мақала “Труд” газетінің 20 наурыздағы 1996 жылғы санында жарық көрді. Ол шытырман оқиға секілді басталды: “22 ақпан күні сағат 11-лер шамасында Одесса телекомпаниясы “РИАК” төрағасы Игорь Розов үйінен шықты. Оған сол сәтте бетперде киген үш адам жабылып, темір сойылмен ұрып тастаған”.

Факт фактімен, ал көрініс көптеген журналистергс жасалған қастандық болып отыр: “Одесса журналистеріне шынымен де көптеген қастандықтар жасалуда. Қысқа мерзімдс “Кешкі Одесса” газетінің редакторы Борис Деревянкоға қастандық жасалса, сол газеттің тілшісі Сергей Лебедевті те атқан, бірақ оқ диктофонға тиген, содан тірі қалған. Игорь Нещеретный, Игорь Плисюк, Сергей Осташкоға қауіп төнген еді, енді кезек Игорь Розовқа да жетгі...”

“Төртінші билікке қарсы шабуыл” мақаласының авторы қала мэрінің пікірін келтіреді: “Одессаның мэрі Эдуард Гурвиц телевизор экранынан “оппозициялық газеттерге көзқарасыңыз қалай?”, дегенде: “ит үреді- керуен көшеді”. Қатты құтырып кетсе -атып тастаймыз, өлсін, бұдан басқа не айтамыз?!”, - деп жауап берген.

Украина журналистер одағының облыстық хатшысы: “әрқашан бізбен не істейтіндерін ескерте беретін қауіптер де бар”- дейді.

ПЕРСОНА НОН-ГРАТА

Ресей журналистері бұрынғы одақтас республикалар туралы жазғанда айқын, ашық жазбайды. Мысалы, Қазақстандағы казачество мәселесі жайлы, немесе орыс тілділер мен немістердің көшуі туралы ақиқаты айтылмайды. Немістердің көшуі Ресейдегі жағдаймен қатар деңгейде. Орыс тілділер Қазақстанда миллионды құрайды. Олардың қоныс аударуы аз мөлшерде.Казактар да құрметке ие. Алайда, “отқа май құюшылық” ресейлік газеттер еншісінде қалып отыр.

Бірақ, Мәскеу басылымдарында бұл көріністер басқаша сипат алды: «Бұған асығыстық танытпау керек. Өйткені фактілер немесе «кішкентай деректер» шын мәнінде бар ғой».

Түркменстан мен Өзбекстандағы орталық газет тілшілеріне шыдамсыздық таныта қарайды. Валерий Выжутович үлкен шешім шығаруға дайын: “Демократиясыз тәуелсіздік, бостандықсыз тәуелсіздік-бұдан артық қауіп бар ма ?” Бұл орынды айтылған сөз. Ал енді елестетіп көрейікші бұл сөзді. Мәскеу журналисі Өзбекстан туралы айтқан жоқ, керісінше, өзбек Ресей туралы айтқан еді. Бұл ойланбай айтқан сөз емес пе ? Неге Ресей газеттерінің тілшілері басқа республикаларда міндетті түрде орыс ұлтынан болып келеді? Әлемдік тәжірибе бойынша: аймақтық жаңалықтарды аймақтық журналист жазу керек емес пе?

Егер шындыққа көз салсақ, Өзбекстандағы меншікті тілшілер жағдайы басқа елдерге қарағанда өзгеше. Мысалға, Қазақстанмен салыстырсақ, немесе Қырғызстанмен. “Комсомольская правданың” тілшілік бөлімі жабылып қалды. Қысым көргендіктен “Рейтер” мен “Франс Пресс” -тің ортаазиялық бюролары Алматыға көшіп келді. Өзбекстанның өмірі туралы бұрыс мәлімет таратқаны үшін американдық тәуелсіз журналист Стив Левиді елдсн шығарып жіберді».

Ал Өзбекстан тек өзінде ғана емес, Ресейде де тәртіп орнатуды қалайды. Белгілі болғандай Республиканың Сыртқы Істер Министрлігі Ресейлік әріптестерімен болған келіссөзде Ресей мен Өзбекстан тіркеуден өтпеген журналистердің жұмысына тосқауыл қоя алады деген шешімге келген.

Выжутовичтің ойынша, Өзбекстанда нені түсіруге болады деген қөзқарастарын ұстанады дейді: “Жақында Ресейден екінші арна телетобы Ташкентке келді. Олар қонақүйге тіркелейін деп жатқанда азаматтық киім киген екі адам келіп “Жүріңдер” деп бұйрық береді. “Қайда?, Не үшін? Қандай құқықтарың бар?” деген сауалдар қойып, біраз әңгімелескен кезде әлгі екеуі ұлттық қауіпсіздік комитетінің адамдары екенін таныстырады да тергеуге ала бастайды. Не түсіруге келдіңдер? Кімнен рұқсат алдыңдар? Көп тартысқан соң тек “жақсы” жақтарын түсіруге болады деп келісіп, телетоп елден кете-кеткенше бақылауда жүреді,” - дейді.

Ал Қазақстанда ,әрине, мұндай жағдай болған емес.

Ресей басылымдары бұл жөнінде жазып жатқан жоқ. Дәл Орта Азияның басқа мемлекеттеріндегідей қысым жасалып жатпаса да, Выжутович өз дегенін қоймайды: “мұнда тәуелсіз баспасөз жоқ”, “Енді орыс мәдени орталығының газеті- “Вестник культуры’ газетін жапты”-дейді.

Мүмкін танымал журналистің кейбір айтқандары шектен тыс кетуі мүмкін.

АҚПАРАТ ЖӘНЕ ЖАРНАМА

Теоретиктер жарнаманың мәні туралы айтыс-тартысқа түсіп жатқанда “Ньюс интернэшнл және Англиядағы “Таймс” газеттері бірлестігінің қожайыны мультимиллионер Руперт Мэрдок “бағалар соғысы” деп аталған атау енгізді. Яғни ол “Таймстың” өзіндік құнын 45 тен 30 пенске түсіріп жіберді.

Бұл операцияның мақсаты не болды? Біреулер оны газет нарығындағы бәсекелестіктің дамуына әкеп тірейді. Бұған 1986 жылы ашылған “Индепендент” газетінің тез қарқынмен дамуы дәлел немесе бұрынғы “Дейли” телеграфпен” бәсеке деп айтуга болады. Бір жағынан ‘Таймстың” тиражының өсуіне де байланыстырады. Алайда бір уақыттары “Дейли телеграф" басылымының 1994 жылы тиражының төмеңдеуі британдықтар үшін күтпеген жағдай болды. Басылым 1 миллион данаға дейін құлдырады. Бұл басылым тарихында кездескен алғашқы оқиға болды.

Бір қызығы австралиялық магнат Рупер Мэрдок Англияның барлық басылым нарығын жаулаған еді. Ал “Дейли телеграф” газетінің қожайыны 90- жылдары канадалық Конрад Блэк болды.Ол- газеттің жарнамасыз болмайтындығын бірден ұққандардың бірі. Сондықтан канадалық магнат “Дейли телеграф” газетінің сатылу бағасын 50-ден 30-ға дейін төмендетті. Бұл уақытта ол, “Чикаго сантаймс” атты америкалық басылымды сатып алды. Яғни ол енді өндіріс бағасын да арзандату үшін Блэк “Дейли телеграф” пен “Дейли экспресті” бір полиграфиялық орталықтан шығаруды жөн санады. Бұл екі басылым шикізат өнімін үнемдеу үшін қағаз сатып алуды да және газетті таратуда да бірігіп қызмет етті.

“Рупер Мэрдок Таймсты” 20 пенске дейін арзандатты. Ол газет беттерінде әртүрлі ұтыс ойындары мен сыйлықтарды жариялап тұрды.“Британская печать на исходе века” (М.1995г.) кітабында Спартак Беглов Мэрдоктың “Таймс” газетіне байланысты ұстанып отырған мақсатын жан-жақты түсіндіруге тырысқан. Яғин, мақсат жарнамаға байланысты.

Сондай-ақ Мэрдоктың корпорациясы “Ньюс интернейшнлдің” мықты қарқынмен дамып келе жатқанын қуанышпен жеткізді. 1994 жылдың екінші жартысында оның газетінің таралымы 12 пайызға дейін өсіп, жарнамадан 15 пайызға дейін табыс тапқан. (32-6)

Мэрдок “Таймсты” ең соңғы үлгідегі басылым ретінде көрсеткісі келді. Бұл деңгейді ол жарнама үшін қолданбақ болды. Ежелгі басылымның бағандарында түрлі-түсті жалаулаған жарнамалар басылып тұрды.

Ал Францияның жарнама ісіндегі ерекшелік- оны жинауды, өндірісте таратуды, жарнама орталықтары арқылы іске асыруды жөн санаған.

Бұл процесте жаңалық ашушы Жильбер Гросс болып саналады. Ол жарнама берушілердің бюджетін біріктіріп, өте тиімді тарифке қол жеткізді. 1995 жылы жарық көрген “Печать Франции” кітабында Л.В.Шарончикова мұндай үйлесімділіктің тиімді жақтарын ашып көрсеткен “Тиімді тарифтерді ұсыну арқылы бұл орталықтар жыл бойы кепілді тапсырыстарды алып отырады, тіпгі жылдың өзгеріп отыратын 4 мезгіліне қарамастан жұмыс қызу жүреді десе де болады.” Тарифті төмендету ешқандайда оғаштық болып саналмайды. Сондықтан, көптеген басылымдар мен студиялар жарнама бағасын күрт төмендету арқылы жарнама берушілерден кепілдік алады.

Мамандардың айтуынша, коммерциялық телеарналар өз арналарынан арзан бағамен жарнама таратуға мүмкіндік туғызды. Егер 100 пайыздық өлшеммен есептесек, бесінші канал 1989 жылы жарнама бағасын 79 пайызға, ТВ-75 пайызға, ТФ-1- 22 пайызға арзандатты. Есесіне жарнамадан түскен қаржының бір бөлігі телеарнаның қажеттілігіне жұмсалды.

Бұл орталықтар телеарналарға қатаң қабақ танытуы да мүмкін. Мәселен, Карат атты орталық арна – Каналь -плюс пен Афинаж Жиродиді қаржыландырмай қойды.

Қазір Европада осындай экспанциялар кең етек жаюда. Бұл ұлтаралық бірігуге әкеліп тіреуде. Мәселен, Британ корпорациясы Иджис француздық Карат-эспас тобының акциясын сатып алды.

Есесіне Карат компаниясы Иджистің 29 пайыздық акцияға ие акционері болды. Бұл ағылшын мен француз корпорацияларының алғаш рет бірігуі. Бертін келе Карат өз акциясын тағы бір француздық Гавас-Еврок фирмасымен бөлісті. Карат нарықтың 25 пайызын бақылайды. Ал Гавас жарнама нарығының 20 пайызын құрайды. Олардың топтасуы бағаның ұлғаюына әкеледі. Сондықтан олардың бірігіп жасаған операциялары 1986 жылы құрылған Бәсекелестік жөніндегі кеңестің назарын өздеріне аударған. Мұндай британ-француздық топталу әдісі европалық жарнама нарығын жаулап алмақ.

“Рейтер” ағылшын телеграф агенттігі саяси және экономикалық ақпаратты тарату арқылы қаржылық қиындық көрмесе, Францияның Гавас телеграф агенттігі жарнама арқылы қаржы тауып отыр.

90-жылдардың басынан Гавас жарнамамен айналысқанның арқасында 1993 жылдан бастап тауар айналымы 35 миллиард франк көлемінде болған. Бүл алдыңғы жылға қарағанда 24 пайызға өскен. Оның 30 пайыздан көбі шетелдерден түскен пайда.

Гавас агенттігінің тарихы 1826 жылдан басталады. Венгриядан шыққан Шарл-Луи Гавас шетел газеттерін аударатын бюро ашады, бұл бюроны Франция баспасөзі пайдаланады. 1835 жылы бюро Гавас агенттігі деп аталады. Мемлекет 1941 жылдан бастап Гавастың капиталына қатысып отырады.1961 жылы агенттік жекешелендіріледі. Мемлекет агенттік капиталына қатысуын 74,26 пайыздан 57,59 пайыз қысқартады. Одан кейін 50, 26 пайызға дейін төмендеткен.

Телевидение мен радио, баспасөзден түскен ақшадан бөлек Гавас үшін жарнама негізгі қаржы көзі болып қалды. Гавас Франция жарнама нарығының 20 пайызын қолында ұстап отыр.

БАҚ үшін бұл үлкен билік, ол жарнаманы кез келген керекті басылымға жарнялай алады, керексізіне бермей қоюы да мүмкін. Немесе басылымның бағытына әсер етуі мүмкін. Гавас өзінің жарнамасында бәрін келістіреді: жарнама тасушылар, жарнама жасаушылар, жарнама берушілер. Гавас жарнаманы өзінің басылымына жариялайды. Бәсекелестерден озып тұрғаны сол-Гавас оқырмандарға тегін газеттер таратады.

Гавас тобы үнемі жаңаша бір нәрсе іздеп жүреді. Сондай- ақ жаңалықтың бірі-телевидения ғасырындағы жарнама щиттері пайда болды. Адамдар көп уақытын көшеде өткізеді. Яғни , жарнама афишаларының әсер етуі мүмкіндігі басым. Гавастың филиалы Миллс энд Алленмен бірігіп, осы мәселені көтереді.Біріккен Европостер компаниясын құрды. Бұл жарнама афишалары мен щиттер нарықты жаулап алудың бастауы болды. Европостер өз жұмысын испан, португал және итальян нарығында бастап кетті.

1992 жылы Францияда баспасөзден түсетін кіріс төмендеді. 1991 жылы жарнамадан түскен кіріс 1, 69% ал, 1992 жылы 18, 4 пайыз, 1993 жылы 15 пайыз төмендеді.

Көптеген газеттер өзін ақтай алмай жабыла бастады. Оған “Фигаро” да кірді. Бірақ бұл көнеден келе жатқан газет тығырықтан шығар жол тапты. Ол қосымша беттер шығара бастады. “Фигароның” жетіспеушілігін оның қосымшалары “Фигаро мадам” журналы мен “Фигаро ТВ” жауып отырды.

Қосымшалар 1978 жылдан бастап шыға бастады. Бұл ең аддымен иллюстрацнялық “Фигаро магазин” журналы болды. 1980 жылдан бастап екі жаңа қосымша: апталық “Фигаро ТВ” мен “Фигаро мадам” айлық журналы шыға бастады. Фигароның дәл осы қосымшалары оның тұрақты таралуына ықпал етгі. Басылымның жоғары сапасы жаңа жарнама берушілерді тартты. Жарнамадан түскен кіріс өсе берді. “Фигаро магазинде” кіріс 1979 жылы 61 миллион франктен, 1981 жылы 120 миллион франкке жетті.

Мемлекет дотациясымен пайда түсірмейтін басылымдарға да көмек береді. Тіпті «Юманите» газеті сияқтыларға. Мемлекеттік көмек ұлттық күнделікті газеттерге, жалпы және саяси ақпараттық газеттерге, ешқандай табыс көрмейтін (таралымның сатылуы, жарнама, оқырман қайырымдылығы, мемлекеттік көмек) басылымдарға беріледі. Француз баспасөзіне қатысты ерекшелік- нақты сандар кіріс туралы жыл сайын жарияланып тұрады. 1991 жылы мемлекеттік көмек 10,6 пайызды құрады. 1992 жылы ол 9,2 пайызды құрады. Бұл жалпы жетімсіздікті жойған жоқ. Оны «Юманите» газетінің жексенбілік шығарылымы азайтты. 1992 жылдың өзінде одан түскен кіріс 5 миллион франкке жетті. 1993 жылы «Юманитенің» таралуы 10 пайызға көбейді. Сонымен тираждың өсуі жарнаманың көлемін ұлғайтуға сәйкес келді. Сондай-ақ жарнама бағасы да көтеріледі. Газеттің шығыны иллюстрациялық қосымшаның кірісімен жабылды.

Жарнама ісі жылдан-жылға кең етек жаюда. Жарнама берушілерді табу мен оны дайындау, тарату орталықтандырыла бастады. Бұл жарнама берушілер үшін оның бағасын түсіруге алып келді. Бағаның төмендеуі газет пен телевидениенің қызығушылығын арттырады. Мұндай жағдайдың кемшін тұстары да бар. Өйткені орталық өз көзқарасын жүргізеді. Бұл әрине, жарнаманы қымбаттатады. “Караван” сияқты ірі басылымдар монополизацияға ұшырайды.

Жарнама ақпараттың сипатына да әсер етеді. Сондықтан да жарнама сипатының тиімді жақтарын ойлап табу керек. Бұл жөнінде 1989 жылы 5- ші мамырда қабылданған шекарасыз телевидсние туралы европалық келісімде айтылады.

ЖАЛПЫ ЕРЕЖЕЛЕР

Кез келген жарнама дұрыс әрі шын болу керек. (Бізде мұндай талап жоқ. Сондықтан да көптеген газеттер, оның үстіне тегін қосымшалар “Комсомольская правданың” “Вабанкъ” қосымшасында мынандай ескерту бар: “Жарнаманың туралығына жарнама беруші жауап береді. Редакция үнемі тексере бермейді”- деп жазған).

Жарнама тұтынушыларға зиян тигізбеуі, әрі олардың қателесуіне жол бермеу керек.

Балаларға арналған және балалар пайдаланатын жарнамада олардың көзқарасына зияны тимеуі керек (Кейде тек балалар емес, үлкендер де жарнамадан зиян шегіп жатады).

ҰЗАҚТЫҒЬІ

Жарнаманың ұзақтығы күндізгі уақыттағы таралымның 15 пайызынан аспауы керек.

Жарнама ролигінің ұзақтығы берілген уақыт аралығында бір сағаттың 20 пайызынан аспау керек.

ФОРМАСЫ МЕН БЕРІЛУІ

Жарнама анық әрі нақты берілуі керек. Яғни, басқа бағдарламалардан оптикалық және акустикалық жағынан ерекшеленіп тұруы қажет. (Өкінішке қарай, Қазақстан телеарналарындағы жарнама басқа бағдарламалардан бөлек берілмейді. Кейде фильм көрсетіп отырып, жарнама қосыла кеткені байқалмай, фильмнің жалғасы сияқты болып кетеді.)

Техниканың кейбір қырларын пайдаланып түсірілген жарнаманы беруге тиым салынады. (24 кадрлі фильмнің арасында көпіршіген суы бар стакан кадр жапсырылады, ол бір секунд бойы көрсетіледі. Көрермен оны түсінбей қалуы мүмкін. Бірақ кино- театрдан шыққан соң, ол газды су сатылатын дүңгіршекке асығады. Мұндай адамның санасына әсер ететін жарнамаға тиым салу қажет.)

Жасырын жарнама, әсіресе өнімнің бейнесін бағдарлама барысында жарнамалау мақсатында түсірілген жарнамаға тиым салынады.(«Бүгінде мұндай жарнамалар төленген бе?» деген сұрақ туындайды. Егер жарнама төленген болса, онда дилер оның бағасының 10 пайызын алуға болады. )

Жарнамада үнемі ақпараттар бағдарламасында не актуальды саяси оқиғалар хабарында, немесе жаңалықтарда шығып жүрген тұлғалар (түрі, дауысы) жарияланбауы тиіс.

ЖАРНАМАНЫ ҚОСУ

Жарнама бағдарламалар арасында қосылады. Жарнама бағ- дарламалар ішіне қосылуы мүмкін, егер де телерадиотаралымына, хабардың бүтіндігіне, жалпы байланысына зиянын тигізбесе.

3. 4. Бұл пунктгерді өткізіп жіберуге болады.

Шіркеу, мешіт қызметінің көрсетілімі кезінде жарнамамен бөлуге болмайды.

КЕЙБІР ӨНІМДЕРДІҢ ЖАРНАМАСЬІ

Темекі өнімдерін жарнамалауға тиым салынады.

Алкагольді ішімдіктерді мына ережеге сәйкес жарнамалауға болады (Оларды атамай-ақ қояйық, бізде оған мүлде тиым салынған).

Дәрігер рецептімен берілетін дәрі-дәрмектерді жарнамалауға тиым салынады.

Тек дәрігер жазып беретін медикаменттерді жарнамалауға тиым салынады, (Олар туралы келтірілген деректер шындыққа жанасуы керек. Оның салдарынан адамдар зиян шекпесе болғаны).

Бір-екі жыл бұрын жарнаманы журналистің ісі емес деп қараушы едік. Бүгінде жарнама - бұл өнер. Оның ақпаратпен арақатынасын зерттеп, білуді талап етеді.

ҚИЛЫБЛЕВ ПЕН БЕКМАМБЕТОВТЫҢ

КЛИПТЕРІ

Мәскеудің ең таңдаулы видеоклиптерін Тимур Бекмамбетов пен Бақыт Қилыбаев жасаған екен. Жай ғана клип емес, клиптер топтамасы. Жай топтамасы ғана емес, тақырып жағынан көп сериялы туындыны дүниеге әкелген.

Бүгінде оларды “Кіші кино” деп атаса, ол туралы мақалалар “Искусство кино” секілді белгілі басылымда жарық көруде. Мысалға, 1996 жылғы І-санында Тимур Бекмамбетов “Біз жарнаманы киноға айналдырдық”, Светлана Бушуева “Біз де үміттіміз”, Ирина Мягкова “Еңбегі сіңбеген бауырдан саған сәлем, халқым”, немесе Б.Қилыбаев “Мен және Леня Голубков- біз де басқалар сияқтыімыз,” 1995 жыл “Кино өнері” журналы (N1)

Жуырда ғана оларды Ресей мойындамаған еді. Қилыбаевтың табысына көрермен риза болғанмен, кәсіби мамандар ауди- ториясынан өтпей қалды. 1994 жылы оны жарнама фестиваліне де жібермей қойды.

Қандай ғажайып роликтер? Біз олардың бәрін білеміз. “Әлемдік тарихтың” режиссері Тимур Бекмамбетов пен Леня Голубков сериялары және бір ғаламат режиссер Бақыт Қилыбаев.

“Әлемдік тарих” жарнама сериалдарындағы Леня Голубков, қазақ Тимур Бекмамбетов пен Бақьгг Қилыбаевтың сөз тіркестері бүгінде ауыз әдебиетіне айналды. “Күтеміз!” “Әлемдік тарих. Империал Банкі,” “Қарашы. алдамапты!”, “Апатай-ау, ораза ғой! Бірінші жұлдыз шықпағанша болмайды ғой!”, “Александр Васильевич Суворовқа жұлдыз!” Мұндай сөз тіркестерін ұран-сөзге айналдырып,тұрақты сөз тіркесі ретінде қолданылып жүр. Яғни “тоқсан ауыз сөздің тобықтай түйіні”.

1992 жылы Мәскеуде он шақты жарнама агенттіктері құрыла бастады. Олардың атаулары американдырылған еді. “Видео интернейшнл’ , “Премьер СВ”, “Арт-Пикчер”, “Ред Видео”. Олар үлкен имидж үшін жасалып жатқан дүние екенін көпшілік түсінбеді.

Тимур Бекмамбетов «Империал» банкі туралы жарнама ойлап тапты. Онда пайыздық-дивиденттерді еске түсірмей-ақ әрбір көрерменге қымбат сыйлық дайындайтын демеуші ретінде көрсетті. Көрермендер “Әлемдік тарихты” сүйіп көретін болды. Сондықтан да банктің басшысынан “Әлемдік тарихты” қанша уақытқа дейін жалғастыруға дайынсыздар?» деп сұрағанда, ол “әрқашан” - деп жауап берді.

Тимур Бекмамбетов жарнаманы киноға айналдырды. Жарты минуттық роликтерге белгілі актерлерді тартты. Оның “Темірланы” мен “Ұлы ГІетрде ” атақты актер Смоктуновскийдің дауысын сөйлетті. Тимур Смоктуновскийге: «Сіздің ойнаған фильміңізді жылына бір-ақ рет көрсетеді, ал жарнаманы күніне жүз рет көрсетеді” - деп үгіттеген.

Суворов туралы ролик-халықтың ең сүйіктісіне айналды. Ол ролик жай ырғақта жасалған. Бір планның ұзақтығы 4 секундтан тұрады. Ол көрермен алдында санасына сіңетіндей етіп жасалды. Ұлы Екатерина Суворовтан үлкен болған. Ал роликте Суворов қартаңдау да, Екатерина жас әйел боп түсірілген. Халықгың санасында да олар осы жаста кездескендей қалыптасады.

“Әлемдік тарихты” түсіргенше Тимур Мәскеу энергетикалық институтынан шығарылған еді, Ташкенттегі театрда жүмыс істеген, Мәскеу киносында суретші ретінде жұмыс істей жүріп “Пешаварлық вальсті” түсірген еді. Ал жарнамаға ол, сол суретшілік таланты үшін алынған болатын. Бекмамбетов батыстық клиптарға еліктеген жоқ, ол өзінше, басқаша ойлады.

Қилыбаев халық ертегісін таңдады. Көрермен жарнаманы бірден тануы үшін емес, оның жалпы мәніне назар аударуы керек еді. Сыншылар алдында мұны түсінбеді, аудиторияның талғамын тәрбиесіздікке алып келеді деп қабылдаған еді.

Алайда тұрмыстық шындыққа жанаспайтын кейіпкерлермен оқиғалар өзінің көркемдік шындығын аша түскен еді, фольклордағы мифологиямен байланыс жақсы өрбіді. Халық “өтірік” ертегіні шындай қабылдады.

“Әлемдік тарихты” ертегі өмірімен салыстыра келіп, киносыншы Светлана Бушуева: « Бақыт Қилыбаевтың сериалдары театрландырылған, ал Бекмамбетовтың “театры” ол әсерлі әрі тірі көріністер” (“Кино өнері”, 1996, 1, 186- бет.) Оның айтуынша, бұл туындылар орыс жарнама тарихында кездесетін «сирек құбылыс» деп баға береді.

Тимур Бекмамбетов нен Бақыт Қилыбаевтың клиптері телеаудиторияға тек жарнама ретінде ғана емес, сонымен қатар көркем дүние ретінде қабылданды.

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЖАРНАМА

Қазақстан БАҚ-ы жарнамасыз әрі ақшасыз тұншығып барады. Жарнама аз мөлшерде ғана беріледі. Оның бағасы да жетісіп тұрған жоқ. Әрі жарнама агенттіктері болмағандықтан, әрбір бұқаралық ақпарат құралы өзінің жеке жарнама бөлімдерін ашып, жарнаманы тарату, оған жарнама берушіні іздеу және оны дайындаумен өздері айналысады.

Тәуелсіз жарнама агенттіктерінің жарнама уақытын толығымен сатып алуға қаржысы жетіңкіремейді. Әйтпегенде бүкіл жарнама алаңын сатып алып, редакцияны мұндай жұмыстардан арылтар еді.

Сондықтан да редакциялар мен телестудиялар жарнама уақытының 1 минутын 30 долларға түсіруге тура келді деп шағымдануда. Бұл жарнама берушілердің жағынан тонау деп айтса да болады. Мәскеу баспасөзінің бағасы одан әлдеқайда жоғары. Әлемдік бағаны айтпасақ та болады, онда бір минуты 60 мың доллардан төмен емес.

Алматыда күмәнді сападағы жарнама роликтері 200 ден 2 мың доллар көлемінде болады. Мамандардың айтуынша, орташа сапалы жарнамалық ролик бізде 8 мың доллар тұруы керек. Ал Мәскеуде 30 мың доллар болмаса, жарнама ролигін жасауға кіріспейді де.

Қазақстанда жарнама туралы заң да жоқ. Тек өз пайдасын ойлайтын агенттіктер мен жарнама агенттері бар, олар күні бүгінге дейін өздері ойдан шығарған бағалар жүйесінде жұмыс істейді. Көптеген редакцияларда жарнама жағы дұрыс ұйымдастырылмағандықтан көп ақшаны желге ұшырып отыр.

Міне, сондықтан да 1996 жылы 16-шы тамызда 40 аймақтың жарнама агенттері Қазақстан Жарнама Ассоциациясын құрды. “Деловая неделя” газетінің 30-шы тамыздағы санында осы жөнінде үш мақала жарияланды. Ассоциацияның басшысы ретінде Дариға Назарбаеваны таңдаған болатын.

Бүгінде жарнама туралы заң бар. Заң, Ресей түпнұсқасының көшірмесі десек болады, ал Ресейдің өзі неміс заңынан көшірген. Жобада жарнаманы жариялау көлемі мен уақытының ережелері жоспарланған. Олардың ішінде: теле және радиобағдарламадағы жарнама көлемі бір тәуліктік көрсетілімнің 25%- нен аспауы тиіс, ал, басылым бетінің бір санының көлемі 40 пайыздан аспауы керек. 60 минуттық ұзақтығы бар бағдарламаны жарнамамен екі реттен артық бөліп беруге болмайды. Кішкентай балалар хабарлары мен діни бағдарламаларда жарнама беруге болмайды.

Бұл талаптардың көпшілігін жүзеге асыруға болады. Егер балаларға арналған хабарлар мен діни бағдарламаларға жарнама бермейтін болса, олар қандай ақшаға жасалмақ? Бұл жағдайда оңдай бағдарламалардың эфирден жоғалып кету қаупі тумай ма?

ТВМ-дегі “Вместе” балалар хабары жарнама берушілердің арқасында қаржыландырылып келеді. Жүргізуші Татьяна Рау бағдарламасында сөз арасында балаларға қажеті заттар деп жарнама беріп қояды. Жарнама көп болмағандықтан, бағдарлама ең арзан тәсіл арқылы яғни тікелей эфир арқылы көрсетілуде.

Жарнама туралы заң жобасында көркем фильмдердің арасын үзіп жарнама беруге болмайтындығын талап етуге фильм иелерінің қақысы бар. Телекөрермендердің құқы қайда қалады? Олар фильмді дұрыс көргілері келеді емес пе? Осындай талаптар болғандықтан да он шақты “Қазақфильм” туындылары телевизордан көрсетілмей отыр. Мемлекет осы туындыларға үлкен қаржы бөлген.

Бүгін де режиссерлер фильмнің жалғыз нұсқасын сейфтеріне тығып, олар ақша келетін күнді күтіп отыр. Бұл фильмдер қазақ тарихы мен музыкасына, поэзиялық шығармаларына арналып жасалған.

Занда жарнамаға танымал спортшылар мен әншілерді, кино мен театр актерлерін тартуға болмайды делінген. Бұл дегеніміз, нағыз таланттар жұмыссыз қалады деген сөз емес пе? Мәскеу телеарнасынан көрсетіліп жатқан фильмдерді не істейміз? Олардың басында және аяғында қазақстандық жарнама беріледі.

Ал егер кешкі сағат 11.00-ден кейін темекі өнімдерін жарна- малап жатса не істейміз? Ресей заңдары бойынша, темекі мен ішімдік өнімдерін жарнамалауға мүлде тиым салынған.

Қазақстанның жетекші жарнама агенттіктерінің есебі бойынша, баспасөзде бүкіл жарнаманың 55 пайызы беріледі екен. Ал журналдарда жарнама мүлде қолданылмайды. Салық жүйесінің талабы бойынша қаржыны алдын-ала төлеп қою керектігіне байланысты жарнама агенттіктері баспасөзден гөрі жарнаманы телеарналарға берген әлдеқайда тиімді дейді. Бүгінгі күні апталық айналымда теледидардағы жарнама орташа есеппен 7-8 мың долларды құрайды. Бұл жаман емес.

Қымбаттығы жағынан сыртқы жарнама теледидарға жол бермейді. Қазақ тіліндегі мәтін міндетті түрде щиттің аддыңғы бетінде орналасуы керек.

Ресейде жарнамаға миллиондаған доллар жылдық бюджеттен бөлінсе, бізде ондаған мың доллар ғана бөлінеді.

Қаңтардың басында жарнама берушілер теледидарға белсенді жарнама берсе, газеттерге аз беріледі. Одан кейін жайлап теңдесе береді. Наурыз айында өсу көбейеді де, сәуірде жоғарғы шегіне жетеді. Жазда жарнама көлемі бір жарым есеге түседі. Күзде жарнама көлемінің өсуі қайта басталады.

“Казахстанская правда” газеті редакторының бірінші орынбасары болып жүріп, кез келген мақалада аз да болса жанама жарнамалық элемент бар екеніне көзім жетті. Очерктердің өзі жарнаманың қызметін атқарады. Жарнама агенттігінен емес, мемлекет пен редакция автор жарнамасы үшін ақша алады.

“МИР”-дегі А. Белканова осындай жанама жарнама үшін жүгіріп жүрген жоқ па? “Коммерциялық материалдарды олардың коммерциялық екенін байқатпай дайындау керек. Қазақстанда бір зауыт директоры туралы жақсы материал дайындалған. Ол “Біз және нарық” бағдарламасында көрсетілді. Ол үшін ақша алғаны да байқалып тұр”-дейді. (Ветер, М.1996 жыл, 65-бет) Және тағы да: «Өздігінен қаржыландыру», яғни Гүлжан Ерғалиеваның жасаған Көкшетау облысындағы хабары - коммерциялық негізде дайындалған. Жақсы материал. Көкшетау облысының ауыл аймағында керемет үйлер салынуда. Мемлекетке мақтан болса, көрерменге қызық және бағасы 15 мың доллар тұрады” Ия, бағдарлама керемет болды. Әрине, авторға да ақша төленген шығар.

Мұнда автор кінәлі емес шығар, егер ол жақсы кітап жазып, ол үшін атақ пен ақшаға ие болып жатса неге кінәлауға болады?

АҚПАРАТТЫҢ БЕЙНЕҚАТАРЫ

Телевизиядағы түсіру техникаларының жетістігі күннен -күнге дамып келеді. Ал бұрынғылар ескіріп қала беруде.

Бүгінде фотоақпаратқа қарап отыратын мүмкіндік жоқ, өйткені біздің тұрмысымыздан фотоаппараттар жоғалып барады.

Бүгінде ешкім үлкейткіштің алдында отырып, лабораторияларда сурет шығарумен айналыспайды. Тек Шешенстандағы арнайы тілшінің фотосуреттері мен телефон арқылы жіберген жаңалықтары болмаса, слайдтар ұмытыла бастады.

Тек бейнетүсірілімдер ғана қалды. Олар да күннен-күнге дамып келеді. Өткенде ғана республикалық телевидениеде ақпаратты ВХС камерасынан қабылдаушы едік. Видео Хоум жүйесі бүгін де сирек қолданылуда. Көбінесе Алматы мен оның аумағында таралатын жекеменшік арналарда ғана пайдаланады. Бағдарламаларда ВХС камерасымен түсірілген бейнелер алыс қашықтықта көрінбей кететін болды.

“Хабар” телеарнасы тек “Бетакам” камераларымен жұмыс істейді. Оның бейнелері жоғары сапалы. “МИР”-де “Бетакаммен” жұмыс істейді. “Бетакам” керемет болғанымен бірақ, бағасы жағынан штаттан тыс тілшілердің қалтасы көтермейді. Олардың түсірген сюжеттерін тек республикалық телевидениенің техникалық қызметкерлері ғана емес, сонымсн қатар Мәскеу және алыс шетел мамандары да қабылдай алады.

Көптеген республикалық телеарналар “Супер-ВХС пен” түсіреді, ол жаңадан үйренушілерге қол емес. Өйткені, өзінің үнтаспасы, өзінің видеокассетасы, магнитофондарын талап етеді.Ал, түгелін алу тиімсіз, қол жеткізу қиын. “ВХС”-те, “Супер Вхс”-та ,”Бетакам” да үлкен. Бұрын үлкен деп, бүкіл бір бөлікті алатын аппаратты айтатын болсақ, бүгінде мықты бір жігіттің иығына іліне кететін аппаратты айтамыз. Үйренушілерге арналған техника да бүгінде кәсіби және жартылай кәсіби техниканы қуып жетуде.

Алғашқыда кішкентай “ВХС-С” атты шағын камералар пайда болды. “Видео Хоум Систем” үйге арналған жүйе болғанымен өте шағын. Оның үлбірінің ені ВХС-тегідей болды. Бірақ кассеталарының көлемі аудиокассетадағыдай болды. Оны әдеттегі бейнемагнитофоннан көруге болады.

Біраз жылдар өткен соң, ВХС-компактың орнына “сегіздік” бейнекамералары келді. Оның кассеталары аудиокассетадай компакт-кассеталар 30-60 минут бейнелерді түсіре алады. Бұл бейнесюжеттер үшін жеткілікті еді. Бірақ қызығушылар армандағандай фильм түсіруге болмайды. “Сегіздіктср” 12 миллиметрден 8 миллиметрге жұқарды. Оның үстіне 90- нан 120 минутқа дейін ұзақтығы созылды. Бұндай ұзақтық мамандарды да, үйде бейнетүсірушілерді де қанағаттандырды.

Ал үйдегі бейнемагнитофонда көрсету жағы қандай? Ол енді қажет те емес еді. Өйткені “сегіздіктер” камкодерге айналды. Онда бейнекамера және бейнемагнитофон біріктірілген еді. Қажетгі сымдар арқылы бейнекамераға да, телевизорға да жалғауға болады. Бейнекамералардың өздерінде алақандай телевизор бар.

Бейнемагнитофонның бейнекамералары соңғы үлгідегі телевизорға да жаза беретін болды. Мұндай бейнекамералар жеке бейнені телевизорға түсіріп, сонымен қатар телевизордан немесе видеомагнитофоннан кез-келген бейнені жаза беретін болды. “Сегіздіктің” екі камерасын алып, үй жағдайында монтажбен айналысуға да болады. Стоп-кадр нүктесі бейнелерді монтаждауға мүмкіндік береді. Кейбір бейнекамераларда аппараттың өзінде монтаждауға болады.

Хай-8, яғни “сегіздіктің” жоғарғы сапалы түрі пайда болған кезде қызығушылар Супер-ВХС камерасының сапасынан да артып түскенін байқады. Хай-8, НІ-8-дің бейнелерінің сапасы “Бетакамның” сапасына жақындай түсті. Олар үй камералары секілді кішкентай еді де, ал бейнелері кәсіби деңгейге жақын болды.

Осындай техникалар журналистің кез-келген жағдайда сюжет жасауына мүмкіндік береді. Қосымша жарықты қажет етпейді. Сондықтан да соңғы жаңалықтарда фотоақпараттар мен киноақпараттарды ғана көрсетуді алып тастап, бүгінде тек бейнеақпараттарды ғана көрсететін болды.

Бірақта, Мәскеу мен Алматы ақпараттар жинағының көрсетілімдеріне назар аударсақ, көпшілігі тек диктордың мәтінімен кетеді, ақпараттар бейнесіз берілуде. Себеп?

Ең алдымен бейнекамералардың жетіспеушілігі. Олар бір- екі жыл көлемінде қайта істен шығып қалады.

Екіншіден-түсіру бригадаларының жетіспеуі. Оның ішінде автокөліктердің, тілшілердің, дыбысоператорларының жетіс- пеушілігі кіреді. Алдағы уақытта осы қызметтердің бәрін бір өзі атқаратын тележурналистер пайда болады деген сенімдеміз. Тілші бір уақытта көлік айдап, бейнесюжет түсіріп, оның дыбыс сапасын жақсартып, сонымен қатар режиссердің қызметін атқарса жақсы болар еді.

Үшіншіден, арнайы тілшілер мен тілшілер бөлімінің жетіспеушілігі. Осы себептер коммерциялық каналдардың қолын байлап отыр. Олардың бейнесюжеттерінің географиясы Алматы мен оның аумағы ғана. Бұл себеп “Хабардың” жаңалығын да географиялық планда жұтаңдығын байқатады.

“Қазақстан” телерадиокомпаниясының да жағдайы осындай. Олардың барлық облыстарда меншікті тілшілері жұмыс істеп жатқан жоқ. Техникалық жабдықтары кәсіби деңгейдегі бейнеқатарларға сәйкес келмейді. Дайын материалдарды жіберу мүмкіндігі қиындап отыр, ал, ол оның жеделділігіне әсер етеді.

Осындай себептермен Мәскеу телеарнасының ақпараттық шығарылымдары да географиялық жағынан әлсіз. Орталық телеарнаның күйреуі салдарынан бүгінде көптеген агенттіктер республикадағы Ресей қалаларындағы меншікті тілшілерін қаржыландыра алмай отыр. Міне, сондықтан көбісі “Мир” телеарнасының мүмкіндігіне жармасады. Өйткені “Мир” телеарнасында жан-жақты, сапалы желі құрылған еді. ТМД елдерінің 12-де өз филиалдарын ашқан болатын. Барлық филиалдар «Бетакаммен» жабдықталған. Көбісінде екі жақты байланысты ғарыштық антенналар бар. Мықты антенналардың көмегімен филиалдар сол сәтте бейнематериалдарын орталыққа жеткізе алады. Филиалдар Ресейдің көптеген аймақтарында бар. Бүгінде Санкт-Петербург, Қазан, Владикавказдағы филиалдары Кавказ аймағын ақпараттандырумен жұмыс істеуде. Осындай дайын мүмкіндікті Санкт-Петербургте және шетел телекорпорациялары да пайдаланғысы келеді. Бірақ Алматы емес. Ал, шынында бүкіл Орталық Азия аймағын ақпараттандырумен Алматы айналысуға болатын еді ғой. Өйткені, “Мирдің” Қазақстанда, Қырғызстанда, Тәжікстанда филиалдары бар. Ал Өзбекстан мен Түрікменстанда енді ашылғалы отыр. Осы аймақтардан дайын ақпараттар жинағын даярлауға болады ғой немесе Алматы «бұл мәселені Тәшкент қашан қолға алады екен» деп күтіп отыр ма? Жарайды, олар “Мирді” елегілері келмей отырған шығар. Өзбекстан өз мүмкіндігін пайдаланбай отыр. Бұл жағдай Алматыда да қайталанып отыр. Жамбылдың 150 жылдығына Қырғызстан, Өзбекстан және Тәжікстан президенттерін шақырды. Ал бұл Орта Азиялық оқиғаны тек Қазақстанда ғана көрсетті. Яғни, осы оқиғаны ең алдымен Орта Азия телеарналарында көрсетуге болар еді ғой.

“МИР”-дің құрылуы Орталық Азия мемлекеттерінің бірігуіне себеп болуда. Эфирде болса да.

Орталық Азиямен экономикалық жағынан тығыз байланыстағы Батыс Сібір телеарналарын да біріктіругс болатын ба еді?

Осы Орта Азиялық телеарна түрік тілінде жүргізіліп жатыр деп ойлап көрсек, онда Әзербайжан, Татарстан мен Солтүстік Кавказ және Түркияның телеарналарын “Евразия” телеарнасына біріктіруге болады.

Күнделікті Алматыда Ташкенттің қауындарын сатып алып отырып , Түркіменнің көгілдір отынын тұтынамыз, ал біз олардың қалай өмір сүріп жатқанынан бейхабармыз. Біздің арамызда өтпес таулардан түзілген шекара тұрғандай. Қандай жағдай болған күнде де “Қазақстан” телеарнасында “МИР-дің” филиалдары бар. “Хабар» да оның бейнесюжеттерімен өз хабарларын түрлендірсе болады.

Бүгінде көптеген соңғы хабар блоктары бейнесюжеттер синхронды, сөз жазылып алынады. Оларды сұқбатқа жатқызып жатады. Бірақ сұрақ-жауабы бар сюжеттің бәрін сұқбатқа жатқызуға бола ма? Бұл жанрдың қандай ерекшеліктері және қандай артықшылығы бар екен?

**Тележурналистикадағы жанрлар топтамасы**

СҰҚБАТ

Қазіргі кезеңде көрермендер сұқбат жоқ демейді, оның жауабының ұзақтығына кей кезде жауаптар тақырыпқа сәйкес келмей жататынына көңілдері толмайды. Осындай сұқбаттарда жауап берушінің дауысын кадр сыртына шығарып, диктордың сөзі арқылы ретке келтіріп, кейбір накты жауабын ғана теледидардан көрсету керек.

Сұқбатпен байланысты бірнеше мысалды келтірейік. Саясаткерлермен болған сюжеттер де сәтті бола бермейді. Адамның мағынасыз айтып отырғандарын кесіп тастап, қалғанын репортердің өзіне қалдыруға болады.

Тағы да бір мысал. Кейбір сюжеттерден айтқаннан гөрі көп мағына түсінуге болады.

“Картина-синхрон. Демократиялық Ұлыбритания мынадай заң енгізген, яғни террористерден синхронды сұхбат алуға болмайды. «Сюжет» және диктордың дауысы, ал синхрон-өте әсерлі.

Сұқбат берушіге сұрақ қоюшылар олардың сұрақтарын алдын- ала видеотаспаға жазып, кейіпкердің танысуы үшін беріледі. “Жаңа “Бірінші тұлға” деп аталатын цикл ашу жөнінде ұсыныстар да бар. Оны ТМД мемлекеттері телекөрермендерінің хаттары бойынша дайындау ұсынылады. Сұрақтар жазылған кассетаны алып, сол бірінші тұлғаның баспасөз хатшысына, баспасөз қызметіне немесе көмекшісіне беріп, “кімнің не сұрайтынымен танысып, содан кейін жауап берсін басшыңыз” деу керек. Сонда ғана, бірінші басшының монологы емес, немесе кездейсоқ айта салған нәрсе емес, керісінше тамаша табиғи сұқбат болып шығар еді” /сонда.66 б./.

Сұқбат - бұл баспасөзде кең қанат жайған жанр. Радиохабар шықты, одан кейін теледидар, соңынан ол жанрдың табиғаты туралы пікірталастар басталды. Сұқбат көптеген жаңалықтарға жол ашты. Радио арқылы берілген сұқбат сенсация болды деуге болады. Газеттерде, баспасөз беттерінде жаңа рубрикалар жарияланды, яғни белгілі бір адамдармен өткізілген радио-сұқбат олардың қызығушылығын арттырды. 1927 жылғы «Журналист» журналында Е.Дмитриевтің «Радио-сұқбат және радио-арман» мақаласы жарық көрген. Ол бұл мақаласында «Бұл жаңа айдар француз баспасөзіндегі бірден-бір жаңалық, алғашқылардың бірі»,- деп атап көрсетті.

Сұқбат туралы әртүрлі пікірлер айтылып жүрді. Газеттегі сұқбат пен радиодағы сұқбаттың бір-бірінен айырмашылығы жоқ деген пікірлер болды. Көптеген теоретиктер сұқбат пен әңгімені теңестіруге де тырысты. Бұл туралы Л.Рукавишникова «Телевизиялық әңгіме мен сұқбаттың ерекшеліктері» атты мақаласында былай тұжырымдайды: «Телевизиялық сұқбат екі әңгімелесушінің арасында болатын әңгіме (жүргізуші мен сұқбат беруші) түрінде немесе бірнеше адамнан құралған ұжымдық, қысқа монолог түрінде болуы мүмкін /101 б./. ‘‘Журналистикадағы жанр мәселелері” деп аталатын бұл жинақта сұқбат әңгімелесуге немесе дөңгелек стол басындағы әңгімеге жақындатылған.

Содан бергі өткен отыз жылдай уақыттан кейін де әңгімелесу мен сұқбат жанрларының ара жігі ажыратылмай келеді. Сонымен, олардың айырмашылықтары қандай екен?

Әңгімелесуде - оған қатысушылар бір -бірімен тең түрде пікір, ақпарат алмасады. Ал, сұқбатта жауап берушіден ақпарат алынады. Сұқбатқа қатысушылардың рөлдері мынадай: журналист немесе сұқбат алушы сұрақ қояды, екінші адам жауап береді.

Сұқбат – журналистің танымал, беделді адамдармен немесе оқиға куәгерлерімен кездесу арқылы, толғандырып отырған мәселе төңірегінде алдын-ала жазылып алынған немесе жолай туындаған сұрақтар бойынша пікірлерін білдіретін журналистика жанры.

СҰҚБАТ ТҮРЛЕРІ

Сұқбат түрлерін сұраушы мен сұралушының көзқарастарына қарай бірнеше түрге бөлуге болады.

Түріне қарай сұралушы сұқбаты 4 түрге бөлінеді:

сұқбат - көзқарас;

сұқбат - ақпарат;

сұқбат - эмоция;

сұқбат - әлеуметтік зерттеу.

Сұқбат - көзқараста көрнекті, танымал, атақты адамдар қатысады.

Сұқбат - ақпаратта жоғары лауазымды, бірақ аты- жөні көпшілікке таныс емес кісілер болады.

Сұқбат - эмоцияға кездейсоқ оқиғаның куәгері, көпшілікке таныс емес адамдар қатысады.

Әлеуметтік зерттеу сұқбатта жауап беруші тұлға екінші планға ысырылады немесе жауап беруші бүркеншік атпен де шығуы мүмкін.

Біріншіден - тұлға, екіншіден - қызмет, үшіншіден - оқиғаның куәгері, төртіншіден – бүркеншік аттың болуы бұл пішіннің ерекшелігі болып табылады.

ТАСС-тың директоры: «Белгісіз адамдарды теледидардан көрсетіп, кездейсоқ әңгімені жарнамалаудың, оны сұқбат деп берудің қажеті жоқ», - деп өз пікірін айтқан болатын. «ТВ-репортер» жинағында сұқбаттың 5 түрі берілген:

Хаттамалық.

Ақпараттық.

Сұқбат - портрет.

Сұқбат-дискуссия.

Сұқбат - сауалнама.

Хаттамалық пен ақпараттық сұқбатгарды біріктіріп жіберуге де болады. Сұқбат - портрет пен сұқбат - дискуссияны жанрдан гөрі тәсіл деп қарау керек сияқты. .Сұқбат барысында халықтың сеніміне кірген, көпшілікке танымал адамдардың пікірі қызықтырады. Халық бұл тұста қаншалықты ақпарат емес, лауазымды адамның сол мәселе туралы пікірін тыңдағылары келеді. Мұндай сұқбатты беделді немесе бедел - сұқбат деп атауға болады. Бұл пікірді 1100 жыл бұрын әл -Фараби өзінің «Философия трактаттарында» айтқан еді. “Осындай беделді адам сұқбат - пікірге де қажет.Олардың пікірлері беделді болғандықтан да тексеруге жатпайды, бірден қабылданады”. Осы замандағы беделді адамдар қатарына Олжас Сүлейменовты, Шыңғыс Айтматовты, Амангелді Төлеевті жатқызуға болады.

«Известия» газетінде «Бірінші бетке үзінді» атты айдар ашылған. Мұнда көрнекті қоғам қайраткерлерінің айтқан ойларынан үзінділер жазылады. Мысалы: үзіндіде белгілі саясаткер А.Төлеевтің мына пікірі жазылған: “ Мен әрқашанда көтеріліске қарсы болдым. Ол Ресейге тек қана зиян келтіреді”. Бұл сөздер Мәскеудегі кабинетте емес, жұмысшылар арасында, пресс - конференцияда Кемерово қаласында айтылған.

Теледидарда сұқбат-көзқараста «байланыстырылған» сұқбат та қолданылады. Оған бір-біріне кереғар пікірдегі екі адамды қатыстырады. Мысалға телекөпірлерді алуға болады. Бұл бағдарламаға қатысушылар әр қаладан қатыстырылады. Мұндай сұқбаттар жер-жерде көптеген көрермендердің қызығушылығын арттырып отыр. АҚШ-та бірнеше елдерден адамдар қатыстырылған телекөпірді «Бетпе-бет» дейді.

Ақпараттық сұқбатты лауазымды адамдармен жүргізеді. Мысалы: Таза қазақша аты бар «Эйр Қазақстан» ұлттық компаниясын құру туралы үкіметте шешім қабылдаған. Көптеген кісілер өз пікірлерін айтуға тырысты.

«Караван блиц» газетінің журналистері жаңа компанияның басшысы Бектұров Рүстемнен сұқбат алды. Осы сұқбатты эксклюзивті, яғни тек осы газетке ғана арналған сұқбат деп атауға болады. Тіпті қойылған сұрақтың өзі эксклюзивті, “Сізді қүттықтайын ба әлде көңіл айтайын ба?” деп басталған сұқбат ресмиліктен бөлек еді.

Сұқбат-эмоция сирек кездеседі. Теледидар пайда болғанға дейін жоқтың қасы еді. Әр түрлі тақырыпта айтылған сұқбатқа қатысушылар өздерінің ыстық әсерлері туралы әңгімелер айтады. Журналистика тәжірибесінде 30-шы жылдары кездейсоқ оқиғаның куәсі болған адамдардан сұқбаттар алынып тұрды. Жер сілкінісі болған жерден келген адамдар өздерінің сол кездегі көңіл-күйін ерекше толғаныспен еске алады. А.Гарри өзінің «Сұқбат өнері» атты мақаласында (Журналист, 1928, біріктірілген нөмір 7-8) «Жер сілкінген ауданнан келген куәлерден алынган сұқбат кездейсоқ түрдегі әңгіме болып табылады. Кездейсоқ сұқбатты көшедегі оқиғаның куәсінен, театр спектаклінің көрерменінен, кез- келген адамнан алуға болады. Ол адамның аты аталуы да, аталмауы да мүмкін»,-деген. Жалпы бұл туралы пікірді 40 жылдан кейін ТАСС директоры Пальгунов жазды. 1928 жылдардағы кездейсоқ сұқбатқа ұқсас сұқбатты 70 жылдары «көше сұқбаты» деп атады. Бұл тұжырымды С.Фурцева «Американ телеақпараты туралы очсрктер» (М. 1975,51 -бет) кітабынан кездестіруге болады. Осы сұқбатты басшылыққа ала отырып, американ сұқбатшылары көшедегі кездескен әртүрлі маман иелерінен бүгінгі күннің өзекті оқиғалары туралы айтып берулерін өтінеді. Олар әңгімелесушіні ойша таңдайды. Бұл айтылған мысалдар арқылы сұқбаттың көне жанр екенін байқаймыз.

Жоғары лауазымды адам сол заманның көрнекті қайраткері болып қалады. Кездейсоқ оқиғаның куәгері сол сәттің көрнекті адамы болғанмен, ол ұзақ уақытқа есте қалмайды.

Сұқбат - эмоцияның адамдары көп жағдайда есте қала бермейді. Бізді оның аты-жөні, қызметі, мамандығы қызықтырмайды. Оның қандай да бір оқиғаның куәсі болғандығы жеткілікті.Оның бір үлгісі мынадай: Шешенстандағы соғысқа қатысушы Ресей федералдық әскерилердің бірі - Ол жақтағы өлгендердің саны біздің басшылардың беріп жатқан мәліметтерін онға көбейтсеңіз тура болады, - деп айтып салады. Міне, бұл жерде оның аты-жөні де, кім екені де бізге қажет емес. Мұндағы бағалы дүние оның пікірі.Ондай ксйіпкерлерді пікіріне бола күйіп кетпеуі үшін арқа тұсынан түсіру керек, немесе бетіне маска кигізіп, немесе бетіне мозаика жасап, не болмаса танылмастай етіп, көлеңке түсіру арқылы көрсеткен жөн.

Әлеуметтік зерттеу сұхбаты қазіргі заманда ғана кездесе бастады. Мысалы,«Труд» газетіндегі «Сауалнамаға 100 жауап» немесе «Қоғамдық көзқарас институты» («Комсомольская правда»)сияқты сұқбаттар . Мұндағы бір сұрақ көпшілікке арналған, яғни анкета арқылы алынатын жауаптар. Бұл жолмен анонимді жауаптар да алуға болады. Басқарушылар мен жұмысшыларға арнайы сұрақтар дайындалады. Сауалнаманы құрастырушылар үшін бір адамның пікірі емес, үлкен топтың пікірі маңызды болады, сол арқылы өндірістік ұйым басшысының объективті портретін жасауға мүмкіндік алады.

Т.Шумилина «Сіз айтып бермес пе екенсіз... Журналистикадағы сұхбат әдістері»(М.1976), еңбегінде журналистік сұқбат - бұл «бетпе-бет сұрақ қою, ал социологиялық, сауалнамалық сұқбатта «сырттай сұрақ» қойылады. Шындығында, бұл газеттік сұқбатқа жатады. Теледидардағы «бетпс-бет» социологиялық сұхбат түрінде жүргізіледі. Негізгі айырмашылығы сол, сұқбат-сауалнама арнайы сұрақпен көп адамға арналған. Социологиялық сұқбатты, сұқбат-сауалнаманы журналистер журналистік мақсатта пайдаланатынын ескеруіміз қажет,-дейді.

Бұқаралық коммуникацияда төрт түрлі сұқбат түрі жүргізіледі. Сұқбат - эмоцияда телестудияға шақырылған адам өзінің көзқарасын жеткізе алатындығымен, білікті,шешен сөйлеуімен ерекшеленеді. Беделді адам теледидарға сұқбат беруге келгенде өз ойын айтып қана қоймай, репертуарынан да орындауы қажет. Ол мүмкін әнші, әртіс немесе декламатор болуы мүмкін. Теледидарда, баспасөзге қарағанда, сұқбат - эмоцияға көп жүгінеді. Дыбыстың, суреттердің көмегімен адамның жағдайын, толғанысын тартымды түрде көрсетуге болады.

Ортақ жауаптар - бұл көпшіліктің пікірінің көрінісі. Ортақ жауапты сенімді, шын, дәлме-дәл деп ойлауға болмайды.

Социологиялық сұқбат ортақ жауапты береді. Баспасөзде ол жауаптарды баған түрінде көрсетуге болады да, ал теледидарда олай көрсете алмайды. Бұл сұрақтарға нақты адамдар жауап береді, олардың саны 2-5 болуы мүмкін. Сондықтан сұқбатқа нақты жауап беретін адамдар табу керек. Теледидардағы жауаптар есте сақталатындай болғаны жөн, ол үшін ең жақсы жауаптарды таңдап алу қажет. Соңынан пікірлер спектрін, әр алуандылығын көрсетуге болады. Теледидар мен радиодағы сұқбат эмоционалды және импровизациялы болады, ал газетте нақты позиция жазылады.

Сұқбат алған кезде жауап берушінің мінез-құлықтарын ескеру керек. Француз социологтары Р.Пэнто және М.Гравитцтың кітабынан адамдар туралы мінездемені табуға болады:

Жасқаншақ адам өз ойын жеткіліксіз айтам ба деп қорқады.

Қорқақ жауап беруден сақтанып отырады,әсіресе саяси сұрақтардан қашқақтайды.

Мылжың. Әңгіме барысында мұндай адамдардан басқа проблема туындайды. Ол адамды бастапқы тақырыпқа оралта отырып, оның басқа жаққа қарай ауытқып кетуіне кедергі жасап, тақырыпқа оралуын қадағалап отыру керек.

Бәстескіш. Ол сұқбат алушымен диалогты өзі құрастырғысы келіп, мәселені дәлелдеп, көз жеткізуге тырысады.

Ойынпаз. Өкінішке орай бұл тип жазбаша сауалнамада кездеседі, ал сұқбатта сирек кездеседі.

Өзіне сенімді адам. Бұл сұқбат берушімен журналистің жұмысы жеңіл өтеді. Ол барлық сұраққа сенімді түрде нақты, жинақы жауап береді. /Р.Пенто,М.Гравитц.Әлеуметтік ғылымдар тәжірибелері.407-б./

Көріп отырғандарыңыздай, француз әлеуметтанушылары үшін респонденттердің ішінде бірде-бір жағымдысы жоқ.

**Сұрақ қоюшының мінезіне қарай алынатын сұқбат түрлері**

Осы күнге дейін сұқбатты журналистің жүргізетіні көпшілікке мәлім. Ал екінші түрі жақын арада ғана қанат жая бастады. 1973 жылдың 17 наурызыңда «Комсомольская правда» газетінде «Сұқбатты оқырман алады» атты арнайы жаңа рубрика ашылды. Бұрын мұндай сұқбат спорт тақырыбына арналған болатын. «Сұрағым келеді...» деп аталатын еді. 1973 жылдың 3- сәуірінде оқырмандардың ұжымдық сұқбаты жарияланды. Дүние жүзінің бірнеше дүркін чемпионы Ғабдрахман Қадыров оқырмандардың 20 шақты сұрағына жауап береді. Бұл сұрақтар редакцияға келген хаттардан алынған болатын. Бұл материал «Менің тұлпарым- мотоцикл» деген тақырыппен шықты. Сұқбатты былай ұйымдастыру редакцияның тамаша жетістігі болатын.

«Комсомолка» газеті біраз уақыт бұл сұқбат түрі туралы ұмытқандай болды, бірақ соңынан оны жаңартты. Бұдан кейін Москваның басқа газеттері оқырман сұқбатын өз газеттерінде жүзеге асырды. Оқырмандардың таңдауы бойынша шақырылған сұқбат беруші белгіленгсн уақытта телефон тұтқасында болады. «Тікелей эфир» кезінде сұқбат беруші оқырмандарға жауап береді, сонан соң ол сұқбат газет беттерінде жарияланады.

Теледидарда сұрақтар тікелей бағдарлама барысында қойылады. Ирина Кациева КТК арнасында «Между строк» атты қызықты бағдарлама өткізген. Алдымен ол сұрақтарды өзі қойды, сонан соң телекөрермендер телефон арқылы оған сұрақ қойды. Студиядағы қонақтар берілген уақыт ішінде сұрақтарға жауап беріп үлгермеді, сондықтан бұл бағдарлама «Экспресс-К» газетінде жазбаша жарияланды.

1996 жылдың басында Кациеваның бағдарламасына осы кітап авторының өзінің қатысуына тура келді. Студия қонағы болып жаңа ғана республика Парламентіне екінші рет сайланған Өмірбек Арсланұлы Жолдасбеков шақырылды. Тақырып өткір еді. Ғылым Академиясы таратылуға жақын болатын, зейнеткерлерді қамтамасыз ету туралы сұрақ көтерілді.

Біз кішігірім студияда отырмыз. Соңғы дайындықтар өтіп, галстуктер түзетіліп, кішкентай микрофондар костюмдерге қадалды. Жауап беру кезінде кімнің қайда қарап отыратыны да анықталды. Жақын жерге сұрақтарды реттеп отыратын журналист орналасты. Біз тынышталдық. Міне-міне эфирге шығатын кез. Бір кезде шам сөніп қалды. Коммерциялық теледидардың басшысы жүгіріп кетті, содан соң қаруланған күзет адамдары да абыр-сабыр болды. Жарты сағаттан соң біз студияны тастап кеттік. Телефондар, лифттер істемей қалды.

Жарық келесі бағдарлама басталар алдында ғана берілді.

Қатысушылар да қайтпайтын адамдар екен. Бір аптадан кейін

бағдарламаға тағы да келді.

Республикалық теледидарда өтіп жатқан Жанна Ахметованың «Тұлға» бағдарламасында кітап авторының бұл жолы сұқбат беруші рөлінде болуына тура келді. Ал, Ирина Кациеваның бағдарламасында сұқбат алушы рөлінде болды. Алдыңғы және соңғы жағдайда мүмкін болатын сұрақтар мен ситуацияларды ойластыруға тура келді.

Бірінші жағдайда, қалай жауап беру туралы ойланып қажеті жоқ, бірақ нені қалай айту керектігін ойлану керек. Егер бағдарламасыз барсаң, онда сұрақтар тұтқынында боласың. Егер өзіңнің не айтатының белгілі болса, іс техникасын өз бағытыңа бұра отырып, дайындаған сұрақтарыңды қоюыңа болады. Сонда да сұрақтар қандай болу керек? Түнімен неше түрлі сұрақтар ойға келді. Әрқашанда қозғағың келмейтін тақырыптар болады. Сондықтан қызықтыратын жолдарды қарастырып, басқаларды да ойландыратын әңгіме болуы шарт. Мынандай тақырыптар бар: түріктер арасына таратылған христиан туралы кітапшалар. Тоқта! Бұл тақырыппен айналысып кетсең, аудиторияның бір бөлігі үшін пайдасыз. Кейбір тақырыптар біреулердің намысына тиетінін ескеру керек. Екінші бір кітапта қазақтардың ежелгі тарихы туралы айтсақ па екен? Жоқ, бұл да табысты бола қоймас... Яғни, хабардың бүкіл болмысын көз алдыңа елестетіп, шешім шығару үшін көп ойлануға тура келеді.

Ирина Кациеваның бағдарламасында басқа жағын аңғаруға болатын еді. Оларға өзіне сенімді, әрі шешен Жолдасбековтың аяғынан шалу үшін сұрақтар дайындағаны дұрыс еді. Мұны тек Кациева ғана жасайтын еді. Ирина оны тығырыққа тіреуге дайын болатын. Негізінде мақсат Жолдасбековты тығырыққа тіреу емес, бірақ оған басқаларды осы күйге түсіруге мүмкіндік беру еді. Қаруланған әскердей кейіпкер оған әркез дайын еді. Ол менің ректорым болатын. Сондықтан бағдарламаға дейін Өмірбек Арсланұлын оған жағымсыз сұрақтармен «шымшып» алдым. Ол ашуланды. Маған күдікті көзбен қарай бастады. Бірақ ұтымды жауап беріп отыр. Кейде тақырыпты басқа арнаға бұруға көмектесіп отырдым. Оған тренинг екенін айтпадым. Жауаптар автоматты түрде сәтті шығып жатты. Өкінішке орай, бағдарламадағы диалог үйлеспей кетті. Осы кезде өзім дайындаған бөлімге өтіп, ұзын сонар сұрақтан гөрі, қысқа сұрақтарға көштім. Бірінші сұрақты қойдым, жақсы жауап берді. Екінші сұрақты қойдым, ол сәтті өтті. Үшіншіде - бағдарлама аяқтала бастады. Менің қызық сұрақ қойғанымды жолдастарым айтып берді. Кейінірек «Между строк» осы бағдарламамен бірігіп жұмыс жасауды ұсынды, мерзімді баспасөз бетіндегі материалдардың жақсысы қайсы, нашары қайсы екендігіне шолу жасауым керек болды.Еңбектерінің бағаланбағанына тек редакторлар реніштерін білдірді.

«Комсомольская правда» газеті кіммен сұқбат жүргізілетіні туралы жариялап, оқырмандарға олардың сұрақтарын жіберулерін сұрады. Мысалы: «Келесіде сіздермен халық әртісі Михаил Ульянов сұқбаттасады. Одан не сұрағыңыз, не білгіңіз келеді? Оқырмандар тек қана сұрақты жинауға көмектеспейді, тақырыпты аныктауға да септігін тигізеді». Сонымен қатар

газет оларға ұсыныс та жасайды. «Сұхбатты оқырман алады» атты рубрикаға кіммен кездескісі, не туралы білгілері келетіні, оларды қандай проблема ойландыратыны, қандай тақырыптар қызықтыратыны туралы хабарласуын жариялады. Теледидарда мұндай сұрақтарды телекөрермендер бағдарлама өтіп жатқан сәтте, студиядан тыс жерге телефон шалу арқылы хабарласып, қоя алады. «Алло, біз таланттарды іздейміз» атты бағдарламада жеңімпазға көрермендер сұрақтарын залдан қоя алды.

Жоғарыдағы сұқбат түрі радиохабар үшін келешегі зор болды. В.Голованов «Конкурстық күрестің стратегиясы» атты мақаласында (Теледидар.радиохабар, 1973, №2) АҚШ радиохабарының тәжірибесін тұжырымдап, елдегі «радиодағы әңгіме» даму жолында екенін айтады. Тыңдаушының студия қонақтарынан телефон арқылы сұқбат алуға мүмкіндіктері бар. Эфирде тікелей ,дайындықсыз диалог жүріп жатады. Белсенді емес тыңдаушыны бағдарламаның белсенді қатысушысына айналдырып, оның бірден қызығушылығын арттырады. Осындай бағдарламаның бірінде 64000 тыңдаушы қоңырау шалды. Әрине ол сұрақтардың барлығы эфирге шыққан жоқ, ішінен ең қызықтысы іріктеліп алынды.

Тікелей бағдарлама, эфирдегі сұрақтар - осылардың барлығы журналистен сауатты жауапты талап етеді. Газет тілшісі мұндай бағдарламаны сағаттар бойы ойланып, бір жүйеге келтіріп,өзгертулер енгізіп, қағазға жазып, сонан соң тереді. Жазбаны меңгеруші және редактор қарап шығады. Ал теледидар журналисі өз мәтінін эфирде «тереді». Сондықтан ол тікелей эфирге жиі шығуы қажет. Оны зфир заңы тікелей эфир кезінде ешқандай қате жібермеуге баулиды.

Поляк телекөрермендері «Бірге бір» бағдарламасында (Достар эфирі. М.1977, 244-245 бет) сұқбат беруші ретінде қатысады. Көрермен жүргізушіге телефон арқылы өз сұрағын айтса болды. Поляк журналистерінің пайымдауынша, «үйдегі креслодағы адам» пассивті күйден белсенді қызығушылығы жоғары қатысушы дәрежесіне дейін көтерілетінін теледидар дәлелдеп отыр. Осы принцип бойынша «Радиокурьер» бағдарламасы құрылған. Бағдарлама алдын- ала жазбасыз ,радиостудиядан, радиотыңдарман жүргізушімен телефон арқылы тікелей байланысқа шығады.Егер қажеттілік туып жатса, тыңдарман сұрағын қояды, алған әсерлерімен бөліседі, өз пікірлерін айтады. «Радиокурьер» сенбі күнгі тікелей эфирді жастарға арнайды. Жастар қоғамның өзекті мәселелерін ұжымдасқан түрде талқылауға қатысады.

Қазақ теледидары мен радиосы өз өнерлерін кең тарата отырып, тікелей бағдарламаларды көбейтіп отыр. Әрбір мемлекеттік емес теледидардың өз радиостанциясы бар. Бірде журналистика факультетінің түлегі Тараканова тікелей эфирге мені шақырды. Бұл «Тотем» радиостанциясы болатын. Ол маған мынадай сұрақ қойды: «Сіздің тікелей эфирде бір сағат бойы жұмыс істеуге уақытыңыз бар ма?». Ол «отқа май құятын» жағдайға әкелетін сұрақтар қоюын тоқтатпады. Газетте жарияланған материалға орай мына сұрақты да қойды: «Зейнеткерлердің әкімшілік қасындағы қарсылық акциясына көзқарасыңыз қандай? Өзімді қай жаққа шығаруым керек? Зейнеткерлермен бе? Қарсы ма? Зейнетақыларын ала алмай жүрген қариялар көз алдыма келді... Осыдан кейін зейнеткерлердің телефон шалуы көбейіп кетті. Олар өздерінің сөзін сөйлейтін адамның барына қуанған еді...

Біраздан кейін телефон істемей қалды. Жүргізушінің шақыртуына телефонисткалар жауап бермеді. Ал эфир өтіп жатыр. Осы кезде алдын- ала дайындалған мәтінді пайдалана қойдым, яғни журналист еңбегінің қызығы мен қиындығы туралы, іс-сапар жағырафиясы туралы, әр түрлі дәрежедегі адамдармен кездесу мүмкіндіктері туралы әңгімелеп бердім.

Тыңдаушылар бәрі бір радиотелефон арқылы өз сұрақтарын қойып жатты. Эфир уақыты аяқталуға жақын. Эфир аяқталғаннан кейін мені екі нәрсе мазалады. Біріншіден, радиотыңдармандардың біреуімен радиотелефон арқылы көп сөйлестік. Екіншіден, журналистика факультетіне талапкерлер саны екі есе көбейді. Көптеген талапкерлерді журналистика мамандығын таңдауға радиохабарлар әсер ететінін аңғаруға болады. Олар тікелей эфир кезінде телефон арқылы өз ойларын, қызықтарын, тілектерін айтып тауыса алмайды.

Сұқбат жанр ретінде бір орында тоқтап қалмайды, ол заман ағымына қарай жаңаша түрге ене отырып, теледидарда, газетте де дами түседі. Онда сыни тұрғыдан сұқбат жанры күшейе түсті. Сатира, юмор саласынан көптеген мысалдарды келтіре отырып МГУ-дің журналистика факультетінің профессоры Владимир Данилович Пельт былай дейді: «Соңғы жылдары сұқбат жанры «құрғақ» арнайы жаңалықтарды жарнамалау үшін қолданылса, қазіргі кезеңде өзекті мәселелерді қозғайтын, терең ойлардың негізін қалайтын жанр ретінде қалыптасты. Бұл жанр әдеби шеберлікті қажет етеді». «Комсомолка» газеті «Бұрышпен сұқбат» атты айдар енгізді. Бос жолдар мен бос орындықтар теледидар мен газеттің сыни сұқбатының құралы болып табылады. Бұл жағдайда бағдарламаға жауап беруші келмейді, бұл Пермь студиясында өткен, эфирде бос орындық көрсетіледі. Бос орындықтарға жауап берушінің аты-жөні мен қызметі жазылады. Мұны Сергей Дуванов «Ашық зона» бағдарламасында тамаша көрсетті. Қатысушыларды жоғары дәрежедс сөйлеуді талап етті. Бұған көп адамдар өз реніштерін білдіріп жатты. Бір кезде бағдарламаның соңына қарай бір әже бағдарламаны мақтай жөнеледі. Мұндай күтпеген жағдай теледидарда «бұта арсындағы рояль» деп аталады. Көшеде сұқбат алу кезінде, музыкаға қажеттілік туса, пианиноның сүйемелдеуімен ол да орындалады. Тақырыпқа кім қажет болса, ұшқыш па, депутат па немесе ғарышкер ме бәрібір сол салада сұқбат жүргізе беруге болады.Осындай аяқ астынан болатын жағдайларды журналистер солай атайды. Сол сияқты аяқ астынан соғылған әжейдің қоңырауы Дувановтың сюжетін аспанға бір-ақ шығарды.

Алғашқыда сұқбат монологтан диалог жанрға ауысты, мұнда сұрақ та, жауап та маңызды. Екіншіден, қайта үйлестіру белгілері төмендегідей болды. Газетте сұқбаттың проблемалы жақтарын дамыта бастады, оны тұжырымдау,сараптау жағы күшейе түсті, полеимкалық сипат ала бастады. Ал, теледидар эмоционалды- психологиялық жақтарын пайдаланды. Сұқбатқа қатысушылардың қысқа мерзімде мінездерінен хабарлар болу қажеттігі туындады.

М.Ромм теледидарда «болашақ сұқбаттың сценарииін жазу, ол болашақ әңгіменің жобасы» деп атап көрсетті. Көбінесе экспромтты сюжеттерге жол беріледі.Теледидарда сәтсіз сұрақтар болуы мүмкін емес, кейде қағазда жазылмаған, алдын-ала ойластырылмаған сұрақтар туындап жатады. Сондықтан журналистке өте білімділік, тапқырлық қажет.

Поляктің «Телеэхо» бағдарламасының жүргізушісі Ирена Дзедзиц өз сұқбатының анықтамасын бере отырып былай дейді: «Жүргізуші және сұқбат алушының алдында жазба болуы мүмкін емес. Телесұқбаттың ерекшелігі де осында».

Дайындықсыз сұқбат басталған кезде «ойынның» импрови- зациялануы нашар нұсқа болып табылады. Осыған байланысты журналистің жауапкершілігіне қатысты мәселе туындайды. Егер ол мәтінсіз шығуға дайындалса, оның қателеспеуіне қандай кепілдік бар? Ол тек қана шығармашылық жағынан емес, саяси жағынан да қате жіберуі мүмкін емес пе? Қандай басшы мәтінсіз журналисті эфирге жібереді? Оған әңгіменің мазмұнын көрсету қажет. Эстон теледидарының комментаторы Р.Каремяэ былай дейді: «бас редакторға мәтінді білу шарт емес, егер репортерді жақсы білетін болса. Ең алғашқы сұқбатқа дайындалған кезде сұрақтарды бас редакторға көрсетеді, басшы сол сұрақтарға қандай жауаптар болуы мүмкін екенін сұраған болатын». Р. Каремяэ сонда проблеманы білетіндігін, оған екі түрлі жауаптың нұсқасының болуы мүмкіндігін айтты. Сонда басшы іле-шала, сенде сұрақтың бір нұсқасы емес, екі нұсқасы болуы қажет деді. Сұқбат алушы екі сұрақ қойғанда оның тәуелділгіне қарай бірінші сұраққа жауап береді. Үшінші сұрақтың төрт нұсқасы болу керек, сонымен әрі қарай жалғаса береді. Р. Каремяэ барлық нұсқаларын өңдеп шығады, сонда ғана сұқбатқа рұқсат алады. Бұл жағдайдан кейін редактор болашақ багдарламаның идеясын ғана біледі, ал Р. Каремяэ барлық нұсқасын дайындағандықтан толық хабардар. Эстон теледидарында мәтін нысанаға алынбайды, нысанада репортер болады. Ол эфирде ең жауапты адам , яғни бас редактор секілді.

Жылдар өтті. Қазір мәтіннің нысанаға алынуы маңызды емес. Төлем мәтінге емес сюжетке төленеді. Ал қазір тікелей эфирдегі бағдарламалар арзан тұрады. Сұхбат алушы мәтінді дайындағаннан гөрі өзін сұқбатқа дайындауы керек. Импровизация негізгі болып қала береді. Әңгімелесушіні «жетектеу» қажет емес. Ол өз саласының маманы. Оған тек қана өз білімін ашуға көмектесу қажет. Мысалы, әңгімелесуші А туралы айтса және Б сұрағына қарай өткісі келеді, ал сізге Н тақырыбы қажет. Ол үндемей қалған сәтте сұқбат алушы А және Н тақырыптарының байланысын таба алуы қажет.

Сұқбат - жай ғана әңгіме емес, репортердің естігісі келгені алдын- ала дайындалған әңгіме барысында мәселенің айтылмаған тұстарын есту. Суырып салушылық яғни, импровизация, диалог кезіндегі жаңа ойлардың пайда болуы, күтілмеген сұрақ және нақты жауап, ақыл-ой жекпе- жегі, шынайы ауызекі тілдің салтанат құруы, міне, осылар сұқбатты жасайтын факторлар. Бұл қорытындылар- теледидар ықпалының арқасында ойластырылған жайлар. Сонымен қатар , сұқбаттың басқа да пішіндерін жоққа шығаруға болмайды. Олардың мазмұны ақпараттың ағымына, әңгімелесуші көтеріп отырған тақырыпқа, сұрақтар формасына, сұқбат алушы мен сұқбат берушінің типіне және дайындық дәрежесіне байланысты. Сұқбатқа дайындық әртүрлі жағдайда болу керек. Теледидарда сұқбатты алдын- ала және әңгіме барысында «жазады». Газет тілшісіне сұрақ пен жауапты жазып қоя салу жеткіліксіз - ойын логикамен жалғастыра отырып, құрылымына сәйкес жазу керек. Тілші ойы әдеби түрде аяқталған материалды баспаға береді, ал теледидарда мұның бәрін сұқбат барысында жасауы керек, яғни дайындық дәрежесі бұл жұмыста біркелкі емес:

-жоғарғы түрі - әңгіме тақырыбы анықталған, сұрақтар жауап берушіге белгісіз, сұрақ беруші сұрақтарын қисынға келтірмеген.

-екінші түрі - сұрақтар сұқбат алушыға белгілі. Олар ауызша, ойша немесе жазбаша дайындалған. Алдын- ала жасалған сұрақтарды ретімен қоюға болады. Әңгіме мен жауап барысында басқаша сұрақтар да қоюға болады.

-үшінші түрі – сұқбат беруші дайындалған сұрақтармен алдын- ала танысады.

а) сұқбаттан біраз уақыт бұрын;

б) дәл сұқбат басталарда:

Жауаптар жазылып қойылған немесе ауызша айтылады.

Егер жауаптар жазылған болса, онда жауап беруші а) оларды оқиды,

б) анда-санда мәтінге көз қырын салады, в) тақырыпты еркін меңгерген.

-төртінші түрі - сұрақ та, жауап та оқылып беріледі.

Газетте сұқбат атмосферасын, диалог барысын көңіл-күйді сақтай отырып жазу керек. Сұқбаттың төртінші түрі газетте алдын-ала дайындалған сұрақтар сұқбат берушіге жазбаша түрде жіберіледі, ол сұрақтарға жазбаша түрде жауап береді.

Сұқбаттағы сұрақтар формасы «жабық» және «ашық» болуы мүмкін. Жауап беруші «жабық» сұраққа мақұлдап немесе қарсы жауап береді - иә, жоқ, келісемін, қарсымын. «Ашық» сүраққа кең жазылған жауап беріледі. Көптеген сұқбатқа «жабық» сұрақтар қажет емес. Бірақ оларды араластырып қоюға болады, ол әңгімелесушінің дем алуына мүмкіндік жасау үшін немесе өткір сұраққа жауап беру үшін қажет. Оның келісетіні немесе келіспейтіні көп нәрсені аңғартатыны белгілі.

Суырып салу және сұқбат телекөрермендердің назарын аударатын маңызды элемент. Бірінші кезекте бұл жанрда суырып салушылықты қолдау қажет, сонан соң оның шарттарын қарастыру керек. Баспасөз зерттеушілері бұл тақырыпқа сенімсіздікпен қарайды. Теледидар мен радио теоретиктері суырып салушылықты негізгі орындарға жылжытып қояды. Теледидарда әңгіменің мазмұны ғана маңызды емес, сұқбат беруші қалай сөйлейді, әңгімедегі жағдайды қалай тез меңгеретіндігі маңызды. Қазіргі кезде эфир қызметкерлері үшін жаттап алу - сұқбаттың “қағаз түріне” айналып отыр, яғни табиғи әңгіме емес, нашар спектакль болып табылады.

«Жаттап алынған сұқбат эфир қызметкерлеріне - қамшы болып тиеді, ол мынадай «қағаздық» деген атқа ие. Сұқбаттың «қағаз» формасы қажетсіз пішін, кейде біз радиотыңдаушыларға таспаға жазылып, алдын-ала дайындалған сұрақтар мен жауаптарды ұсынғанда, жаман қойылымды эфирге жібергендей болмаймыз ба?», - деп зерттеуші А.Ревенко жазған еді.( «Өсиет сөздер» кітабында. М. 1975). «Терең ойлар тыңдаушының көз алдында туындауы, ондағы кейіпкердің жүрек соғысын сезінуі, сұқбаттың өрбуі олардың көз алдарында өтуі қажет. Сонда ғана радиотыңдаушы көрінбейтін қатысушы бола алады». Теледидарда әңгіменің мазмұны ғана емес, сұқбат берушінің қалай сөйлегені, әңгіме барысының өзгерісін тез сезінуі де маңызды. Теледидар суырып салуды сұқбаттың негізі етіп алды. Сонымен қатар, баспасөз қызметкерлері де суырып салушылықтың табиғатын сезініп,осы жанрдың негізгі қасиеті деп санайды.

Кейбір жағдайда әңгімелесуші алдын- ала дайындалған мәтінсіз сөйлей алмайды, тәжірибелі журналистер адамның дауысындағы өзгерістерді байқатпауға тырысады. Мұндай адамдар әңгіме арнасындағы жай сұрақтың өзіне жауап бере алмай қалатын жайлар болады.

Сұқбаттағы суырып салып сөйлеу - бұл кездейсоқ тақырыпта, жүйесіз тілмен айтылатын, дайындықсыз бос сөз емес. Ол шебер туындаған, біркелкі, өзекті тақырыпты мәтінсіз әңгіме, өз қисыны мен композициясы, аяқталған,нақты сұрақ қоятын, оған сенімді жауап ала алатын, қабылдаушы сол ойлардың туындауына куә болатындай, тек ақпарат алып қана қоймай, сонымен қатар сұқбаттың жалынды қатысушысы болуы да шарт.

Сұқбат – американдық журналистерше айтсақ, «гладиаторлар шайқасы» секілді . Невзоров деген Ресей журналисі бір хабарында: «Біздің әңгімелесушіміз - барлық сұқбаттарға қарсылық білдіретін атақты адам. Ол темекі шегетіндерді жек көреді екен. Ал, біз үшін кеңшілік жасаған еді»,- дейді. Кадрде: Аузында темекісі бар Невзоров үндемей қалған әңгімелесушіні оятқысы келгендей, темекі түтінін солай қарай бағыттайды.

Кейбір американ сұқбатының атмосферасы корриданы еске салады. Сұқбат беруші, матадор секілді «Жаңа өгізді» күткендей кейіп танытады. Бағдарламаға дейін екі жақ видеомагнитофон алдында әңгімелеседі. Сонан соң сұқбат алушы лентаны көреді, ол сұрақтарды қаншалықты нақты қойғанына көз жеткізеді. Соңында жазба эксперттер тобына түседі. «Студия қонағы шынында Техаста туылды ма? Ол неше рет үйленді? Сотталған ба? Саяси қарсыласы оның кітабы туралы не дейді?» төмендегі топ міне, осыларды анықтайды. Сұрақ беруші алдымен дайындалған сұрақтармен қаруланбайды, тағы осы зерттеу тобының материалдары да қосылады. Қонақ камера алдында өзіне сенімді отыр, сұқбат алушы оны күтпеген сұрақтармен «түйреп» отыр. Камера студия қонағына жақын келіп, оның бет әлпетін үлкен етіп, ірі планда көрсете бастады. Осы кезде телекөрермен қонақтың бетіндегі тер моншақтарын көреді. Суырып салушылық провокацияға айналады.

Ағылшын бағдарламасының Фрост деген лақап атты жүргізушісі, келген қонақтарға қойған сұрақтарын шатастыра отырып, көбіне кейіпкерін ыңғайсыз, қиын жағдайда қалдырады. Ол бағдарлама басталардан бұрын қандай сұрақтар қоятынын ескертеді. Бірақ, телекамерада қызыл шам жанған кезде журналист тіптен басқаша дайындалған сұрақтар қояды.

Баспасөзден негіз алған сұқбат жаңа серпінмен дами бастады, ол даму радио мен теледидардың пайда болуымен байланысты еді. Яғни, жанрға олар өз ерекшеліктерін енгізді: радиохабар - дыбыс бояуларының молдығын , көңіл- күй серпілту ерекшелігі, суырып салушылық өнері.Теледидар- көрініс ерекшелігін қосты. Әңгімелесушінің ақпаратқа қосымша фактор ретінде мимикалық және фантомимикалық реакциясы, оның сөйлеу мәнері, дыбысталу жылдамдығы, толқулары, қимылы болып табылады. Көрермен тек қана ақпарат алмайды, сонымен қатар, кейіпкердің психологиялық портретін де алады.

Теледидарда, радиода дыбыс пен бейнелеуден басқа әңгімелесушіден дайындықсыз суырып салушылық дағдылары талап етіледі. Теледидардағы және радиодағы суырып салушылық,экспромт, шынайылық газетке де әсерін тигізеді. Қазіргі кезде газетке сұқбат жазу үшін тілшілер ыңғайлы ықшам видеомагнитофондарды пайдаланады. Сұқбат - бұл даулы мәселеге, түсініксіз сұраққа, адами проблемаға, оқиғаға беделді тұлға көзқарасының түсініктемесі. Сұқбат алушы - механикалық сұрақ қоюшы емес, қажет кезінде өз көзқарасын ұсына алатын, әңгімелесушімен таласа алатын, оның жауаптарын толықтырып отыратын, белсенді түрде проблеманы түсіндіре алатын адам. Бізді қызықтыратыны беделді адамның, маманның, түсінік берушінің қазіргі заманның өзекті тақырыбына деген пікірі. Газет сұқбатында тірек болатын проблемалы істің мәніне түсінік бере отырып жазылады. Теледидарда және радиода сұқбатқа қатысушыларға мұны көру , ест және олардың дайындықсыз, шынайылығы қосылады.

ПРЕСС - КОНФЕРЕНЦИЯ

Пресс-конференцияға газеттің, теледидардың, кинохрониканың, радионың, телеграф агенттігінің, тәуелсіз бұқаралық ақпарат құралдарының өкілдері қатысады. Сұрақтарға көрнекті мемлекет көшбасшылары, әдебиет қайраткерлері, өнер, ғылым өкілдері, ұлттық тұлғалар, маңызды оқиғаның куәгерлері, ресми қызмет адамдары жауап береді.

Сонымен пресс-конференция жанр ма? Ол сұқбатта оның жауабы бір ғана журналиске емес, әр түрлі ұйымнан келген бір топ журналиске беріледі. Пресс-конференцияны ұйымдастырушылар сұрақтарға жауапты алдын-ала ескертіп айтып отырады. Пресс-конференцияның тақырыбы ұйымдастырушы үшін өзекті болып табылады.

Пресс-конференцияға шақырту жазбаша түрде жіберіледі, онда сөйлейтін адамның аты-жөні, уақыты, орыны, тақырыбы немесе себебі жазылады. Шақырту пресс-конференция басталардан екі апта бұрын жіберіледі. Оған дейін зал алынып, конференцияға қатысушылардың үстел басындағы орындары анықталып, оларға сусындар дайындалады. Пресс- релиз немесе пресс-конференция материалдарының папкасы болуы өте маңызды. Журналистер үшін қағаз бен қарындаштар дайындалғаны да дұрыс.

Пресс - конференция демократиялы түрде өтеді, ұйымдас- тырушылар прессаға шектеу қоймайды, олармен кездесіп, өтініштерін орындауға тырысады, кез-келген сұрақтарына жауап берулері тиіс. Британ журналисі Дэвид Рэндалл өзінің «Әмбебап журналист» (М. Журналистиканың халықаралық орталығы, 1996) кітабында пресс-конференциядағы журналистер тәртібінің ережесін анықтап береді: «Егер сізге материалды пресс-конференция біткеннен кейін дайындау керек болса, дегеніңізге жетуге тырысыңыз, ол үшін сізді қызықтыратын сұрақтардың барлығы қойылған болуы керек, сүрақтарды сіз немссе басқалар қояды. Әйтпесе агрессивті болуға, сұрақты айқайлап қоюға, тіпті орныңыздан тұрып кетіп, сұқбат берушіге жақындап барсаңыз да болады. Пресс- конференцияда ұйымдастырушылар журналистер әрнәрсені айтып, кездесу жауапсыз болды деп кінәлап жатады. Репортерлер мұндай жағдайдың болуына жол бермеулері керек». Өкінішке орай, біздің журналистер пресс-конференцияда тәртіпті болып отыруға мәжбүр, мұғалімнің алдында отырған оқушыдай. Сұрақтарын рұқсат берілген кезде ғана қояды, ешқандай айқайлауға, орнынан тұрып кетуге болмайды.

Пресс-конференция басқару органдарына қажет, осылайша қажетті ақпарат ағымының көмегімен қоғамды басқаруға мүмкіндік алады. АҚШ-та мемлекеттік бұқаралық ақпарат құралы жоқ. Ақпарат пен идеялар қалай жеткізіледі?! Пресс-конференция арқылы! Жиі өткізілетін пресс-конференцияны барлық бұқаралық ақпарат көздері күтеді.

Пресс-конференция журналистерге де қажет, осы жерден алғашқы маңызды ақпараттарды алуға мүмкіндік болады. Оперативті ақпарат ойдан құрастырылған және өсек-аяңнан құралған нәрселерді айналып өтеді.

Пресс-конференция Эстонияда үкіметпен айына екі рет ұйымдастырылады. Ел басшылары журналистер алдында сөйлеп, сұрақтарына жауап береді. Бұл журналистерге өзекті сұрақтарды жарыққа шығарарда дұрыс хабардар болуына мүмкіндік береді.

Эстонияның телевизия журналистері тұрақты түрде «Министр бөлмесінде» бағдарламасынан тәжірибеден өтеді. Эстон радиосы осыған ұқсас «Сізбен әңгімелеседі...» атты кездесу өткізеді. Бұл бағдарламалардың кең қанат жайғаны соншалық, оған келіп түскен хаттар ағымы куә бола алады. Теледидар мен радиоға түскен хаттарда сөйлеген сөздерге сұрақтар мен ұсыныстар түсіп жатады. Өкінішке орай, баспасөздің, ақпараттың, прессаның қатынас формаларының қажеттілігін көпшілігі терең түсіне бермейді. Тіпті “Мир” сияқты салмақты арналардың өзі кейде ақпаратты дәліздерден, Президиум мәжілісінен т.б. алынған көңілсіз дайындалған, қағаздық ақпараттарды жинауға мәжбүр. Олар үшін пресс-конференциялар өткізілмейді.

МТРК “Мир” ТМД мемлекеттерінің және олардың орталықтарының жұмыстарынан ақпараттар беріп отыру үшін мемлекеттер қаражатынан ашылған болатын.

Пресс-конференцияның пішіндерінің бірі - брифинг. Оған әртүрлі анықтамалар беріледі.Кейде синоним сияқты қабылдайды. Бұл сенім көрсету рәуішіндегі әңгімеге барлық журналист қатыспайды, өзім деген, кеңесуге болатын, фактілерді қазбалай бермейтін журналистер қатыса алады.

Германияда да брифингті осылай түсінеді. Оны көпшілікке арналмаған әңгіме деп те атайды. «Социал-демократияның практикалық жұмысы» анықтамасында (1995) ұсыныс береді: «Кез келген тақырып жазбаша түрде мазмұндау үшін және пресс-конференция үшін сәйкес келе бсрмейді. Баға беруге қиын болатын, саяси оқиғалар мен процестер туралы пікір айтпау үшін журналистерден қашқақтауға тура келеді. Осындай жағдайға байланысты, жалпыға арналмаған арнайы әңгімелер өткізіледі. Мұндай журналистермен әңгімелерді магнитофон жазбасынсыз өткізеді, бұл жерде айтылғандар баспасөзде жарияланбауы керек, әрине ол журналистің басында сақталып қалады. Мұндай ақпарат түрі журналистердің кейін зерттеу жүргізуі немесе комментарий алуы үшін құнды материал болып табылады. Журналистердің сенімге кіруі өздеріне пайдалы».

Брифингті ұйымдастырушьшар сенімге кірген журналистерді үстел басына жинап, оларға бейресми ақпараттарды береді. Немесе шаралардың барысына, болжамдарға сүйеніп, оларды журналист өз атынан жазады. Егер ақпарат оң қабылданса, брифингті ұйымдастырушылар осы бағытпен жүре береді. Егер пайымдауға қарсылық көрсетілетін болса, онда оқиға басқа бағытпен кетеді. Брифингті ұйымдастырушылар өз жүрістерін өзгертеді.

Брифинг - эксклюзивті пресс- конференция. Брифинг - бұл сенімге кірген журналистерге арналған пресс-конференция. Брифинг мүмкін болған жағдайда өткізіле береді. Оның ғимаратта өтуі шарт емес, далада, су жағасында, бала бақшада, парк аумағында кейде корабльде немесе самолетте, шай үстінде де өте береді.

Сұқбат сияқты пресс-конференция қоғам өмірінің барлық сферасында пайдаланыла беруі мүмкін - әдеби кештерде, теледидар мен радиода. Пресс-конференция шын мәнінде - бұл қоғам адамдарын толғандырып жүрген өзекті проблемаларды талдау үшін пресса өкілдерімен кездесу. «Пресс-конференцияны ұйымдастырушылар шақырылған журналистерге қызықты тақырыпты ұсынбаған болса, пресс-конференция туралы негативті көзқарас болатынын ескеру керек» - деп ескертеді ФРГ анықтамалығында. Шындығында, журналистер пресс-конференцияны немесе брифингті ұйымдастырушылар үшін емес, оқырмандар немесе теледидар көрермендері үшін қызмет етеді. Сондықтан пресс-конференцияны ұйымдастырушылар барлығын алдын- ала ойластырып, қойылған сұрақтарды кесіп тастамай, өздеріне және пресс-конференция тақырыбына үйлестіруі қажет. Олар конференцияны жай ұйымдастырып қана қоймай, қызықгы ақпарат беруі қажет. Пресс-конференция - бұл әуесқойлық жанр, ақпарат берушілердің билігі біткен кезде, журналистердің билігі жүреді. Әртүрлі елдерде пресс-конференцияның жеке өзгешеліктері бар, олармен танысу пайдасыз емес.

АҚШ-та пресс-конференция Ақ үйдің бағында өтеді. Жауап беруші мықты құралдармен қаруланған трибунада емес,жіңішке аяқты жеңіл құрылғының алдында тұрады. Бұл жағдайда сұқбат берушінің киімі және өзін-өзі ұстауы көзге түседі. Бұл тек АҚШ президентіне ғана тиісті емес,сонымен қатар пресс-конференцияға шақырылған басқа қонақтарға да қатысты. Бақта президент спорт киімінде, джинсыда, жейде киіп тұруы мүмкін. Костюм киіп, галстук тағып көрнекі болып тұрса - бұл оның басқа символға ауысуы деп түсінуге болады.Немесе кешкісін галстуктің орынына бабочка тағып, смокинг киетін болар... Мұндай трибуна-пюпитрлер бақта қана емес, залдарға да тән бола бастады.

Ал, Италияда пресс-конференция Рим телеорталығының үлкен студиясында өтеді. Журналистер, ірі итальян газстінің, журналының, баспасөз агентгігінің өкілдері креслоға орналасады. Үстелдің арғы жағына ортаға ұйымдастырушы орналасады. Оның оң жағында - сарапшы, ал сол жағында - жүргізуші. Хабар алдын- ала дайындықсыз өтеді. Ұзаққа созылған дискуссияға тек журналистер ғана емес, кездесуді ұйымдастырушылар да қызығушылықпен қарауы тиіс. Қызу дискуссия - аудиторияға барлық ақпаратты алуға жол ашатын тамаша мүмкіндік, кейдс осындай ақпаратты алуға мүмкіндік болмай жатады. Италияда пресс-конференция кезінде журналистің сұрақ қоюға және реплика тастауға құқы бар. Оның жауап берушінің сөзін бөлуге де қакысы бар. Пресс-конференцияны ұйымдастырушьшың сұраққа жауап бермеуіне болады. Ол бұл туралы ашық айтуы қажет. Мәлімдемеге он минут уақыт беріледі. Ол қысқа, анық, түсінікті және есте қалатындай болуы керек. Пресс-конференцияның мұндай құрылымы журналистердің белсенді түрде дискуссияға қатысуына мүмкіндік береді. Әдетте қатысқан елу журналистің жиырмасы сұрақ қояды.

Ал қазақстандық журналистер баспасөз маслихатына өте аз қатысады, журналистер бірінші, екінші қатардың орындықтарын әзер толтырады. Олар дискуссияға емес, ақпарат алу үшін шақырылғандай тоқтамастан жазады. Біздің баспасөз маслихатында журналистердің құқығы жоқ. Қазіргі кезде журналистиканың «өткір тілділерін» жоқ десе де болады.

Жириновский өзінің баспасөз мәслихатыңда журналистерді «тұншықтырып тастайды», сондықтан өзіне өзі сұрақ қойып, оған өзі жауап беріп отырды.Егер баспасөз мәслихатында оған сұрақ қоюға мүмкіндік бермесе немесе жауап бергеңде ыңғайсыз жағдайға қалдырса, журналист ол туралы бір сөз де жазбайды. Сондықтан баспасөз мәслихаты мен сұқбаттың арасында үлкен айырмашылық бар. Сұқбат алушы, сұқбат өткізуге келіскеннен кейін, олар туралы баспасөзгс шығаруды өз міндетіне алады. Ал баспасөз мәслихатына шақырылған журналист болған жайтты баяндауды міндетіне алмайды. Сұқбат алушы мүмкіндігінше толықтырып және әңгіме желісін сақтай отырып сұқбатты тиісті органға жариялауға міндетті. Ал, баспасөз конференциясына қатысқан журналист, хабарды ең қысқасынан толығына дейін, кез келген өлшемде бере алады. Ол баспасөз мәслихатының өткенін хабарлап, оған баға беріп қана қоюына болады. Теледидардан көрсетілген баспасөз маслихатының ерекше белгісі, ол кез келген газет есебінен толық болады. Оған қатысатын екі жақ та қателеспей жұмыс істсуі қажет, бұлардың барлығы баспасөз мәслихатында өтеді, ол халық мақтанышы бола алады.

Американ баспасөз мәслихатында алдын-ала ұзақ уақыт дайындалады, дайындық кезінде қойылуға тиісті сұрақ пен жауаптардың барлық нұсқалары қарастырылады. «Баспасөз өкілдерімен кездесерден бірнеше сағат бұрын, американ елшілігінің ақпараттық қызмет офисінде ерекше жағдай болады»,- деп әңгімелейді чилилік публицист Лабарка Годдард. АҚШ -тан келген қонаққа елшіліктің баспасөз бөлімінің журналистер тобы арандатушылық сұрақтар қойып, сол сәтте ойланбастан жауап беруін талап еткен. Кейбір жағдайда, адамдар сұраққа қиналмай жауап береді. Мұндайды мамандар ғана жасай алады. Американ президентінің баспасөз мәслихаты дәл осылай дайындалады. АҚШ-тың бір журналында президент баспасөз мәслихатының дайындалу техникасы туралы айтылады. Президент әртүрлі тосын сұрақтарға жауап бере алатындай дайындалады, бұл баспасөз мәслихатына тиянақты дайындық күндері мен көпшіліктің еңбегінің нәтижесі. Келесі болатын баспасөз конференциясы белгілі бола салысымен, Ақ үйдің қызметкерлері екі топ болып жұмыс істейді: сыртқы саясат және ішкі сұрақтар бойынша. Әр топқа жобамен журналистер қоюы мүмкін 40 сұрақтан жіберіледі. Екі топ екі папка дайындайды, оның әрқайсысында басылған материалдар 70 беттен болуы керек. Мұнда ретімен жазылған қойылуы мүмкін сұрақтар тізімі және президентке ұсынылатын жауаптар реті. Қызметкерлер жауап беру үшін есте тез сақталып қалатын сөйлемдерді іздейді.Теледидар камерасы мен микрофонның алдында оны президент те тез есіне түсіретіндей болуы керек. Ақ үйдің қызметкерлерінің пайымдауынша, баспасөз мәслихатында тілшілердің қойған он сұрағының тоғызы алдын- ала жинақталған және оған дайын сұрақтар бар. Баспасөз мәслихатының басшылары қулық та жасай бастады. Мысалы, «репортерлер сұрақты өз қалаулары бойынша қойсын» деп, олар президенттің жауапты өз тарапынан бере алатындай сұрақтарын қоятын «дайын» журналистерге микрофон ұсынады. Баспасөз мәслихаты баспасөз хатшыларымен жиі дайындалады, кейде олар белгілі бір сұрақтарды қою үшін редакцияларға тапсырма береді, сұрақ барысында үкімет саясатының бағытына нұқсан келтірмей, дұрыс екенін көрсететіндей болуы керек екендігі табысталады. Олар қажетсіз бағыттағы қайталанған сұрақтарды тежеуге тырысады. Президенттің баспасөз қызметі брифингті де жиі пайдаланады, жабық әңгіме түрінде журналистердің аз тобымен өтеді,онда оларға кейбір сұрақтар хабардар етіледі. Мұндай жабық отырыстардың нәтижесінде үкіметішілік сөйленген сөздер бұқаралық ақпарат құралдары арқылы жарыққа шығады. Мемлекет басшысының журналистердің аз тобымен өткен жолдастық кездесуі «байқап көру» әдісіне әкелуі мүмкін. Президент оларға қандай да бір саяси қадам жасайтынын сенімді түрде айтады. Журналистер үкіметтің осындай ойларын, өз ойлары сияқты жазады. Егер оны көпшілік қолдаса, онда бұл идея жүзеге асады.

Кейде журналистерге баспасөз мәслихатының тақырыбына сәйкес дайын материалдарды тапсырады, бүл **пресс-релиз** деп аталады. Бұл жағдайда айтушының сөздерін блокноттарына жазбаса да болады. Жазбада кейбір сөздер шатасып кетсе, қауіп жоқ. Баспасөз-релизі - баспасөз - мәслихатын ұйымдастырушының дайын мақұлданған материалы, журналистке тамаша сүйеніш, тек оған өңдеп, дискуссия кезінде туындаған ойларды қосса болғаны. Журналист өз редакциясының атынан сұрақтар береді. Ал жауаптар сол редакцияға журналистің айтуымен беріледі.

Баспасөз мәслихатында сөз сөйлеуші ұзақ сөйлемегені дұрыс. Егер баспасөз - релиз папкасында сөйлеген сөздерінің толық мәтіні жазылған болса, ол ештеңе де айтпаса да болады. Мәтінді оқып қажеті жоқ, ол журналистердің ішін пыстырады. Кейде баспасөз - мәслихатының жоспары жарты жыл бұрын дайындалып, барлық редакцияларға таратылады. Өскемен студиясының «Баспасөз мәслихаты» атты бағдарламасы жиі өткізіліп тұратын. Баспасөз тобында қазақша, орысша шығатын газеттердің журналистері, республикалық газеттің меншікті тілшілері, қазақстандық және облыстық телевизия, кейбір аудандық газеттің редакторлары болатын. Хабар телевизия студиясының бөлмесінен жүргізіледі. Жартылай дөңгелек үстелдің арғы жағында - сұрақтарға жауап беретін облыс басшылары, оған қарама-қарсы журналистер. Олардың әрқайсысының алдында қай органның өкілі екенін білдіретін жазуы бар қағаздар.

Видеокөріністердің пайдаланылуы, студия, журналистер алдындағы қағаздар - бұл баспасөз мәслихатындағы теледидардың ерекшелігі. Баспасөз мәслихатын ұйымдастырғанда журналистік жұмыс теледидардан көрсетерден бұрын жүргізіледі. Оған сөз сөйлеушілердің мәтінін дайындау, олардың кандидатурасын реттеу, олармен жұмыс, сұрақтар мен жауаптардың нұсқаларын дайындау, баспасөз мәслихатының жүрісін басқару жатады. Ол кенеттен ұйымдастырылған болса, оны мұндай хабардан тәжірибесі бар журналист жүргізуі тиіс. Мұндағы журналистің жұмысы- ешкім қоймаған сұрақтар ретін дайындап, оның жауаптарын реттеп, әңгіменің қызықты өтуіне ат салысу болып табылады.

Баспасөз мәслихаты - бұл ұйымдастырушылардың журналистер сұрағына жауабы. Жауап берушілерге тақырып жайлы қысқаша мазмұнын ескертіп қою керек. Баспасөз мәслихатын баспасөз хатшысы немесе студияның журналисі жүргізеді. Баспасөз мәслихаты неғұрлым қызу және өткір өтсе, оған үн қатушылар көбейеді. Егер баспасөз мәслихаты ресми болса, бірнеше таңдалған журналистер сұрақ қояды, немесе шағын ғана ақпарат болып шығады. Баспасөз мәслихатында брифинг, баспасөз-релиз, баспасөз-хатшы түсініктері қатар жүреді. Брифинг - ресми емес жағдайда сенімді журналистермен өткізілетін әңгіме.

Баспасөз-релиз - терілген материалдар, кестелер, бағдарламалар, мәліметтер баспасөз-мәслихатына келгендерге таратылып беріледі. Олар баспасөз-мәслихатын ұйымдастырушылардың мәлімдемесінің мәтініне сәйкес келеді Баспасөз-мәслихаты көбінесе баспасөз-орталығымен немесе баспасөз-хатшысымен ұйымдастырылады. Баспасөз мәслихатын баспасөз хатшысы басшысының атынан жүргізе береді.

Баспасөз хатшысымен қоғаммен байланыс жөніндегі хатшы бірге жұмыс істей береді. Баспасөз хатшысы бірінші кезекте бұқаралық ақпарат құралдарына (теледидар, газет, радио) іс-шаралары туралы хабарлап отыруы керек. Оған қандай да бір сұрақ туындаған журналист келуі мүмкін. Ол бұқаралық ақпарат құралдарында басшысының қызметіне қатысты жарияланған хабарларды және еліміздегі, шет елдегі маңызды оқиғаларды басқармаға жариялап отыруға міндетті. Газеттегі мақалаларды оқып, теле-радио хабарларды тыңдап, талдау жасау оның міидеті болып табылады.

Баспасөз хатшысы журналистермен байланысты ретке келтіріп отырады. Редакцияға баруы - танысудың ең жақсы жолы. Журналистермен жақсы ,жеке байланыс баспасөзбен жемісті еңбек ету үшін маңызды. «Өзінің» баспасөз хатшысына сенуге болатындай журналистерде сезім қалыптасуы керек. Оның баспасөзге жіберген ақпараттары мен хабарламаларының жиілігі, сенімділігі мен сапасы ерекшелендіріп тұруы тиіс.

Баспасөзге мәлімдеме беру — ол да баспасөз хатшысының міндеті. Баспасөзге берілген мәлімдемелердің көмегімен аталмыш мекеме қоғамдық ұйымдардың назарын аударып және саяси сенімдеріне көз жеткізеді. Олар қоғамдық пікірлерге көзқарас қалыптастырып, болатын шаралар мен науқандарды хабарлайды. Хабарламаның алғашқы бөлімінде баспасөз хатшысының мекен-жайы мен телефон нөмірі болады. Баспасөзге хабарламаны әр іс-шарадан кейін емес, одан бұрын да жіберу қажет. Іс-шараның алдынан хабарландыру жіберіліп, оның уақытында жариялануын өтіну керек.

**Қоғаммен жұмыс хатшысы /паблик рилейшнз/-**

қоғамдық акцияларды жоспарлайды, дайындайды және өткізеді. Егер баспасөз хатшысы БАҚ-пен бірігіп жұмыс істесе, (баспасөзге өтініш дайындайды, олармен қарым-қатынасты реттейді, редакцияға және студияға барады, баспасөз мәслихатын, брифингтер ұйымдастырады және өткізеді, сонымен қатар сұқбат барысына көмектеседі, әсіресе олар эксклюзивті түрде болса, хатпенен жұмыс істейді, барлық шақыртулармен танысады және маңыздыларымен хабарласады) онда қоғаммен жұмыс істейтін хатшы төмендегілерге жауап береді: үндеуқағаздарды таратады, плакаттарды жабыстырады, әртүрлі стендтерді ұйымдастырады, қол қойдырады, дискуссиға қатысады, демонстрациялар, жиналыстарды, халық мерекелерін ұйымдастырады. Қоғамдық қатынасқа жауапкер іс-шараның басында болады, қоғамның көз алдындағы имиджді жақсартуға атсалысады. Қоғам және қоғам бөлігі арасындағы қатынастарды саналы түрде реттейді, үкімет арасында, партияда, ұйымдарда, қоғамдағы оқиғаларға паблик рилейшнзға жауапты адам қатысты болады. Қоғам мен адамдар арасындағы байланыс - бұл жүйелі, тұрақты және көпшілікпен ашық диалог.

Ұйым және қоршаған ортаның арасындағы қатынасты байланыс бар. Қоғаммен жұмыс өте маңызды, себебі айналадағылардың оңды көзқарасты имиджінің әсері бар. Ұйым қоғамға идея және көзқарас ұсынады. Сол сәтте азаматтардан олардың пікірі, көзқарасы және ұсыныстары туралы сұралады.

**Ұжымдық имидж** - бұл қандай да бір адам немесе қандай да бір бөлімше қоғам мүшелері ұсыныстарының жиынтығы деуге болады. Бұл - ұйымның қоғам айнасындағы бейнесі. Әрбір адамның немесе ұйымның өзі туралы жеке түсінігі болуы керек. Имидж - бұл қоғамда қалыптасқан адам немесе ұйым туралы түсінік. Имиджмейкерлердің міндеттері ұйымның көқарасына адамдардың ойы сәйкес келуін қалыптастыру болып табылады. Нақтырақ айтсақ: қоғамның пікірі сол ұйым немесе сол адам туралы жақсы болуы. Идеалды жағдай - ол қоғамдағы жақсы пікір сол ұйым немесе адамның пікірімен сәйкес келуі. Жақсы имидж ұйымның жетістігін қоғам алдындағы беделін көтереді. Және адамдарға да сондай жақсы ұйымда жұмыс істеу мақтаныш болып табылады.

Соған қарамастан, баспасөз конференциялары, баспасөз орталықтары, баспасөз релиздер өмірді алмастыра алмайды. Ал баспасөз хатшысы - тікелей ақпарат алуға кедергі тәрізді. Өкінішке орай, Қазақстанның БАҚ қоғаммен тікелей қарым- қатынаста жасандылыққа тап болуда.

Неге репортаждар мәжілістерден жүргізіле бастады? Өйткені, мәжіліс залдарынан тікелей алынатын хабарламалар ақпарат құралдарында басым бола бастады.

АТВ телеарнасында Кеден комитеті туралы баспасөз конференция өтіп жатыр. Қызықты ма? Ия.

Ал, сіздерге Қазақстан Республикасы әкімшілік комиссиясы мемлекеттік комитетінің ашық мәжілісі туралы ақпараттардың берілуі қалай? Әрине, қызықты.

Ал, қалалық әкімшіліктен жұмысшылардың наразылығы туралы жедел топтың сюжеті ше?

«Ақмола» энциклопедиясы презентациясының отырысы ше?

Ал, Қазақстан Халықтары Бірлестігінің партиясы ОК пленумы ше?

Отан және еңбек ардагерлерінің сап түзеуі ше?

“Рахат-Палас” қонақүйінде орналасқан делегаттар отырысынан ше?

Қазақстан Республикасы ІІМ Бас күзет басқармасының семинарынан ше?

Қауіпсіздік комитетінің залындағы баспасөз конференциясынан?

Депуттардың ҰҚК басшысы және оның орынбасарларымен кездесу сәтінен?

«Киндердорф-Қазақстан» қорының баспасөз конфернция- сынын?

«Журналистер шешен соғысында» атты кітаптың тұсауке- серінен ше?

ҚР Ұлттық банк басшысы және оның орынбасарларымен кездесу мәжілісінен?

Ұлттық саясат туралы Қазақстан Республикасы мемлекеттік комиссиясы «дөңгелек үстелінен»?

Мәдениет қызметкерлерінің қорытынды мәжілісінен?

Үш мемлекеттің Кеңесі мәжілісінен?

Грузия Парламентінің төтенше мәжілісінен?

Ташкенттегі ашық мәжілістен?

Жалғыз АТВ телеарнасынан ғана емес басқа да Қазақстан, Ресей телеарналардан қарасаңыз жоғарыда көрсетілгендей жаңалықтар. Кездесулер, конференциялар, «дөңгелек үстелдер», презентациялар, пленумдар, баспасөз конференциялары, семинарлар! Және мәжілістер. Ашық мәжілістер, қорытынды, төтенше, шұғыл.

10-15 сюжеттен тұратын ақпараттық блоктардыңжартысына жуығы осындай ақпараттар. Бәрінде бірқалыпты көрініс.

Қазірге кезде тележурналистика емес, керісінше басқа баспасөз қызметтері осындай отырыстарға тартуда.

Біз баспасөз конференцияларын оқырман, көрермен және өмір позициясынан сынадық.

Бірақ, сол пресс -конференциялар журналистермен дайын- далады немесе солардың көмегімен. Онда қандай қиыншылықтар болуы мүмкін?

Сұқбат жанры журналистерге тікелей қатысты. Жалпы баспасөз орталықтарын журналистер құрайды. Сондықтан да барлық баспасөз конференцияларын ұйымдастыруда журналистер қатысады.

СҰРАҚТАР ЖУРНАЛИСКЕ ТИЕСІЛІ, ЖАУАП - СҰҚБАТ БЕРУШІГЕ

Бұл қандай жағдай болса да - журналистің жұмысы. Баспасөз орталығының хатшысы басшысы қатысуы мүмкін теледидар бардарламасын алдын- ала қарауы керек. Сұқбат алуға сұранып тұрған репортердің бірнеше мақаласын оқып шығуы қажет.

Сұрақтардың стиліне назар аударған жөн. Бұл стиль қабылдана ма, қабылданбай ма? Таныстық кейбір жағдайларды болдырмауға көмектеседі.Сұқбатқа дейін аудиторияға не жеткізілу керектігін анықтап алыңыз. Ең болмаса бір, екі пунктін.Сіздің сөйлеген сөзіңіз сенімді болу керек.Алдыңыздағы адамды қорқытып, не үркітіп алмауға тырысыңыз. Сұқбат берушілер де, сұқбат алушылар да типке бөлінеді.

ӘЗІЛҚОЙ - сол адамның ақпараттағы «мені» ол үшін маңызды, сондықтан әзіл жағынан онымен жарыспаңыз. Сұқбатқа не үшін келгеніңізді түсіндіруге мүмкіндік табыңыз.

ЗЕРДЕЛІ - сұқбаттың тақырыбы бойынша бәрін білетіндей сезім қалыптастырады. Сіздің басшыңыз ескеру қажет,бұл репортер оның мәселесі туралы аз біледі, ол секілді көп білмейді. Соңында оның жауабы журналиске емес, аудиторияға арналатынын ескеруі қажет.

«ПУЛЕМЕТШІ» - бір мезгілде соншама көп сұрақ қояды, қайсысына жауап береріңізді білмей қиын жағдайда қалуыңыз мүмкін. Ең бастысы: оның стилін қабылдамау жәнее бірден барлық сұраққа жауап беруге әрекет етпеу. Ішіндегі ең негізгісін бөліп алып, назарды соған аудару керек.

ЖАҒАЛАСЫП ОТЫРУШЫ - ол сіздің жауабыңызға ілінісіп отырады. Жағаласқанына назар аудармай, жауабыңызды жалғастырыңыз. Бірақ ұзақ емес.

ТҮСІНІК БЕРУШІ - ол жауап берушінің жауабына өз пікірін қосуға әрекеттенеді. Оған сол сәтте қарсылық білдіріп, өз ойыңызды жалғастырыңыз.

НАЙЗАҒАЙ ЛАҚТЫРУШЫ - бұл сізге және жауабыңызға қарсылық білдіреді. Жұмсақ қана қарсылық білдіріңіз: «Ал, мен былай жинақтар едім...» Әрине, егер журналист немесе екінші сұқбат беруші сізге қолына түскен затты лақтырып жіберсе, сіз оған фужердегіні шашып жібердіңіз. Осыдан айқай- шу шығады. Мұнда жеңімпаз жоқ. Әрине, мұндайға жол беруге болмайды.Жириновский мен Немцовтың сұқбатында осылай болды ғой, соны жұрттың бәрі талқыға салып, сөз қылды. Эфирден де қайта-қайта көрсетілді.

ДАЙЫНДЫҚСЫЗ - бұл адам сұқбат тақырыбын зерттемеген және сұрақтарға дайындалмаған. Амал не, сұқбат барысын өз қолыңа алуға тура келеді.

Аудиторияның назарын өткен материалдарға аударып қажеті жоқ. Мысалы: «Мен кеше айтқанмын... Менің кітабымда жазылған болатын... Қысқаша сөйлеген сөзімде айтып кеткенмін...» деген сөздерді қолданудың керегі жоқ .Мұнда қаншалықты жауап болғанмен жаңа ақпарат маңызды . Олардың назарын басқа жаққа аудару үшін екі-үш фактіні айтса болды. Кейде сұраққа сұрақпен жауап бере отырып, өткір тақырыпты айналып кетуге болады. Сұраққа теріс жауап бермей, ыждаһаттылықпен дұрыс жауап беруге тырысқан жөн. Сенімді жауап кезінде, мимика өзгермейді, көздің жыпылықтауы, адамның сасқалақтағанын сездіреді. Көпшілік алдындағы шынайылық сұқбат берушінің жұлдызын оңынан тудыратын сәт деуге болады. Сіз қандай жағдайда болсаңыз да, микрофон алдында тұрғаныңызды ұмытпауыңыз керек, олар сіздің даусыңыздың қатгы шыққанын, анықтығын және сөзіңіздің жылдамдығын естіп отыр. Жақсы тәсілдің бірі - көрерменмен байланысты пайдалану, назарыңызды көпшіліктің бір адамына аударыңыз. Көрерменмен байланыс сөз сөйлегенге дейін және одан кейін де маңызды. Бір сөз айтқаннан кейін - бес секундқа байланыс жасаңыз. Бұл сіздің толғанысыңызды басып, аудиторияны сезінуге мүмкіндік береді. Кей жағдайда камераны адам деп ойлап, оған да назар аударуға немесе көрінбейтін әңгімелесуші ретінде қарауға болады. Трибунаны пайдаланғанда оған жатып алуға, не көп ұстай беруге болмайды. Өкінішке орай, тыйымдар өте көп. Бір қолыңыз көрінбей, екінші қолыңыз басшының алдында тұрса, бұл Наполеон стилі - бұлай тұруға болмайды. Алақанды айқастыруға, жұдырықты түюге, қолыңды

Артқа ұстауға, қалтаға салуға, көкірегіңе айқастыруға болмайды. Журналиске сұрағың анық емес деп айтуға болмайды. Одан сұрағын дұрыстап жіберуін, не айтқысы келгенін өтініңіз. Бұл кезде түсінбеушілік салмағы сұрақ қоюшыға түседі де, жауап беруші демалады. Егер журналист сұрағымен ызаңызды келтірсе, назарыңызды одан басқа жаққа аударып, жауапты аудиторияға беруге болады.

Дайындық тек қана сұқбат берушіге немесе баспасөз - мәслихатына қатысушыға ғана емес, сұқбат алушылар мен баспасөз-мәслихатын ұйымдастырушыларға да қажет.

«ДӨҢГЕЛЕК ҮСТЕЛ» БАСЫНДАҒЫ ӘҢГІМЕ

Бұл жанр диалогтық топқа жатады. Егер сұқбатта және баспасөз-мәслихатында адамға журналист сұрақ қойса, бір мазмұнда, позитивті немесе эмоционалды т.б. мағынада жауап береді, ал «дөңгелек үстел» басындағы сұраққа біріншіден, бір адам емес бірнеше адам жауап береді. Екіншіден, жауаптар біркелкі болмайды, әңгімеге қатысушылардың әрқайсысы өз пікірін білдіреді. Бір-бірімен пікір алмаса отырып, сұрақтың мәнін ашады. Мақсат - мәселені бірден бірнеше маманның көзқарасы арқылы, кең түрде талқылау .

«Дөңгелек үстел» басындағы әңгіменің тақырыбы бүгінгі күнмен ғана байланысты емес.Әңгімеде журналистің рөлі, сұқбат пен баспасөз мәслихатындағыдай жоғары емес. Оның аты-жөні аталмауы да мүмкін, әңгімені ұйымдастырудағы оның бар міндеті - тақырыпты таңдау, қатысушыларды шақыру, тақырып бағытын реттеу. Ол мұндай әңгімеге қатыспайды, оны ашып, жауып отырады немесе «ұйымдастырушы» рөлінде қатысып, ойдың барысын қадағалайды, әңгімені қажет арнаға бұрады, тақырыптан ауытқып кетуге жол бермейді, тартыс тығырыққа тіреліп, эмоционалды болмай бара жатса, соны жандандырып, ретке келтіреді. Журналистің әңгімелесуші адамдармен тең дәрежеде болуы немесе оның жұмыс істеу жүйесін шақырылған мамандардың бірініің алуы өте сирек кездесетін жағдай.Өкінішке орай, әңгіме тізгінін тартып ұстап, тым қайырып тастайтын да журналистер кездеседі. Шақырылған адамдардың еркін пікір алмасуына жағдай жасалуы керек.

«Дөңгелек үстел» басындағы әңгімеге халықаралық шолу- шылар, ғалымдар, шаруашылық қызметкерлері, халық проблемасын жақсы білетіндер қатыса алады. «Дөңгелек үстел» бейнелі түрде айтқанда тележурналистердің арманы болатын. Қазір барлығы да түп тамырымен өзгерген. Владимир Познердің бағдарламасында көрермендер үлкен студияда дөңгелене отырады да, олардың ортасында заңгерлер, шаруашылық қызметкерлері, социологтар т.б. отырады. Тұрмыстық және ғылыми проблемалар адамның мінез-құлықтары мен адамгершілік аумағына біріктіріледі. «Егер», «Біз» деген сияқты бағдарламалар циклында Познер жағдайдың шешімін шығаруды көпшіліктің алдына тастайды: «егер сіздің басыңызға да осындай жағдай түссе, сіз не істср едіңіз?» деген сұрақтарды көрермен қауымға қояды. Мәселені талқылау үшін «дөңгелек үстел» басына мамандармен қатар көрермен қауым да шақырылады.Олар әр жастағы, әр түрлі жыныстағы, мамандықтары да әртүрлі адамдардан құралуы мүмкін. Көбінесе, белгілі бір типтегі адамдарға тән барлық мінез-құлықты жинақтаған образдар, қандай да болсын бір типті айқын көрсететін белгілер бойынан табылатын жандар қатыса алады.

Жүргізуші үстелдің басында немесе бір шетінде отырмайды. Познер қолына микрофонды алып, студияда әрі-бері қозғалып жүреді. Оның көмекшілері микрофондарды қосып, көрермендерге ұсынады.

Владимир Владимирович отыратын баспалдақ өте әдемі жасалған. Ол жеңіл, жылтыр, көзге оғаш көрінбейді. Рас, бас- қыштардың бірінде отырған Познер кейде өзге Владимирді де еске салады. Негізінен танымал журналист АҚШ-тан келген кезде сәл-пәл ағылшын акцентімен сөйлеп,жауапты тыңдап отырғанда басын қолына сүйейді. Познердің «амфитеатры» бұрынғы журналистердің «дөңгелек үстелі» сияқты пікірлердің жиынтығымен, мамандардың кесімді сөздерімен және «афитеатрды» бойлай отырған көпшілік қауымның аз дауыс алмайтын талдауларының демократияшылдығымен қуантады.

«Біз» бағдарламасында көрермендер басымдық танытады. Олар танымал адамға әртүрлі сұрақтар қояды, «мүмкін өмірде қиын сәттер болған шығар, көпшіліктің талқылауына ұсынатын ұсынысыңыз бар ма?» деп ол кісіні ортаға алады. Негізгі басымдық оның тұлғасын дәріптеу емес, оның өмірлік сәттерін ашудағы көпшілік бағасына түседі. «Дөңгелек үстел» басындағы әңгіменің табиғаты теледидарға жақын болса да, ол алғаш газет бетінде көрініс тауып, дамып отыр. Диалогтық қыры оны теледидарға жақындата түссе, тақырыпты салмақты түрде, сараптап ашуы оны газетке жақындатады.

«Дөңгелек үстел» басындағы әңгімеде жекелеген жанрлардан, есеп пен репортаждан, редакциялық мақаладан, қысқартылған стенограммалар, корреспонденциялар және хроникалық заметкалардан ақпараттар берілуі мүмкін. Материал «дөңгелек үстел» айдарымен жарияланған кезде ғана анықталады,өйткені өзге айдарлармен де берілуі мүмкін. Айдардың баламасы, мысалы, «Ресми кездесулер клубы», «Дискуссия клубы», «Семинар» т.б.

«Дөңгелек үстел» басындағы әңгімені хабарламалық және дискуссиялық деп бөліп қарастыруға болады.

Хабарламалық әңгімелер «Труд» газетінде көп басылып жүрді. Олар жұмысшылар, ғалымдар және мамандардың тәжірибе алмасу семинарларының формасында көрініс тапты. Газеттегі семинарлар «дөңгелек үстел» басындағы бір кездесуден гөрі көлемді келеді. Бір нөмірден екінші нөмірге жалғаса беруі мүмкін. Хабарламалық әңгімелер «дөңгелек үстел» ұғымынан бірнеше жағдайда ерекшеленеді. “Журналист” жинағында «дөңгелек үстелді» дискуссия деуге қатысушы кісілердің көбісі қарсы болған. Хабарламаны жақтаушылар: «Дискуссия неге керек? «дөңгелек үстел» басындағы әңгіме тек хабарламалық сипат ала алады. «Аптаны» алып қараңызшы... Ондағы «дөңгелек үстел» - белгілі бір анықталған жайтқа оқырмандардың берген көпжақты хабарламасы. Бұл жаман ба? Олай деп ойламаймын. Біз де хабарламалық «дөңгелек үстелді» жиі қолданамыз ғой» - деген пікірлер келтірілген.

Барлық хабарламалық әңгімелерді «дөңгелек үстел» айдарына жатқыза беруге болмайды. Олар адамды жалықтыратын, қорытылмаған мақалалар сияқты болуы мүмкін ғой. Негізінен «дөңгелек үстел» өзекті проблемалар төңірегіндегі пікірлер алмасу процесінде ықпал жасамай ма? Нәтижесінде талқылаудың жалпы шешімі қорытындылануы тиіс. Ол оқытушы мен студент арасындағы курс материалын түсіндіру жайындағы диалог емес.

Кейде «әңгіме» жанры пікір алмасудан қалыс қалып, өз беделіне нұқсан келтіреді. «Міне, осыдан газет беттерінде кейде автордың анықтамасы да, пікір алмасу да кірікпеген «түсініксіз дүбәрә» пайда болады», - деп сынайды, Орал университетінің зерттеушілері В.Березовский мен В.Фоминых. Екінші жағынан «дөңгелек үстел» өткір мәселелерді қозғауға тиіс, редакция қызметкерлері алдын -ала қатысушылардың фактілері мен қорытындылары студияның ұстанымына сай болуы міндетті емес екендігін ескеруге тиіс. Осындай әңгіме 1996 жылы 3 қыркүйекте ТВМ бағдарламасында орын алды. Оның аты да «Террористер құпиясы» деп айғайлап тұ рды.

Эрик Нуршиннің авторлық бағдарламасы «Версия» - көпшілікке танымал болған бағдарламалардың бірі. Ол көтерген проблемалар бірде сөз бостандығы тақырыбын, бірде алға басу еркіндігі тақырыбын өзек етті. «Азаматтың» лидерлері: М.Әуезов, П.Своик, С.Құттықадамовтар пікір айтты. Олар ұсынылған мәселе жөнінде ғана емес, «Азамат» қозғаласының мәслихатына бара жатқанда, Алматыдан Петропавловскіге апарар жолда ізіне түскен қуғыншылар жайында да әңгіме қозғады. Бірде оларды тұтқындаған, бірде двигательге металл жаңқаларды білдірмей салып жіберген, ал енді бірде «азаматшылар» жиналуға тиіс залдардың кілтін ұстаған кезекшілер жоғалып кетіп жатты. Кей жағдайда көбінесе заңды тым қатты әшкерелеуге болмайды. Қандай жағдай болмасын рұқсат етілген межеден ары аспауы қажет, сондықтан да студия бұл пікірталаста болған деректерді студиядан ары шығармауға міндетті.

Көп жағдайда «дөңгелек үстелде» материал хабарламадан өзге, полемикалық, дискуссиялық бастау алған жағдайда көрініс табады. Газет есебінде сюжет, түйін, шиеленіс және шарықтау шегі болуға тиіс... Ол драмматурия заңымен құрылуы керек». Бұл көрерменнің де, тыңдарманның да пікірі емес, бұл газеттегі «дөңгелек үстелге» қойған оқырманның талабы, олардың пайымы бойынша жанрдың теледидарлық нұсқаға жақын екендігі айтылады.

Полемикалы - дискуссиялық әңгіменің жақтаушылары газеттің өзінде де «әңгімеге рух беру», «сөз мәдениетін сақтау», оқырмандардың «дөңгелек үстел» басында әңгімеге араласып отырғандай сезінуіне ықпап жасауды талап етеді. «Дөңгелек үстел» бұл пікір алмасу, хабарлар жиынтығы емес. Сосын ешқашанда бірнеше сұқбатты әңгімеге әкеліп телуге болмайды.

«Дөңгелек үстел басында» деген айдармен берілген материалдар көзқарастардың кең болуымен, публицистикалық мақалалардың уытты болуымен, жедел корреспонденциялардың динамикасы сақталуымен, очерктің образдылығымен, кейде фельетонның өткірлігімен ықпалды болады. Бұл айдар ашық әрі қызығушылықпен өмір проблемаларын талқылай отырып, қиын жағдайлардан шығуға нұсқау береді.

Профессор Б.Зориннің жүргізушілігімен жарыққа шыққан танымал «Тоғызыншы студия» телебағдарламасында полемикалық әңгімеден гөрі ақпараттық әңгімеге жақындау бір хабары көрермен назарына ұсынылған болатын. Оған өз саласын жетік меңгерген кісілер: айтулы газеттердің редакторлары, тілшілер, редакция бөлім меңгерушілері, комментаторлар, шолушылар, ғылым докторлары мен профессорлар қатысқан. Әңгімеге ішкі экономикалық сипаттан сыртқы саяси жағдайға дейінгі мәселелер арқау болды. Көрермендерді күннің ең өзекті мәселелерімен таныстырады. Полемикалық сипатқа негізделмеген хабарламалық сипаттағы әңгімелерде талқыланып отырған мәселенің өзектілігі басым болса, бүгінгі күні көтерілуге тиіс мәселе болса, неге оны есепке алмасқа? Бұл ақпарат, бірақ, дискуссиялық проблемаларды өзек еткен ақпарат. Онда пікірлер қақтығысы мен полемикалық жалын бар.

Полемикалық - дискуссиялық әңгімелер өз кезегінде жасанды болмауы тиіс.Полемика полемика үшін көрініс тапқан кезде, дикуссия ешбір қиындықсыз-ақ күшіне енеді. Осындай әңгімелер өмірді бейнелеуге, заттардың шынайы күйін беруге, бір сұрақ төңірегінде бірнеше пікірлер туған сәтте қарама -қайшы, нақты әрі қызықты пікірталастарға арқау болады. Неге Ресей Иракқа қарсы соққы беруге қарсылық жасады? Өйткені ол мұнай өндіруге миллиард долларға шарт жасасқан болатын. Оның үстіне ол жақта жақында ғана әкімшілік делегациясы барып қайтқан еді. Бұл дискуссиядағы пікірлер ойыны ғана емес, ол шынайы мақсаттардың көрінісі. «Дөңгелек үстел» - бұл ақпарат шынайы проблемалар жөніндегі ақпарат, бұл дискуссия, бірақ ой,пікірлерді тамашалауға арналмаған, ол көптеген мақсаттардың талқысына негізделген. Бұл полемиканың қызған түрі, бірақ білімдарлықты көрсетуге арналмаған, негізгі алынып отырған мәселеге көзқарас білдіруге негізделген.

Полемикалық- дискуссиялық әңгімелер жасанды болмауы тиіс. Полемика шынайы көрініс тапқан кезде дикуссия ешбір қиындықсыз күшіне енеді. Осындай әңгімелер бір сұрақ төңірегінде беделді, қызықты қарама- қайшы пікірлер туындаған кезде, өмірдегі болмыстық шынайы күйін бейнелейді. Мүмкіндігіне қарай әңгімелесу осы пікірлерді бірыңғай мәнге келтіріп, сң қолайлы нүсқамен жүмыс істсуге комектеседі. Бір проблема төңірегінде бірнеше көзқарастарға түйін жасау, шешімдердің ең ұтымды нұсқасына тоқталу «дөңгелек үстел» басындағы әңгіменің негізгі ерекшелігі ғана емес, бұл қоғам мен БАҚ-ның демократиялығы да болып табылады.

«Дөңгелек үстел» бұл үш жақта мүдделердің бірігуі. Журналистке мамандардың пікірі қызықты болса, мамандарға ақиқат шешімге келу және теледидар, радио , газеттердің пікірлерді жүзеге асыруы қызықты. Көремен, тыңдарман және оқырмандар үшін бұл айтыс түріндегі ақпарат, таласты сезіну, оның өту барысын, пікірлердің дамуын, осы тайталасқа қатысуға деген мүмкіндік болып табылады. Ақпарат алушы «дөңгелек үстел» басындағы әңгімеге қызығады. Сондай ақ, ол осы багдарламаға телефон арқылы немесе студияға келген қонақтар қатарынан орын алу арқылы қатысуына болады.

Газетте «Дөңгелек үстел» кейде шартты түрде әр нөмірде көрініс тапқан авторлар мақалаларының жиынтығы болып жариялануы мүмкін. «Литературная газета» көбіне талас туғызатын қызықты пікірлерді негіз еткен мақаланы басып шығарады да, осы жерде, осы тұста, сол пікірге үн қосатын бірнеше өзге материалдар да қылаң береді. Таласқа мамандар, оқырмандар қатысады. Олардың материалдары келесі сандарға жарияланады. Дискуссияны беделді маманның немесе журналистің мақаласы , барлық мүмкіндіктерді алға тарта отырып, ұтымды тұсын редакция пікірі қорытындылайды.

Теледидар мен радиода пікір алмасу бір мезетке негізделеді. «Дөңгелек үстел» астарлы бейне емес, шынайы құбылыс.

Газет үстел басындағы әңгіме туралы есеп беруі мүмкін, ал теледидар мен радио әңгіменің өзін көз алдыңа келтіреді.

Диалог теледидарға негізделген, газет диалогтың әсерін құрастырып шығарады, оқырман әңгімеге сөзсіз араласуға тиіс.

Теледидар мен радиода әңгіме тек студияда ғана ұйым- дастырылмайды, белгілі бір мекемелер мен құрылыс алаңында өріс алуы мүмкін. Олар кейде конференция, кеңес, форум сияқты аттарға ие болады.Ал, студиядан тыс өткізу - қатысушы адамдарға сенімділік қалыптастырады, іскерлік атмосфера пайда болуына әсер етеді.

Харковьтің телерадио комитетінде «Дөңгелек үстел» басындағы әңгімеге көрермендер тым жақсы бой үйретті: телефон шалып, әңгімеге қатынасушыларға сұрақ қоюға болатын экрандағы телефон нөмірі көрсетілген таблицаны ұйымдастырды. Айдар «Экономистердің дөңгелек үстелі» деп аталды. Оның бағдарламасы ай сайын шығып тұрды. Оларды тұрақты комментатордың жүргізіп отырғаны да дұрыс жағдай. Бұл хабардың тұрақтылығын, жалғасын табатындығын, сабақтастығын, бір ғана отырыспен шектелмсйтінін анықтайтын жайт. Егер хабар алғашында бірден бірнеше сұрақты талдауға арналса, кейіннен жеке сұрақ талқыға түсетін болды. Бұл осы қырық бес минут ішінде сол немесе өзге проблемаларды нақтылы қарап, нақты сипаттама беруге мүмкіңдік береді. Сондықтан да Харьковтің тележурналистері кадрда кәдімгі өндірістік кеңес өткізудің түкке де қажеті жоқтығын жан -тәнімен түсінді. Сол себептен де барлық көрерменді қызықтыратын, ауқымды мәселелерді таңдаудың мәні зор болды.

Теледидардағы «Дөңгелек үстел» басындағы әңгіме деген атаудың өзі шынайы әңгімені, дискуссиялық, тіпті, қақтығыстықгы алға тартады. Теледидардағы дискуссиялық әңгіме- тек мағыналық жағынан ғана емес, эмоционалды көріністік құбылыс. Қағаз арқылы экранға шығу, өзге теледидардың құлағын бұрауға мәжбүр ететін қызықсыз бағдарламалар, қатысушылар кезек кезегімен алдын -ала әзірлеп алғанын оқып беріп, дәйектерді қайта тіркеп, белгілі бір дағдымен бір- бірінің сөзін бөліп әуреге түскен жандардан тұратын хабарлар телевизияның да, журналистердің де беделін түсіретін жайлар. Ол жағдай көбіне әңгіменің бір мезеттілік қана мәні бар болған сәтте орын алады. Газетте «дөңгелек үстел» басындағы әңгіме уақыт бойынша есептің жазылуы, оның басылуы, оқырман қауымының қолына тию уақыты бір- бірімен еш байланыспайды. Теледидарда барлық осы сәттер әңгіме, әңгіменің экранға шығуы, оны көремендердің қабылдауы бәрі де бір мезетте болуы тиіс. Әңгіме туралы есеп теледидарда бағдарламаға дейін жазылады. Ал, бағдарлама көрсетіліп жатқанда оны тек оқып береді. Міне, осы жерде жасандылық қаупі туындайды.

Теледидардағы жүргізушінің өнері негізгі тақырыпты таңдап, әңгімеге қатысушыларды таңдаған кезде және ұйымдастыра біліп, оның негізгі арнада, белгілі бір уақыт аралығында ырғақты әрі қызу сипат алғанына ықпал еткен жағдайда қорытындыланады.

Заманауи техникалар әңгімені толық жазып алу мүмкіңдігіне ие. Осы жағдайда оның шыгарылуы уақьгікд бөлшектенеді. Сондықган да егер әңгіме сәтсіз шыққан жағдайда оны қысқартуға, шығармауға болады. Бұл телевидениені газетке жақындатпайды. Жазу барысыңда барлық бұрынғы талаптар тосыннан ой айту, суырып салып сөйлеу, ой бөлісу, пікір алмасу барысында керемет ойлардың тууы сақталады. Заманауи техника видеожазуды қалауымызша жазуға мүмкіндік береді. Бірақ монтаж тек қана жазбаны қысқартып, алып тастауға негізделеді. Видеожазбаға ештеңе қосуға болмайды. Осы жерде телевидение мен газеттің редакторлық қызметінің айырмашылықтары шығады. Газетте қысқартып қана қоймай, қосып толықтыруға да мүмкіндік бар. Мұның бәрін телевидениеде де жасауға болады, бірақ ол үшін қосымша уақыт сұрау керек.

Телевидениедегі әңгіменің ағыны, оның эфирден тікелей берілуі, көрермендердің назарына ұсынылуы дискуссияға телекөрермендердің қатысуына мүмкіндік береді. Венгерлердің «Форум» атты бағдарламасында көрермендер телефон арқылы министрге,мемлекеттің немесе қоғамның көрнекті қайраткеріне, танымал ғалым, мамандарға өз көкейінде жүрген сұрақтарын қоя алады. Хабарды танымал комментаторлар жүргізеді. Осы ерекше «дөңгелек үстел» өтіп жатқан кезде журналист қоғамдық пікірді бақылап отыруға мүмкіндік алады. Бұл үшін олар алдын-ала күнделік бағдарламасынан хабарлайды. Бағдарлама берілетіннен бірнеше күн бұрын диктор талқыға түсетін тақырыптар жайында көрермендерге мағлұмат беріп, хабар барысында хабарласып, сұрақтарын беру үшін телефондардың нөмірін айтады. «Форум» әрқашан да сәтті шығатын. Оның бір санында 24 телефонист телекөрермендерден 2099 сұрақ алған болатын!

Осы қарқынмен Венгрия радиосындағы «Баспасөз өкілдерінің конференциясы» деп аталатын бағдарламалар тізбегі де дамып келеді. Алдын -ала әңгіменің тақырыбын біліп алған радиотыңдармандар бағдарламаның мекен жайына хат жолдайды. Бағдарлама барысында ұйымдастырушылар хаттағы сұрақтарға да, тікелей телефон арқылы хабарласқан тыңдармандарға да жауап беріп үлгереді.

Болгарияда көрермен мен көрермен арасындағы телефон арқылы немесе тікелей студияда сұрақ жауап түрінде өрбитін, жауапты мемлекет қайраткерлері қатысатын әңгіме ай сайын жарық көретін «Азаматтық мінбе» бағдарламасында ұйымдастырылған. “Дөңгелек үстел” басындағы бұл кездесуде саясатқа қатысты әртүрлі сұрақтар, экономикалық, қоғамдық өмірге қатысты мәселелер талқыға түседі. Бағдарламаға министр және коллегия мүшелері қатысады.

Кубада «Дөңгелек үстел» басындағы төрт сағаттық дискуссия танымал дәрежеге жеткен. «Халық сұрайды» деген телевизиялық бағдарламада сұрақтарға министрлер мен ірі қоғам қайраткерлері жауап береді. Хабар берілетін күні студияға 400-ге тарта адам келеді. Осы жерде көтерілген мәселелер баспада да жарық көреді.

Әртүрлі елдерден мысал келтірудегі басты себеп- олардың ерекшеліктерін біз де қолдансақ деген ойдан туындаған болатын. Біріншіден, барлық елдер пікір алмастыруға, пікір таластыруға құмар. Екіншіден, олар ондай батылдыққа баруға қорықпайды. Үшіншіден, оған министрлер, премьерлер, президенттер қатысады. Осының бәрін алуға болмайтын ақыл ма? Көзқарас тұрғысынан мұны қолдануға көптеген адамдар дайын.

Қоңырау: Алматыдағы желтоқсан оқиғасына орайластырылған «дөңгелек үстел» бағдарламасына қатысуға қарсы емессіз бе?

Бірден келісемін. Оның үстіне осы өзекті тақырыпты көтеруге айтарлықтай үлес қосып жүрген біздің түлегіміз хабарласып тұр ғой.

Келісе тұрып, өкінген сәтім де болды. Қаншама адамдар еш жерде, ешбір жағдайға қатынаспастан, ешқашан ештеңе деместен үн- түнсіз жалақыларын алып жүрген жоқ па? Ешқандай әрекетсіз өмір сүріп, қызмет баспалдағымен де ойдағыдай жүріп келе жатыр.

Таспаға жазу астыртын жағдайда жүзеге асырылды. М.Әуезов театрының сыртқы жағынан, жасырын есіктен кіріп, жнналдық. Міне, қалай өмір сүрдік! Орталық газеттегі «Одобряем-с» басылымындағы материалда көтерілген ауыр жағдайдың кебін киген өте күрделі жайт.

Өзіммен бірге үнемі аузы тынбайтын суретшіні ертіп жүрмін. Камера алдында сөйлеп, ішіндегісін ақтарсын дегенім ғой.

Ал өзім жыламай тыңдау мүмкін болмайтын менің желтоқсан- шыларымды қалай қолдауға болатындаай етемін, ресмилендірілген «дөңгелек үстелге» дайындығымды қысыла ойланамын. Сол кісілердің ішінде біреуінің ойын-шынын араластыра «Бізді теледидарға көп түсіреді, ал бағдарлама жарыққа шықпайды» деп әзілдегені бар.

Екі түрлі дайындық жасадым. Бірі: желтоқсаншылардың көптен күткен арман мүддесіне қол жеткізгеніне қуанамын, қазақ тілі мемлекетгік деп танылды, мемлекетіміздің ішкі өкіметтік билігі мен сыртқы саясаты басқа мемлекеттен тәуелсіз, дербес әрекет ете бастады, темірқазығымыз - ұлтымыздың негізін таныту.

Жігіттердің ішінде біреулері ой-пікірлердің негізін ұғынып, сол жолды қуаттады.

Екінші дайындық: желтоқсан оқиғасына барлық ұлт өкілдсрі үн қосты, баспасөз беттерінде қазақтарды жақтаған мақалалар пайда болды. Армениялық ақын әйел - Сильвия Капутикян, ресейлік,украиндық, прибалтикалық жазушылар мен қоғам қайраткерлері жазған ойлар жарияланды. Тағы да қолдаушылар табылды.

Видеооператордың таспасы таусылды. Қосалқысы шығарылды. Жартылай жазылған таспаны салды. Аккумулятор отырды, қосалқы студияда тұрған аккумуляторға жіберілді.Түсіру процесі екінші сағатқа созылды, үшінші сағаттың ауылы алыс емес.Жігіттер мен қыздар барлық адамдардың көздерінде жас мөлтілдеп тұрды дейді.Алдамшы сылтаумен, жан-жағына сәуле шашқан, шақырылғандар отырған залдан сытылып шығып кеттім.

Бағдарлама ешбір қиындықсыз сол күйінде жасалды. Сөздің шыны керек,бұл хабарды ыстық маусымда түсіріп, 1996 жылдың 4 кыркүйегіңде эфирге шығарды. «Желтоқсан» деп аталды да. 3 сағат түсіріліп, ал эфирден 20 минуттық хабар көрсетілді! Және осы жиырма минуттың ішінде менің жоспарым жүзеге асты. Түлек өзінің бастығына хабардың берілетіні туралы ескерткен жоқ. Оның айтқанына жүрмегеніне ұялған болар. Есесіне оны бастығы мақтаныш етеді. Редактор оны ұятқа қалдырған жоқ, желтоқсаншыларды да ұятқа қалдырмады және осы тақырыпты жариялы етті.

Екінші рет осы тақырыпқа хабар жасамақшы болған түлегімізді және телеарнаның бас редакторын жұмыстан шығарып жіберді. Мұндай “отырыстардан” бас тартатын адамдар дегенмен, ақылдылар.Тіпті, “отырғызып” қоюы да мүмкін-ау.

«Дөңгелек үстелдің» баспасөз-мәслихатынан айырмашылығы - жекелеген тұлға мен олар беретін ақпараттарды негіз етпейді, ол сол сәттегі қоғамды толғантқан мәселелердің шешімін табуды мақсат етеді.

Баспасөз-мәслихатында пікірді беделділер қорғауға әрекет етсе, «дөңгелек үстел» басындағы әңгімеде негізгі пікірдің құндылғы, оның мәнісі, бағдарламаға қатысушылар тарапынан осы пікірлердің қалай ашылуы өзек етіледі. Қатысушылардың беделділігі - әңгімені қаншалықты, шындыққа негіздей баяндағанның ғана еншісіне тиеді.

ТЕЛЕКӨПІР

Телеарнада хабар да, сұқбат та, баспасөз-мәслихаты да, «дөңгелек үстел» басындағы әңгіме де спутник арқылы немесе релелік (сырттан берілетін әсерлерге сәйкес электр тізбегінің күйін секірмелі түрде өзгертетін құрылғы)жүйе арқылы қала, мемлекет тіпті жекелеген континенттерге жалғанатын жүйелер арқылы заманауи техникалық мүмкіндіктерді пайдалана отырып, жүзеге асады.

Бұл мүмкіндікті мемлекетаралық «Мир» телерадиокомпаниясы тамаша пайдаланды. Оның басшысы Ғ.Шалахметов бірде: «Сіздер байқаған шығарсыздар? Біз Атлантамен, Картермен телекөпір жасадық. Сагалаевпен, ТВ-6-мен бірге қызмет еттік. Бұл іс жалғасын табады. (мемлекетаралық «Мир» телерадиокомпаниясының материалдар мен документтер жинағы.”Ветер”), - деген болатын. «Мирдің» тек телеарнасы ғана емес, радиохабарлары да телекөпірден - радиокөпірге жалғасып жатыр.

«Мир» радиосының эфирдегі ауқымды таралымы бір мезетте бірнеше мемлекеттермен тікелей байланыс жасау құралы болып табылады. Осылайша Каспийдегі мұнай келісімшарттары, Каспийдің энергоресурс мәселелері, шекаралас мемлекеттер арасындағы мәселені Мәскеу, Баку және Алматыдағы эксперттер әр қырынан түсіндірген тақырыптар талқыланған болатын.

Соңғы радиоүндесу тек «Маяктың» ғана емес, «Азаттық» радиостанциясының да үлкен қызығушылығын тудырды. Соңында «Контакты» бағдарламасында «Мир» арнасының радиоүндесуіне сүйеніп, үзінділер берген.

«Мир» ұжымы осы бірегей байланыс арқылы ТМД-ның барлық нүктелеріне бейнежаңалықтарды уақтылы жеткізіп отырған тек біздер деп орынды айтады. Бұл мүмкіндіктер 4-5 арнада болуы , яғни екі жақты байланысқа негізделген әрекет етуші тараптарда болуы мүмкін. Радиодағы сияқты, теледидарда да сондай.

Санкт-Петербордағы «Мирдің» бөлімшесі ақпараттық бағдарламалардың кезінде телекөпірге шықты. Бөлімшелерінің радиоүндесуіне олар 10-15 минут бөлді.

Телекөпір өткізу «Мирдің» визит карточкасының рөлін атқарды. ТМД-ның 3-4 мемлекеті бір мезетте оларға қатыса алды.

Бөлімшелерге радиокөпір өткізушілердің тәжірибесі ұнайды. Олар әрқашан осы радиокөпірге көбірек қатынасуға ықпал етуін, алдын - ала ескерту жасап, оларға жоспар беріп, кімнің қатынсатыны туралы мәлімет беруін өтінеді.

Бірақ «Мирдің» жаңа екі жақты аппаратурасы тек қана радиокөпір ғана емес, телекөпір өткізуге де мүмкіндік береді. Беларусь рсспубликасындағы МТРК “Мир” арнасының өкілетті өкілі Г.Кисель Минск-Мәскеу телекөпірінің бірінші болып эфирге шыққанын мақтаныш етеді.Олар жаңа жыл қарсаңында 4 сағаттық ауқымды шоуды эфирге шығарған болатын. («Мир» мемлекетаралық телерадиокорпорациясының материалдары мен құжаттар жинағы. Подъем.6- басылым, М. 1996, 63- бет) Мәскеудің өзі соңғы жаңалықтарда беретін телекөпірлердің жетіспеушілігі туралы мәселелерді бұрыннан көтеріп келеді. Бірақ Ресей астанасының бұл тараптағы мүмкіндіктері жеткіліксіз болып отыр. Қазірдің өзінде Орталық теледидар ыдырап кету қаупінде. Мемлекеттік, жартылай мемлекеттік және тәуелсіз телеарналардың көбеюі, жалпы жобаларға бірігіп күш салуды тежегендіктен теледидардың жағдайы қатты құлдырады. Осы бағытта тек қана «Мир» телекомпаниясы нық қадамдар жасай алды. Олар телекөпір көмегі арқылы Америкамен байланыс жасау мүмкіндігіне ие болды. Бұл сыртқы арна арқылы болса және өзінің арналары арқылы Минскімен де байланысқа түсті. Тез арада екі жақты байланыс Алматы, Баку, Ереван, Кишинев, Санкт-Петербор, Владикавказ, Қазан қалалары арасында орнады.

«Мирдің» екі жаққа бірдей байланыстағы мүмкіндіктері «Телебазар» атты ақпараттық сауда жүйесі туралы ойларға жол ашып отыр. Басшылар кеңесі отырысында МТРК “Мирдің” Экономикалық кеңесі супермаркеттің өзекті жобаларының мәселелерін шешті. Ол тауарларды жүргізудің барлық интеграциялық жолдарын көпфункционалды спутниктік байланыс арқылы туындаған мүмкіндіктерді пайдаланады. «Телебазар» бүкіл жер шары супермаркеттерін қамтиды. Бүл супермаркет телеарналар арқылы сауда жасаудың бірегей арнаулы жүйесін, тауарды жеткізу, ақысын төлеу және есептесу жүйесін ұсынады. Негізінен бұл жоғарғы дәрежелі технологиялар аумағындағы тауарлар мен қызметтер болып табылады. Оған қойманың, кеден мәселелерін шешудің де, жан -жақты күзету технологияларының да қажеті шамалы. Бұл - тек виртуалды әрекет ететін өнім, оны көлік арқылы тасып керегі жоқ.

«Мир» жаңа «қаржы ұйымдастырушысын» саудаға қойды. Ол қаржы жөніндегі білімді көтеруге себепші болады. Оны «Телебазар» жобасы бойынша өркендету қолға алынған. Оған қосымша қаржылық газеттерде арнаулы мәліметтер, банктер арасындағы телекоммуникациялық жүйелерге жаңалықтар ұсынылып, көрмелердің ашылу салтанаты белең алды.

Нәтижесінде ірі мәскеулік қаржылық құрылым осы «қаржы ұйымдастырушыны» сатып алып, жұмыс істей бастады.«Телебазар» негізінде жаңа жобалар одан әрі дамып, бірегей стратегиялық әрекеттер белең алары сөзсіз. Жаңа жобалар көптеп ұсынылуда. Тіпті, ТМД мемлекеттерінің ортақ қаржылық супермаркеті деп те атауға болады. “Телебазарда” осы «қаржы ұйымдастырушы» сияқты 30-40-тай негізгі деген жобалар ұсынылды.

Бұл қызмет қатарын одан әрі кеңейтуге болады. Оның маңайында қаржы менеджментін, базарлардағы қызметті қамтитын әртүрлі бухгалтерлік, қаржылық және бағдарламалық жүйелері қызмет етеді.

«Телебазар» жобасының төңірегінде 30-40 қызметті оңай қамтитын қаржылық үйымдастырушы типіндегі бірнеше жоба әрекет етуде.Мұндай әртүрлі жобалар қауіп- қатер туғызбайды. Одан зиян жоқ, пайда бар, жағымды әсер бар.Осы сияқты қаржылық инвестициялық компанияларды да құруға болады.

Компанияның қаржылық құрылымы оның инвестициялық мүмкіндіктеріне, оның имиджіне, жекелеген жобалардың жоғарғы деңгейлеріне - жарналы инвестициялық қорды құруға арналған керемет бастамаларға тікелей байланысты. «Мир» компаниясының байланыс жүйесі арқылы кез-келген салымшыға қордың қаржылық қызметтерінің нәтижелерін көрсетуге болады. Салым қайда түсті және одан қандай пайда келтірілді дегсн сұрақтарға да жауап табылады.

«Мирде» қаржы материалдарын берудің түрлі жолдары қарастырылған. Бұл телеойын немесе телелоторея үлгісінде де көрініс табады. Ал ойынды барлық уақытта да жалғастыруға болады. «Ойын бизнесі -бұл бір жағынан көңіл көтеру, екінші жағынан ақпарат».

Телекөпірге, оның жаңалықтар таралымы кезінде қолданысына келетін болсақ, онда телекөпір шығарудың қымбаттығы, оның құрылымдық қиындықтары, тікелей эфирдің қабаттасып қалуы сияқты кедергілер бар.Соның өзінде телекөпірлер жаңалықтар тізбегінде қолданылуда. Тек қана телекөпір жарты сағаттан артық уақыт алмаған жағдайда ол қаржылық жағынан өзін-өзі ақтай алады.

АҚШ- та танымал «Түнгі арнада» атты тележаңалықтар тізбегі табысты қолданылуда. Бұл жарты сағаттық бағдарлама Эдвар (Тед) Коппелдің жүргізушілігімен жарық көреді. Блокқа Эй-Би-Си - американдық бродкастинг компаниясы кіреді. Орта есеппен түн жарымындағы бағдарламалардың көрермендері 6-7 млн. адамға дейін жетеді. «Азат басылым» («Ашық баспасөз», АҚШ. 1995, 62-66 -бет) жинағына енген «Қақтығыстың тәтті үні» мақаласында Коппел америкалық танымал саяси қайраткерлермен болған сұқбаттарына шек қоймайтыны айтылған. Кейде ол шетелдердегі студияларынан өз бағдарламаларын беріп жатады. (62-бет) Нью-Йорктан ғана емес телекөпірге өзге эфирлер шығып, шетелдіктердің қызығушылығын тудырады. Әңгімелесушілер шетелдіктер немесе шар-тараптан болатын еді.

Коппель бес телекешті, шындығына келсек, түнгі әңгімені Иерусалимнен жасаған. Бір кейіпкер Израйль елінен болып шықты. Басқаларымен,Палестинада жүрген кейіпкермен спутник арқылы байланысу қолға алынды. Коппелдің пікіріне сүйенсек, бір маңызды мәселені көрермен назарына ұсыну үшін жарты сағаттың өзі жетіп артылады. Өзге жағдайда көрермендер назары басқа жаққа кете бастайды.

Әңгімелесушілерді мәселеге қарама-қайшы көзқарастардағы адамдардан таңдайды. Осының негізінде көрнекті әрі орнықты диалог қалыптасады. Егер адамдар әртүрлі көзқарастарды ұстанған жағдайда бір- бірімен сөз таластыру арқылы саналы үкіметтің пайда болуына ықпал етеді. Ал, осы саналы үкімет оппонент тарапына ондаған жоюшы ракеталарды жіберсе, Иракқа қарсы үш рет шабуылдаса қалай болады? Жоқ әлде бұл пікір үкімет санасы дамып жатқандығының кепілі ме екен?

«Түнгі арнаның» танымал жүргізушісі тек саяси тақырыптарды қамтып қана қоймай, кейде ол бір мезетте сараптамалық та, көңіл көтеретін күлкілі бағдарламаларды да жүргізеді. «Түнгі арна» төңірегінде танымал теледидар інжіл бағытындағылармен он бір шоу өткізді. Оның ішінде екеуінің «Түнгі арна» хабарларының жоғарғы дәрежедегі рейтингке жетуіне үлкен әсері болды.

Коппель бағдарламалары әртүрлі адамдар аудиториясын қамтиды. Оның көрермендерінің ауқымды бөлігі жоғары білімді және дәулетті адамдардан тұрады. Олардың арасында сондай-ақ бірнеше төменгі әлеуметтік топтардың өкілдері де бар.

Өзінің сан алуан пікірлі аудиториясын қанағаттандыру үшін Коппель күрделі сұрақтарды көтеруді өзінің міндеті санайды. «Түнгі арна» жүргізушісі өзінің саяси тәуелділігін ешқашан көрсетпейді. Бұның өзі де саясат құмарлығын әрқашан анық көрсететін біздің жүргізушілер үшін қызық. Коппель әрқашан өзінің жеке пікірінде қалады.Қарама- қарсы көзқарастағы адамдармен болған сұқбатын Коппель бес минуттық бейнерепортаж арқылы жетілдіреді. Сұрақтарды алдын- ала дайындамайды. Өзінің оппоненттерін жақсы таниды, ал олар құлақтағы микрофон арқылы сұрақтарды алады, жүргізушіні көре алмайды.

Біздің теледидар өткір демесек те өте қабілетті. Сіз байқаған боларсыз, «Түнгі арна» атауы Қазақстан теледидарында да тамыр тартқан.

Телекөпір мүмкіндіктерін ресейлік «Ашық жаңалықтар» бағдарламасы жақсы пайдаланады. Ол С.Сорокина мен Э.Сагалаевтардың ықпалымен жарыққа шығады. Бұл есімдерді танымал телесыншы Анри Вартанов «Труд» газетінде осы бағдарламаны және оның негізін салушыларды екі рет мақтаған, «ірі әріптермен жазылатын есімдер болып табылады» деген.

Телекөпір және телеүндесулер жаңалықтар тізбегінде, жарты сағаттық телебағдарламаларды құруда қолданыс тапты. Жалпылай алғанда әртүрлі адамдардан сұқбат алу, көбіне қарама- қайшы пікірдегі жандарды әңгімеге тарту. Әртүрлі елдер, хабарлар тіпті континеттерден табылатын басшылардың баспасөз мәслихаттары да осы пішіннен көрініс табады. Телекөпір спутниктік байланыспен, релелік жүйемен қамтамасыз етіледі. Журналист өз кейіпкерлерімен монитор немесе студиядағы үлкен экран арқылы сөйлеседі. Әңгімелесуші өз мониторынан журналисті көруі мүмкін немесе тек тыңдайды. Журналист сұқбатты орталық студиядан не оның кейіпкері тұратын қаладан әзірлеуі мүмкін. Сондықтан да екіжақты немесе көпжақты байланыс негізінде «телебазар», «телемаркетинг», «телелотореялар», «телеойындар» дүниеге келтірілді.

Теледидар, радио және баспасөз тәжірибесін зерттеушілер пікірі бойынша диалог негізінде сұқбат, баспасөз мәслихаты, «дөңгелек үстел» басындағы әңгіме, телекөпір сияқты жанрларда көрінеді. Бұл жанрларда мәлімет беретін тұлға ғана емес, сұрақ беріп отырған кісі де ерекше рөл атқарады. Жанр дегеніміз - журналистің айтар ойын өз аудиториясына жеткізе білуінің табиғи пішіні. Жанрлар айналада болып жатқан құбылыстар мен оқиғалардың ерекшеліктері мен сипаттамаларына тікелей тәуелді.Баспасөз жанрлары мен пішіндерінің телевизия мен радиода дамуы жанр және пішін ұғымдарын жаңаша анықтауға негіз болады. Журналистер газетті, радио немесе телевизиялық хабарларды жасауға қатыса отырып, өз алдарына қойған мақсаттарына қарай бірнеше жолдық хабарлардан бастап күрделі мақалаларға дейін сан алуан жанрларды қолданады.Жанрлар берілу әдісі және баяндалу стилі жағынан шындықты, фактлерді, құбылыстарды бейнелеу үшін барлық бұқаралық ақпарат құралдарында қолданылады.

Жанр - бұл тұрақты, ұзақ тарихи кезеңде құрылымдық композициялық белгілерінің жүйесі қалыптасқан, мәтіндік ерекшеліктеріне қарай, барлық медиа ақпараттар жүйесінде пайдаланылатын, журналист қызметімен тығыз байланысты.

Сұқбат, баспасөз-мәслихаты, «дөңгелек үстел» басындағы әңгімелер - жанр болса, телекөпір -пішін. Хроника, соңғы жаңалықтар, заметка, ақпарат - бұл жанр. Радиодағы «кадрик», видеокөрініс, синхронды сұқбат - пішіндерге жатады. Немесе теледидар мен радиохабарлар жанры деп те аталады. Жанр - мазмұн өзгерсе де, өзгермейтін форма.

РЕПОРТАЖ

Теледидардағы соңғы жаңалықтар тізбегінің қай-қайсысы да репортажсыз, репортаждың қатысынсыз жарық көрген емес. Шешенстаннан жасалған репортаж, апат орын алған жерден репортаж, велосипед жарысы өткен жерден алынған репортаж. Футбол сайысынан жүргізілген, Жамбылдың 150 жылдығынан, «Азия дауысы» байқауынан, Алматыдағы жаңа қонақ үйдің ашылу салтанатынан, «Балалар суреті» конкурсынан, астық жинау науқанынан, опера театрының алдындағы алаңда өткен байқаудан, мерекелік жиындардан, Байқоңыр ғарыш айлағынан алынған репортаждар т.б. көп уақыт аралығын қамтитын бағдарламалар сияқты жүргізіледі.

Баспасөз мәслихатынан репортаж жасауға бола ма? Министрлер кабинетінде министрмен болған әңгімені репортаж деп атауға бола ма? Ғылыми зертханалардағы зерттеулер жайындағы материалдарда репортаж бар ма? Жамбылдың мерейтойына орайластырылған жиыннан түсірілген мәлімет репортаж болып табыла ма?

Газеттегі репортаж бен теледидардағы репортаж жанрының арасы жер мен көктей. Барлық БАҚ-тың осы жанрды меңгеруі жанрдың мәніне терең бойлауға, белгілерін анықтауға, сол және өзге жанрларға тән ерекшеліктерді анықтауға көмектеседі.

РЕПОРТАЖДЫҢ НЕГІЗГІ БЕЛГІЛЕРІ

Репортаж жанына сұқбат, суреттеме, авторлық сөз сияқты жанрларды шоғырландырады. Бұл жанрдың ерекшеліктерін анықтауға қиындық тудырады. Кейде репортажға өзге жанрлар кірігеді. «Газетте - дейді Е.Рябчиков өзінің «Радиохабарлар мен теледидардағы репортаж» деген жинаққа енген мақаласында, - репортаж күнделікті қолданылып отырады. Бірақ бұл айдарға мүлде бөлек дүниелер кірігеді. Кәдімгі ақпарат пен заметканы біз репортаж деп атап жүрміз. «Репортаж» айдарына кейде «өткір» мақалалар да енеді. Ал бұл оқырманның түсінбеушілігіне әкеледі және сезіміне селкеу түсіреді. «Репортаж, сұқбат, суреттеме қайда? Жай мақала қайда өзі?»,-деген сұрақтардың тууына ықпал етеді» (5- бет). Сонымен бірге С.Гурьевич те «Репортаж» атты мақаласында («Газет жанрлары» жинағы.М.1972) сыни көзқараспен: «Газетте «Репортаж» айдарымен берілетін тілшілік, сұқбат, тіпті заметкаларды неге екенін белгісіз жиі кездестіріп жатамыз. Ал кейде журналистер репортажды жиналыс, кездесу немесе мәслихаттардан алынған оқиға, хабар деп түсінеді». (107-бет) Осы шиеленістерге байланысты жанрдың нақты анықтамасын алға тарту оңайға түспей отыр.

Жанрдың тек өзіне ғана тән қасиетгері қандай? С.Гурьевич «Газеттегі репортаж» дейтін брошюралық кітапшасында : «Репортаж - бұл оқиғалар жайындағы оперативті, өзіндік динамикасы бар,көңіл күй араласқан әңгіме. Ол өзінің құжаттылығы, көрнекілігі арқылы автордың бүл оқиғаға қатысқандығын білдіретін немесе куәгерлер рөлінің қатысы арқылы ерекшеленеді» (15- бет). Ал В.Ученова «Баспасөздегі ақпараттар проблемалары» деген жинақта: «Репортажда оқиғаны шынайы суреттеу, оны талқыға салу автордың ой- пікіріне негізделеді» деп оқиға мен оған араласу қырларын анықтап көрсетеді» (162-бет). Бұл дәлелдермен келісесу мүмкін емес. Бірақ ақпарат құралдарының жаңа түрлері оларға өз ықпалын тигізуде. Теледидар теоретиктері А.Юровский мен Р.Борецкий « Газет репортажы- шынында да оқиға туралы әңгіме». Теледидар репортажы - бұл көремендердің көз алдында өрбіп отыратын оқиғаның өзі» деп нақтылайды. («Телевизиялық журналистика негіздері». М. 1966, 224- бет) Теледидардағы оқиға болған дәл уақытты көрсетеді, оқиға орынын, адамдардың көп жиналғанғандығымен ерекшеленеді.

Қазір американдық және ағылшын зерттеушілерінің көптеген сипаттамалары жарық көруде. Британдық автор Дэвид Рэндалл «Әмбебеп журналист» деген кітабында репортаждың ерекшелігін былай көрсетсді: «Репортерлердің қызметі бір нәрсенің мәніне жету. Репортерлер- әдемілеп айтсақ, тарихтың алдыңғы шебіндегі жауынгер. Біріншіден, олар бүгінгі күннің қорқынышты әрі беймәлім оқиға ортасына қарай қадам басып, жабық есіктерді қағады, шындықтың бастауын бағындыру үшін тәуекелге барады» (45- бет). Керемет айтылған! Бірақ «репортер» сөзінің орнына «журналист», «тілші», «сұқбатшы» деген сөздерді қоюға болады. Бізде нақты анықтамаларға көңіл аударады ғой. Репортаждағы оқиға болған заматта жариялануымен құнды. Оның түбіне жету үшін журналист шығармашылық бабында болып, жанынан шығарып айтуға, төкпелей айтуға икемделуі тиіс.

Теледидар, радио және баспасөздегі репортаждың ұқсас ерекшеліктерін анықтау үшін, оның түрлерін салыстыра отырып, жалпылама шешімге келуге болады. Қайсыбір жағдайда да екі компонент: оқиға мен репортер арасындағы байланыс репортажға негіз болады.

Репортаж - оқиғаның басы-қасында болған кісінің оқиға туралы өз әсерін жеткізетін, объективті, жедел шығарма.

Баспасөздегі, теледидардағы және радиодағы репортерлер мен оқиғалар құрылымына қарай әртүрлі болып келеді.

Теледидарда «тікелей» эфирде көбіне жиі кездесетін репортаждар – нақты оқиғаның өзі.Осы жердегі репортердің рөлі жоққа шықпайды. Ол оқиғадағы жағдайлардың барысынан, қоғамдық ұстанымынан, оқиғаны жеткізу ерекшелігінен көрініс табады. Қандай жағдайда болсын оқиға толық суреттеледі. Газетте бұл болған оқиға жайында әңгімеленеді. Оқиғадан оқырман қаншалықты әсер алса, репортердің сол жердегі рөлі соншалықты болғаны. Теледидарда тек репортер ғана емес, көременнің өзі де оқиғаға тікелей куә болады. Репортер ол кезде көрермен ретінде оқиғаның қыр-сырына қанығады. Газетге оқырман репортердің басшылығымен жазылған жағдаймен танысады. Онда дыбыстық та, көріністік те құрылғылар кездеспейді.

Газет репортажына қарағанда теледидар репортажында оқиғаның құжаттылығы артып, жеделдік ерекшелігі айырықша білінеді. Дегенмен, газет репортажының сақталуы және көпшіліктің қолынан табылу мүмкіндігі оның құжаттылығының әлдеқайда артық екендігін көрсетеді.

Оқиғаның өмірдің өзге сәттерімен үйлесім табуы, басқа да сәттердің баяндалуы басылым репортажына тән. Теледидар - жекелеген құбылыстарды нақты көрсетуге икемді, ал басылымда сол жайттар шынайы әрі белгілі бір ретпен жеткізіледі. Теледидар тікелей эфирден репортажға қатысы бар оқиғаны да, қатысы жоқ оқиғаны да көрсетуге кейде мәжбүр. Соңдықтан да ол дәйектерді талдамастан тіркеп көрсетеді. Радиода (егер бүл репортаж оқиғаның үстінен жазылып келіп, сонан соң монтаждалған болса) және баспасөзде оқиғаның елеулі тұстары ғана беріледі. Оқиғаның елеулі бөлігі алдына ала іріктелініп, қысқартылып алынады. Оқиға мәніне қатыссыз тұстарының барлығы дерлік алынып тасталады.

Сондықтан да екінші анықтама репортаждың белгілік ерекшеліктерінің кеңеюіне жол ашады. Репортаж екі негізгі элемент: репортер мен оқиғаның қатысуынсыз мағына бермейді. Қатысқаны білініп тұруы үшін тыңдарман және көрермен кеңістік пен уақыт аралығындағы қозғалысты сезінуі қажет, қатысушы мен оқиғаның орны бөлек.

Бұл анықтаманың толық емес екені рас. Осы және өзге де негізгі белгілерінің мазмұнын анықтау барысында көптеген келіспеушіліктер туындай бастайды. Репортердің оқиғаны түсіндірудегі тәсілдері де әрқилы болып келеді. Бірі қағазға қарамай, өз жанынан суырып салып айту өнерін жақтаса, өзгелері тыңғылықты мәтінмен дайындалу қажеттігін алға тартады.

ОҚИҒА ЖӘНЕ РЕПОРТАЖДАҒЫ ОҚИҒАЛЬІЛЫҚ

Теледидардағы бір материалдың өзі оқиғаға қатысына қарай репортаж түрінде де, публицистиканың өзге жанрларының бірінде де көріне береді. Бұл тосын пікірді Л.Золотаревский «Өмірден алынған үзінділер» кітабындағы футбол матчынан берілген репортажды талдайды: мысалы, шектеулі сағаттық белдеудегі Харьков пен Хабаровск командалары арасындағы футбол матчы көрсетіліп жатыр делік. Мұндай жағдайда харьковтіктер үшін бұл репортаж. Ал Хабаровск тұрғындары оқиғадан кейін бейнетаспа жазуынан көреді немесе радиодан матчтың қалай өткендігі хабарланған кезде барып қанығады. Бұл жазба репортаж бола ала ма? Күмәнді... Өйткені, ойынның қалай өткенін білетін кісіге қайтадан тоқсан минуттық көру зеріктіретін және уақытты босқа сарп ететін жағдай. Футбол жанкүйерін шешімі көпшілікке жария болып үлгерген ойын туралы репортажды, жарты сағаттық таспаны көруге мәжбүрлеу мүмкін емес. Егер ол бағдараламаны көретін адам табылған күннің өзінде, ол репортаж деп қабылданбайды. Оған берілетін түсінік, сипаттама да өзгеріске ұшырайды. Бұл зерттеу, сараптама, түсініктеме болуы мүмкін, тек репортаж емес.

Ойын есебі теледидар арқылы беріліп қойған жағдайда, радиодан беріліп қойған болса, солай бола тұра газетке жарияланса, ол репортаж болмайды. Міне, сондықтан да көлемді спорт репортаждары газетте жәй ғана есептік хабар, түсініктеме есебінде беріледі.Репортаж оқиғаға жақын келеді ,сонымен бірге өз шарттарын да талап етеді.

Теледидар репортажды репортаж күйінде беруге әрекет жасап келеді. Мысалы, бағдарламада жүзгіштер сайысының марапаттау сәтін көрсете отырып, жеңімпаздың жүзген уақытын, оның межелі орынға қалай бірінші жеткенін көрсетумен қатар, спортшының көңіл күйін де қоса береді. Бұл репортаждың ең көрнекі құралы болып табылады. Оқиға материалдың жанрлық тәуелділігін анықтаған кезде айырықша маңызға ие болады. Міне, сондықтан да репортаждың ерекшеліктерін, соның ішінде оқиғалылық деген ұғымның мәнін түсінуге, жанрды анықтаудағы орнын зерттеуге баса назар аударылуда.

Бірегей жағдай деп Жамбылдың 150 жылдығына арналған мерекелік оқиғаны айтуға болады. Көрермендер отыратын жер тау баурайына орналастырылды. Төмендегі дала өте кең. Онда аттылар қатары тұрғанымен сирек болып көрінді. Бишілердің биі жайында сөз қозғаудың да қажеті жоқ, құмырсқадай ғана. Шақырылған қонақтардың келгенін комментатор байқамай да қалды . Ол алдында қонақтар келді деп үш рет қайталап шықты, халық үш рет қолдау білдірді. Ал ең атаулы қонақтар шыққан кезде жаршы үнсіз қалды. Олар тау баурайына тігілген киіз үйлер мен үйлерде салтанатты дастарқанның басында отырған болатын. Олардың алдына теледидарлар орналастырылған. Жиылған жүртшылық мерекелік шараны алаңнан емес, экраннан көріп отырды. Ірі көрініс, оқиғаның қамтылу аймағы, камера барлық іс әрекетті мүлт жіберместен бақылап отыр. Камералар алдын -ала алаңның әр жағынан әзірленіп қойылған болатын. Теледидарлық репортаж оқиға орын алған сәттен бастап көрерменнің оқиғамен бірге басы- қасында жүргендей сезіндіреді. Бұл оқиғаны көзбен көргеннен гөрі көркемірек, дәл әрі нақтылау болады.

Қазір Мәскеуде футбол ойынын көруге келген жұртшылықтың көпшілігі өздерімен тасымалы теледидарларын ала келеді. Бұл футбол ойынын тікелей, әрі нақты көруге қолайлы әрекет.Телебейне футбол алаңындағы ойынды көлемді экран арқылы да көрсетеді. Көрермендердің көп бөлігі сол экранға көз тігеді. Әсіресе, қақпа алдындағы қызу, таласты сәттер туындаған кезде көпшілік қауым міндетті түрде сол экранға қарайды.

Егер Л.Золоторевский телевизиялық репортажда ойын шешімі анықталғаннан кейін оқиға өткірлігін жоғалтатынын айтады, ал В.Кузнецов оқиғаға дейін апта бұрын жазылған радио рспортаждарды осындай тосын жағдайда алға тартады. Рспортаж жанры оқиғамен тығыз байланыста болатыны соншалыкты, сәл ғана ауытқушылық оқиғаны өзгертіп жібереді. Олай болған жағдайда материалға деген қызығушылық жоғалады. Оның қаншалықты шеберлікпен жазылғандығы ескерілмейді де... Кузнецов өткен жылдың мәліметтерін пайдалана отырып, бір сенбілікке байланысты оқиғалар тізбегін алдына ала жасап қойған әлдебір журналист жөнінде сөз қозғайды. Соның ішіндегі кейіпкерлердің бірінің оқиғаға қатысы жоғы анықталған кезде барып әлгі журналистің өтірігі әшкере болған.

Егер, газет және радио репортажы оқиға болғаннан кейін немесе болмас бұрын тыңдарман мен оқырман назарына ұсынылып жатса, телевизиялық репортаж оқиға болған сәтте ғана көрініс табады. Ешқандай репортаж өткен шақта айтылмайды. Қазір не болып жатқандығы, оқиғаның өзі көз алдыңа келтіріледі. Оқырман, көрермен немесе тыңдарман футбол ойыны болсын, автомобильдің жарыққа шығуына орайластырылған мерекелік жиынның болсын, оқиғалардың бастауынан соңына дейін қатысып, куәгер болады. Оқиғалылыққа негізделген материалдарды репортаж жанрына телу ешқандай әбестік тудырмайды.

Репортаждың негізін қалау үшін мәнді оқиға ғана тірек бола ма? Оған тек қана ашық оқиғалылық қана қолданыла ма?

Бұл сұрақтар өз кезегінде баспасөз қызметкерлері тарапынан қойылған болатын. Ал, шындығында радио мен тележурна- листиканың дамуына орай олар өзекті факторға айналды.

Біздің жүргізуші репортерлеріміздің тәжірибелеріне сүйенсек репортажды қарапайым цех, зауыт, жұмысшы бригадасы,жекелеген адамның күнделікті тіршілігінен де жүргізуге болатыны дәлеледеніп отыр. Егер репортажға тек қана өте күрделі оқиғалар негіз болатын болса, онда ауыл шаруашылығы жайындағы репортажды жылына екі рет қана: егін егу науқаны кезінде, яғни көктемде, сосын күзде егін ору науқаны кезінде бере аламыз. Тым кең, қым қиғаш түсінік те бар. Ол репортажды кез келген дағдылы оқиғаның барлығына негіздеуге болады дейді.

Репортаждық оқиғаның көбейгені соншалық газеттерде «оқиға орнынан репортаж» деген айдар пайда болды. Оқиғалы репортаждар бұл теледидар мен радионың өзіндік ерекшеліктері. Кімде-кім осы ерекшеліктерді барлық мүмкіндіктермен пайдалана алатын болса, сол шығармашылық жеңіске қол жеткізеді. Би-Би-Си 1995 жылы «Рэйдио - 5 Лайв» деген жаңа, күні түні көрсетілстін негізінен тск репортаждар тізбегінен тұратын ақпаратты- спорттық қызмет жұмысын алға тартгы. «Лайв» сөзі «тірі» репортаждардың, тек оқиға болған орыннан алынатындығы өзек болатындығынан хабар береді. Бұл репортаждар сонымен бірге негізінен таңертең және кешке берілетін қоғамдық саяси бағдарламаларды да қамтиды. (Любимов Б.И., Вороненкова Г.Ф, Безручко Т.С. Ұлыбританияның бұқаралық ақпарат құралдары, ФРГ-ның жаңа жерлері, 1994 ж. Швейцария. -Мәскеу университетінің хабаршысы. Оныншы серия, журналистика, 1995 жыл №10, 20- бет )

«Оқиға дегеніміз не?» деген сұрақтың қойылуы заңды құбылыс. Оқиға- бұл телерадио репортажға негіз болатын, көрнекі, өзекті, қоғамдық маңызы бар жай. Адамдардың қатысуымен орын алатын, олардың көңіл -күйін білдіретін, қайта көрсетуге, қайталауға келмейтін қоғамдық құбылыстардың пайда болып, дамып, өркендеуін анықтайтын құбылыс. Оқиғада оның белең алу қарқынын алдын- ала болжау мүмкін емес.

Газетте оқиға өзге масштабтарға негізделеді. Онда көзбен көруге мүмкіндік жоқ. Оқиға мәні, мысалы, лабораториядағы ғылыми ашылымның бағасы бірден берілмеуі мүмкін. Оны уақытқа телу де міндет емес. Бірақ бұл газет репортажының ерекшеліктерінің біреуі ғана.

Теледидар мен радио журналистері бір тақырыптағы оқиғаларды бергенде, оқиғаның өзіне назар аударады. Ал газет журналистері оқиғаның өзіне емес, оқиғаға берілетін түсінікке күш салады. Газетте репортаж уақыттан тыс жазылуы мүмкін - «болашақтағы репортаж» және өтіп кеткен оқиға туралы репортаж, «репортаж - ойтолғау» т.б.. Газет репортажында оқиғаны баяндаудың жүйесі өзгеріске көп ұшырайды. Мұндай жағдайда оқиғаның бастау алар тұсынан сипаттаудан бастаған жөн.

Теледидар көрінетін оқиғаларға негізделеді. Сондықтан да ол көріністік эквиваленттерді, оның болашағын түсірмей, құжатты бейнелерге негіздемей көрсете де, қайта жасай да алмайды.

Оқиғаға негізделмеген репортажда уақыт пен кеңістік қозғалысына бағынған элементтер сақталуға тиіс.

Оқиғалылық, қозғалыс, әсер - репортаждың негізгі құрылғыларының қатарынан саналады. Бірақ оқиғалылық кейде тым кеңейтілген мағынада түсіндіріледі. Ал, динамика - журналистің бір орыннан екінші орынға ауыса отырып, әрекет етуінен, оқырман, тыңдарман немесе көрермендерге оқиғаға қатысу әсерін қалыптастырады.

РЕПОРТЕР ЖӘНЕ ОҚИҒА

Оқиғаны берудегі репортердің рөлі ерекше. Ол оқиға жайынан бірінші хабардар болады да, оқиға болған орыннан дереу табылуға тырысып, өзіне қажет деп тапқан барлық мәліметтермен қанығады. Бұл үшін репортер оқиғаның өту барысын ,өңін айналдыруға тиісті емес.

Корреспондент қандай жағдайда өз репортажын даярлай алады деген сұрақ туады. Ол мәтінді алдын- ала жаза ала ма? Немесе ол ешқандай дайындықсыз-ақ репортаж жасай ала ма? Мұндай проблема газет журналистері арасында туындамайды. Ал, радио және телевидение қызметкерлері үшін бұл тым маңызды сұрақ.

Егер газет журналистері бұл проблемаға назар аударады, көбінесе үстіртін өте шығады. Олар алдын -ала даярлаған мәтіннен де және оқиға кейіпкерлерінен де журналист қатысуының әсері тиімдірек екенін түсінеді. Телевидение және радио журналистері оқиға басына қойын кітапшасымен ғана емес, қазіргі заман техникаларының барлық жабдықтарымен келеді, бұл газет журналистеріне қарағанда қоршаған ортаға үлкен әсер етеді. Камераны, журналистерді көрген жұртшылық өздерінен өздері ыңғайлана бастайды. Бірақ бұл жасандылыққа, еріксіз және болмай қоймайтын жасандылыққа кейбір теоретиктеріміз алдын ала жазылған мәтінді қосуға әрекет етіп, тосыннан суырып салып, сипаттауға қарсы әрекеттер жасайды, керісінше қатысушылардың сипатын репортажға тиімді пайдаланып жіберуге болатын үлгілерді қазіргі журналистер көрсетіп жүр.

Тосыннан түсіріп репортаж жасаушылар репортажда қате жіберіп алып жатады. Суырып салып сөйлеу және тосын айтуды талап ететін мәтінсіз дайындық оңай шаруа емес, әрине. Бұған дағдылану қажет.

Газет репортажын теледидар мен радио репортаждарымен салыстыра отырып, бұлардың ұқсас тұстары мен айырмашылықтарын анықтауға тиіспіз. Негізінен оларды оқиғаға түсінік беру, журналист шығармашылығының оқиғамен байланысты болуы, тосындық пен суырып салып айту өнерінің қалыптаспауы сияқты мәселелері бар. Шығармашылық өмірге публицистің еңбегі арқылы шығармашылық ой сіңіруге тиіспіз.

Репортаж- бұл тілшінің оқиға орын алған жерден алынған оперативті, объективті, көрнекі әңгімесі.Оқиғаның барлық құрылымдары бір-бірімен тығыз байланысты және бір-бірін толықтырып отырады.Егер оқиғаның рөлі артар болса – түсінік беру көлемі азаяды, оқиға көлемі қысқарса, тілші мен түсініктің мәні артады. Репортер оқиғаның өріс алу барысын бақылауға әрекет жасайды, оны ұйымдастырып, өту барысын алдын -ала анықтап, сценарий жаза бастайды. Оқиғаға өзек болатын белгілердің белсенділігі артады,жағдайдың әсері, уақыт және кеңістік аралығындағы қозғалыс. «Оқиғалы репортаж», «Оқиға орын алған жерден алынған репортаж» деген сияқты оқиғаны сипаттау барысына тәуелді айдарлар туындады.

Оқиға - орын алған немесе алда тұрған құбылыстарды айқындайтын қоғамдық өмірдің маңызды бір сәті. Оқиға қайталана алмайды, ол тілшінің ырқынан тыс орын алады, ешқашан күтпеген нәтижелерден - мықты команданың жеңіліс табуы, космостық аппараттардың жапсарларының қосылмай қалып кетуі сияқты тосын жағдайлардан тұрады. Оқиға кеңістік пен уақытқа негізделген, адамдардың қатысуымен өрбитін, адамдардың оған деген көзқарастарынан тұратын құбылыс.

Телевизиялық репортаж газет репортажынан көрінетіндігі, естілетіндігі арқылы, сондай-ақ, тілші қызметінің тосындыққа, суырып салып айтуға негізделуі арқылы айрықшаланады.

Тосыннан және суырып салып айту - тақырыпты жете білмейтін адамның мардымсыз әңгімесі емес, мәтінсіз әрі әдеби сөз байлығына негізделген білімдар журналистің жүйелі әңгімесі. Ол кез келген күтілмеген жағдайды сараптап, бағалауға икемді, сұрақтарға жауап таба алуда және оқиғаның сипатын айшықтап беруде ерекше таланты болуға міндетті.

Телевизия, радио және газет репортаждарының барлығын үшке: оқиғалы, оқиғаға дейінгі және оқиғадан кейінгі деп бөліп қарастыруға болады. Бөлу негізінде үш құрылымнан тұрады: оқиға, түсінік, көру. Алғашқысында осы үшеуі бірге біріктірілген. Екіншісінде, барлық компоненттер бір- бірінен ажыратылған, комментарий, хабардың сценарийі оқиғаға дейін дайындалып қоюы мүмкін. Үшіншіде, көрініс оқиға мен комментарийден мүлдем ажыратылған.

ТЕЛЕВИЗИЯЛЫҚ РЕПОРТАЖДАР ТҮРЛЕРІ

Телевизия репортажын зерттеушілер бұл жанрдың үш түрін: трансляциялық (студиядан тыс жерден берілген репортаж), тікелей эфир хабары және проблемалық репортаж деп бөледі. Трансляция комментарийсіз, кадрдан тыс болса да репортаж болып табылмайды.

Жанрдың ең кең классификациясын «Бұқаралық насихат құралдары практикасы мен теориясының мәселелері. Төртінші басылуы» жинағына енген Б.Чеснокованың зерттеу тұжырымдамасы берген болатын. Ол репортаждың барлық құрамымен қоса техникалық қырына да тоқтала келіп: «Репортаж - күрделі жанр, сондықтан да оны бірнеше аспектіде алып қарастыруға болады:

мазмұнына қарай:

а) оқиғалы;

ә) проблемалық.

оқиғаға репортердің қатысына қарай:

а) проблемалық (репортердің қатысуы міндетті)

ә) комментарийлік (репортердің қатысуы шектеулі)

в) трансляциялық (репортер қатыспайды)

техникалық құралдар арқылы:

а) тікелей (оқиға орын алған жерден)

ә) толық немесе бөлектеп үнтаспаға жазылған» (261 - 262 б.), - деп жіктеп көрсетеді.

Болгар теоретигі М.Минков «Увод в радио - и телевизионната журналистика” деген кітабында репортаждың сегіз түрін атап көрсетеді. Олардың арасында кинорепортаж және фоторепортаж сияқты бүгінде қолданыс тауып жүрген пленкаға жазу арқылы іске асатын түрлері де бар. Әрине, «тікелей»» репортаж деп саналмаса да.

Барлық классификациялардың ақсайтын жерлері бар. Журналистің түсініктемесін негіз етпеген трансляция қандай жағдай болмасын репортаж болып саналмайды. Б.Чеснокованың тұжырымдамасы бойынша проблемалық репортаж әртүрлі топқа бөлінген. Импровизациялық М.Минковтың тұжырымында жеке түр болып бөлінген, ал қазір барлық репортаждың өзгермейтін негізіне айналған.

Барлық осы репортаж түрлері үш негізгі топқа бөлінеді. Оқиғаға дейінгі репортаждарды проблемалық деп те, ұйымдастырылған деп те, зерттелмелі деп те қарастыруға әбден болады.

Оқиғалы репортажға - оқиғалы, «тікелей», тура, нағыз телевизиялық, кадр сыртындағы және кадрде репортермен бірге жасалған, импровизациялық, жоспарланбаған оқиға жөніндегі репортаж, тіпті трансляция да жатады.

Оқиғадан кейінгі репортажға толық немесе бөлек үзінділер пленкаға жазылған, кинопленкалы фоторепортаж, видеопленкаға түсірілген слайд түріндегі репортаж жатады.

Тікелей репортажда оқиға, оның түсініктемесі, оларды қабылдау бір мезетте жүзеге асады. Ол репортажда кадр сыртында болсын, кадр ішінде болсын, мәтінмен емес, суырып салып сөйлеу талап етіледі.

Оқиғаға дейінгі репортажда сценарий немесе сценарийлік жоспар алдын-ала әзірленуі мүмкін. Мысалы, «Кинотавр». Онда конкурсқа қатысушылардың өту тәртібі анықталған. Олардыц аты- жөндері, өту тәртібі жазылып қойылған. Яғни, телевизия қызметкерлерінің ұйымдастыруымен болатын репортаж.

Оқиға соңынан берілетін репортажда монтаж жасалынып, керек емес жерлер алынып тасталады, синхрондар қысқартылып, комментарийлер өзгертіледі. Синхрон арасындағы байланыс үзіліп қалмауы үшін тәжірибелі операторлар алдын- ала түсіріліп қойылған детальдарды қосып, үндестіреді.

Телевизия газеттегідей емес, жанр ауқымына кең жол береді. Әсіресе, телерепортажда суырып салып, жанынан айтып сөйлеуге жол беріледі. Өйткені, оқиға болып жатқан жерде қолындағы жазып алынған қағазына қарап сөйлеп, қарап сұрақ қойып жатқан адамды елестетіңізші! Немесе жазып алған мәтініне қарап жауап берген адам күлкілі емес пе?

Тікелей репортаждар жүргізіліп жатқан уақытта кадр сыртындағы журналистер кейбір деректерді анықтау үшін қағаздарына қарайды. Бұл жерде тағы кемшіліктер бар. Кейбір журналистер матчтар, сайыстар жүргізіліп жатқан жерге алдын-ала жазып барады. Міне, көрермен бірнәрсені көріп отыр, журналист басқаны сөйлеп отыр. Мұндай комментарийлер адамдардың ашу- ызасын тудырады.

Тікелей эфирде көрерменнің көріп отырған жайларын қайталауға болмайды. “Сіздер көріп отырғандай, Петров өзінің қарсыласынан допты тартып алды да, қақпаға қарай бет алды.” Ия, көрермен көріп отыр. Оны қайталаудың керегі жоқ болатын.Одан да басқа бір мәліметті жеткізген жөн. Алайда, осыдан он жыл бұрын ГІетровтың қалай доп соққанын, немесе оның әжесі туралы әңгімеге зейін қойып кетіп, доптың соғылғанын аңғармай қалсаңыз, немесе ерегісті сәттерді жіберіп алсаңыз, көрермендер тарапынан кешірілмейтін жайға душар боласыз.

Кадрден тыс комментарийде екі дауыстың қатысқаны жақсы. Әрине, екінші адам мәселенің байыбын білетін маман болғаны дұрыс.

Тікелей репортаж көрермендерді өзіне көп тартатын жанр түрі. Оқиғаның тікелей куәгері болу, оқиғаны алдын-ала болжау, жанкүйер болу көрермендерге ерекше сезім сыйлайды. Тікелей репортаждың құрылымы өзгеріп отырады. Мысалы, Медеудегі конькимен жарысушылардың сап түзеуі, жарыстың ашылу салтанаты. Сонан соң көрермендерге жарыс трансляциясы кез келген сәтте қосылуы мүмкін екендігін ескертеді, әлдебір хабарлар көрсетіліп жатады. Ал, көрермен болса әшейінде көрмейтін хабарлардың бәрін көруге мәжбүр болады. Арасында аса толқулы сәттерді көрсетіп қояды да, тағы басқа хабарларға орын береді. Аздан кейін жарыстың соңғы сәттері, қорытындылар, сұқбаттар көрсетіледі.

Тікелей рспортаждарда стационарлық камераларға қосымша иыққа ілетін қабылдағыш қондырғылар қолданылады.Бұл жарыстан тыс көріністерді - тер аққан беттер, қобалжып, қорытындыларды күтіп отырған туыстары, толқып отырған жаттықтырушы, орамалдары, ауыздарына салып жатқан апельсин түйірлері т.б. адами сәттерді түсіруге арналған. Бұндай кадрлер жарысқа қосымша рең береді, аса тартыспен өтіп жатқанынан хабардар етеді.

Қабылдағышты жылжымалы камера көбінесе дельтопланға, тікұшаққа, автораллиге орналастырылады. Қашықтыққа арналған жарыстарды түсіруде таптырмайтын құрал. Әрине, күні бойы сол жарысты трансляциялап қоймай, әдеткі хабарларды көрсете отырып, арасында жарыс күнделігінен ақпарат беріп отырған жөн.

Құрастырылған телерепортаж - бұл көрсетіліп отырған бейнеқатар трансляциясын өзгертіп, басқа видеоматериалдарға көрермен назарын аударып отыру арқылы берілетін репортаж.

Тікелей репортаждар бізде көп беріледі, алайда тек республика көлемінде ғана. Еуропаға, Америкаға, дүниежүзіне репортаждар беру жолға қойылмаған. Ал, рекордтар дүниежүзілік деңгейде талап етіледі. Сондықтан, тамаша жанр - репортажды жандандырумен қатар, оларды тікелей әрі ғаламдық дәрежеге көтеру отандық журналистердің міндеті.

ТЕЛЕВИЗИЯДАҒЫ ОЧЕРК ЖӘНЕ ДЕРЕКТІ ФИЛЬМ

Біз көріп жүрген телебағдарламалардың барлығы да құрама дүниелер. Оның ішінде, телебағдарламаларда аздаған жаңалықтар, бір-екі кинофильм, балаларға арналған мультфильмдер, аздаған музыкалық бағдарламалардан құралады. Республикалық телехабарлар сеткасы да осы әдіспен жасалады. Осы тәсілді меншік телеарналар да қайталайды. Мәскеу телевидениесінің көретіні сол. Олар бір-бірімен жарысып, фильмдер көрсете отырып, арасында (“прайм тайм”) сыналай жаңалық кіргізеді. Кешкі сағат сегізде берген жаңалығын сағат 11-де қайталап жатады. Есесіне сағат 11-ден бастап бізді жарнамалар селі басып қалғандай әсер аласың. Ал Еуропа телевидениесіндегі жағдай мүлдем басқаша.

Англияны алып қарасақ, ондағы спутниктік Би-скай-би арнасы 1994 жыддан бастап қосымша үш арна ашқан. Олардың әрқайсысы мамандандырылған: “Скай-спортс-2”-спортқа арналса, “Скай-трэвел”-туристерге арналған бағдарлама арнасы, ал “Скай соуп” телесериалдар арнасы. Біздің әңгімемізге арқау болып отырған да осы арна. Тек қана телесериалдар көрсететін арнаның болуы бізге өрескелдеу көрінгенімен, жоғарыда атлаған спутниктік арнада осындай арнайы арна бұрын да болған екен. Олар: “Скай-муви”-аспан киносы, “Муви ченнел”-кинофильмдер арнасы, “Скай мувиз гоулд”- ескі фильмдер арнасы деп аталган үш арнадан құралған екен. Бұлардың соңғысын бізде “Алтын қор фильмдері” деп атаған болар еді. Осы арналардың арқасында Би-скай-би компаниясы 1994 жыл 74 млн. фунтстерлинг көлемінде пайда тауыпты. Бұл қаржының негізгі бөлімі компания пакеттерін жаздырып алушылар мен аталған үш киноарнадан, екі спорттық арнадан түскен.

1994 жылғы Англияда қаржылық және моральдық қиындықтар тудырған мәселелердің бірі-телевизиядағы діни бағдарламалардың барынша азайтылуы болды. Осының негізінде дін қызметкерлерінің ел арасындағы беделі төмендетіліп, дінді уағыздау мүлдем тоқтатылды. Бұл күннен-күнге, керісінше күш алып келе жатқан, Мәскеу мен Алматы телеарналарындағы дінді насихатгау ісіне кереғар әрекет болды.

Ұлыбритания телефильмдеріндегі дін қызметкерінің бейнесі бұрынғы ұстамдылық пен адами адалдықтан барынша алыстаған, азғындық жолға түскендер дәрежесінде көрсету әдетке айналған. Англиядағы дін қызметкері әдеттегі өмірден алыс, ақымақтау, айналадағы өмірден мүлдем хабарсыз, бар зейіні аспанға ауып кеткен адамдар бейнесінде көрсетіледі. 26 сериядан тұратын Ай-ти-ви компаниясының “Ағынан жарылу” (“Откровение”) фильмінде жергілікті епископтың үйінде кісі өлімі болып, жыныстық қатынастар ашық жасалып, бір жыныстылардың қатынасы, ерлі-зайыптылардың бір-бірінің көзіне шөп салуы, есірткі пайдалану сияқты кадрлар жасалынады. Бұл фильмдердегі дөрекілік, оспадарсыздықты, құдайсыздықты құлағымызға құятын кеңес заманының ең әшкереленуші фильмдері де жасай алмағаны анық. Ағылшын фильмдеріндегі жоғарыда аталған сорақылықтар Иса пайғамбардың керегеде керіліп түрған бейнесінің апдында жасалынуы телевизияның дін өкілдерінен көрерменді тартып алуға талпынған әрекетінен деп бағалау қажет сияқты. Епископ бейнесін сомдаған актердің Англия дінбасы - Ливерпуль епископынан айнымауы да телевизияның дінге қарсы берген соққысы деп бағалау қажет. Осы ленталарды көрсеткісі келіп, біздің телеканалдар сатып алса, не болатынын ойлап көріңізші.

Ұлыбританияда шығарылып, көрсетілген фильмдерге кеңінен тоқталуымызға себеп болған жай, осы елдің мамандары Қазақстанда жергілікті мүмкіндіктерді пайдаланып, телесериал түсіруге кіріскендігі. Бұл Қазақстанда ғана емес, бүкіл Орта Азияда жасалынып отырған қадам.

Бұл үшін Ұлыбританияның маман киногерлері 1995 жылы Алматыға ұшып келіп, киносериал түсіруді бастап, 1996 жылы бітірмекші болып, іске кірісіп те кетті. Бұл үшін жергілікті мамандарды жинап алған ағылшын кинематографистері Лондонда шығарылған өткір сюжетті бір сериалды апып келді. Тез арада орыс тіліне аударған сценарийді алған актерлер істі бастап кетті. Онда бірі орыс, бірі қазақ ер мен әйел жайлы айтылады. Оқиға жол қиылысында өтеді. Фильмді қалай атаймыз дегенде барлығы бір ауыздан “Жол қиылысы” («Перекресток») деп атады.

Енді сол фильм республикалық “Хабар” телеарнасынан үзбестен көрсетіліп келеді. Фильм бүкіл жұртты баурап алды деуден аулақпын, әрине. Бұл жерде ағылшындардың қателігі - бұндай елде басқа ұлт өкілімен көңіл қосуға іштей қарсылық барын аңғармаған. Бұл іске орысы да, қазағы да жылы қарамайды. Бұл мәселені сөз етудің өзі ел арасына ұшқын тастауы мүмкін. Бір жағына бұра тартылса ұлтшылдық лап ете түсуі мүмкін. Бірақ фильм әлі жүріп жатыр, бір кештен екінші кешке жалғасып,ұзынырға, сүреңсіз дүниеге айналып кетті. Бұл өзіміздің мамандарға осыған кереғар фильмді жасауға ой тастаған жайт болды.

ТЕЛЕФИЛЬМНІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Телефильм дегеніміз не, көп сериялы фильм мен деректі телефильмнің өзгешелігі неде? Сериалдың өзгешелігі қандай? Телевидениедегі деректіліктің басты принципі нендей жағдайларға иек артады?

Бұл сауалдардың жауабын беру, мәселені теориялық жағынан тұжырымдаудан гөрі, оны тәжірибедегі мүмкіндіктері көбірск тәрізді. Өкінішке орай, осы мәселені ғылыми тұрғыдан зерттеп, тұжырымдаған еңбектер жоқтың қасы. Варшавада шығып тұратын “Фильм” атты апталықта: “Осы күнгі зерттеулср мен әдебиеттерден қазіргі ойын баласының сөздік қорында латын тілінің элементтері қаншалыкты екендігін зерттеп жазған еңбектерге дейін табуға болса да, миллиондардың санасын жаулап алған, күнделікті пікір, таластар тудыратын, кейде тіпті ой қозғайтын - телевидениедегі деректі фильмдер туралы бір ауыз сөз таба алмайсың”- деп өкініш білдіріпті. Десе де, ондай мақала бар екен. Воронеждік ғалым Б.Кривенконын осы мәселеге арнаған мақаласы “Деректі киноның табиғаты туралы” деп аталады. Мақалада автор жалпыға түсінікті тілмен: “Телефильмнің жалпы жеткізу тәсілі (семиотикасы) үш белгімен: иконалық (кескіндемелік), индексальдық(музыка мен шу) және символикалық (тіл) тәсілдерден құралады. Кинематография тілімен айтсақ, телефильмдегі көзбен көретін суреттер, музыка, дыбыстар, шулар - индексальдық, ал сөз - символикалық белгі болып саналады. Жалиы зерттеушілер де аудио-видео туындылары туралы сөйлегенде осы үштікке (триада) “бейне-дыбыс-сөз” немесе “ауызба-ауыз айтылған сөз, бейне көріністер, музыка” деген ұғымға саяды.

Ал, шын мәнінде, біздің ойымызша, кинематографиялық белгілер төрттікке (тетрада) сүйенетін сияқты, қарапайым тілмен айтсақ төрттік кодтың бірлесуінен туады. Дыбыстар деп бірге айтылған ұғымның антологиялық және гносеологиялық негізіне қарай екі кодқа бөлінуге сұранып тұр. Олар-музыка және шынайы дыбыстар. Осы қосымша дыбыстарсыз сөз болып отырған объектіні толыққанды көрсете алу мүмкін емес,” (Мәскеу университетінің хабаршысы, серия 10, журналистика. 1995 - № 5, ІЗ-бет) делінген.

Бұл арада Б. Кривенкомен пікір таластыруға болады. Бір сөзден “дыбыс’' деп аталған белгіні бірнеше топқа бөлсек те, барлығы бір тізгінге байланы тұрғанын, атқарар міндеті біреу-ақ екенін мойындау керек.

Ал,телевизиядан көрсетілген фильмнен телефильмнің айырмашылығы үлкен. Бұл арада экранның аумағын ескерген жөн. Жай фильмде жалпы планмен-ақ көрініп, ұғылатын жайлар телевидениеде ірі планмен берілуі керек. Онан кейінгі бір ерекшелігі - жәй экранда секундына 24 кадр өтетін болса, телевиденияда секундына 25 кадр көрсетіледі. Сондықтан фильм ерте бітіп, көп уақыт іркіліп қалатынын естен шығармау керек. Бұларды арнайы формулалармен есептеп шығаратын жолдары бар.

Н.Мищенко: “Әдеттегі кинода ірі план күй сандықтың аяқпен басатын педальының рөлін ойнайды. Пианист –режиссер музыканын дыбысын күшейтіп келгенде немесе дыбысты тежерде ғана бұл тетікті пайдаланса, телефильмдегі ірі план музыка аспабының өзіндей, одан қолыңды ала алмайсың. Себебі экранның ерекшелігі - ірі планды жиі қолдануды талап етеді. Онысыз телефильм жасау мүмкін емес”, - деп жазады мақаласында. Осы орайда Сергей Колосовтың “Операция “Трест” деген телевидениеге арналып түсірілген фильмін ерекше айтуға болады. Фильмде мұрағаттық құжаттық материалдар ірі планмен жиі көрсетіліп, қосымша диктордың құлаққа жағымды дауысы мәтінді мәніне келтіре оқып тұруы арқылы айтар ой тізбегін дәл жеткізуге мүмкіндік алған.

Телефильмнің ең үлкен ерекшелігі - онда инцинировканың жасалынбайтындығында. Ол үшін телефильм режиссері ешбір қателік жібермейтін дарынды адам болуы талап етіледі. Сахнада, кино алаңында да бір мәселені қайталап түсірудің мүмкіндігі болса, телефильм жасаушыларға ондай мүмкіндік беріле бермейді. Сондықтан да Михаил Иванович Ромм телевидения режиссерін “Ешбір қателіксіз талантты адам” - деп атаған. “Телевидениедегі режиссердің міндеті аса жауапты. Онын ісін театр, кино режиссерлерінің жұмысымен мүлде салыстыруға болмайды. Себебі телевидение режиссері имировизатор болуы керек. Оның қайта қойып, қайта ойнатып, монтаждап жатуға ешқашан мүмкіндігі де, уақыты да болмайды. Сондықтан ол монтаждау ісін түсіру сәтінде жүргізіп отырады.

Кино мен театрда жіберілген қателікті түзетудің мүмкіндіктері болатын болса, телевидениеде ондай мүмкіндік бола бермейді. Сондықтан да телевидение режиссері - еш қате жібермейтін, дарынды адам болуы ксрек”.

Шындығында, телережиссер монтаждау жұмысын басқа салалардағыдай тірнектеп жинамай, эпизодтар мен оқиаларды бір бірімен сығылыстыра қиюластыру арқылы, өзі айтар ойын жеткізуге тырысады. Сондықтан да режиссердің қалай түсіргені емес, оның осы кесек-кесек ойларды, көріністерді қалай қиюластыра білуі бағаланады. Осының арқасында түгелдей фильмнің бағасы беріледі.

Ал, оператордың жұмысындағы импровизацияның алатын орыны режиссердан бірде кем емес. Кинодағы оператор рөлі –ракурстарды нанымды пайдалану, жарықты дұрыс қолдану, мизансценаларды дәл көрсетумен бағаланса, телевидениедегі оператор рөлі оның жітілігімен, көрсетіп үлгеруімен бағаланады. Көрсетілген кадрлардың мейлінше табиғи болуы көрерменді дайын болып түсірілген кез келген туындыдан гөрі көбірек сендіреді. Үйіріп әкетеді. Телевидение операторларына қойылатын талап, оқиғаны үзіп алмай, желіні жоғалтиай көрсету болғандықтан да олар бір сәтте бірнеше камерамен түсіруге мәжбүр болады.

Тіпті бір камерамен түсіруге мәжбүр болған оператордың өзі оқиғаны үзіп алмау үшін сөз болып отырған объектіні көзден таса қылмауға тырысады. Ол әдетгегі адамның көзімен қарағандай, камераны баяу жылжыта отырып, оқиға желісін сабақтап отыруға міндетті.

Бұл жерде “Жылжыған көзқарас, шарлай шолған көзқарас” /ползучего взгляда, путешествующего глаза/ деген тәсілдер қолданылады. Себебі бүкіл фильм бір ғана камерамен түсіріледі. Бұл жерде қайтадан монтаждау, қайта қою туралы әңгіме болуы мүмкін емес.

Бұған қоса телефильмдегі комментатор рөлін ерекше атап айту қажет. Комментатордың импровизацияға бейім болып, суырып салып сөйлеуі қажет, себебі кино, театр артистерінде дайын мәтіндерді оқу мүмкіндігі болса, телевидение комментаторында ондай мүмкіндік атымен жоқ. Сондықтан комментатордың жан-жақтылығы, импровизацияға бейімдігі, көп білуі, тілмарлығы телефильмнің жақсы шығуына қажетті басты талаптар. Жалпы телефильм түсіруші режиссерге, операторға, актерға және комментаторға қойылатын басты талап - импровизация жасай білуі. Оның себебі - біздің өміріміздің өзі-импровизация. Оқиғаның өрбу барысын көрсету үшін ерекше тәсілдер қолдануымыз керек. Оның негізінде импровизация жатады.

Егер телевидениеде көрсетілетін фильмге қойылатын талаптардан, деректі фильмдерге келсек, телевизиялық деректі фильмдерді жасауда деректі киноға қарағанда алға басушылық бар.

Телевизияда нақты кейіпкер жайлы оқиға айтудың үш тәсілі бар:

кейіпкер шындығы актерлерге ойнату арқылы нақты беріледі;

актерлер нақты оқиғаны шындыққа жақын етіп ойнайды; мұнда кинохроника, құжаттар пайдаланылады;

нақты кейіпкерді сол кейіпкердің өзі сомдайды.

Журналистикада дерек тез ескіреді, публицистика мәселе

шешілмей түрған кезінде актуальды. Деректі, жартылай деректі фильмдер деректері арқылы, нақты кейіпкерлері арқылы, немесе соған меңзеу арқылы ерекшеленеді.

Деректі өнімдер фильм-монтаж, фильм-бақылау, фильм- репортаж, фильм-образды қалпына келтіру және фильм- диалог болып бөлінеді.

ФИЛЬМ-МОНТАЖ

Бұл тәсілді Михаил Ромм өзінің “Нағыз фашизм” фильмінде көрсетті. Ол Гитлердің бір кадрда ішінің астыңғы жағын екі қолын айқастырып, жауып тұрғанын байқаған. Бір қарағанда, мұнысында таңқаларлық ештеңе жоқ сияқты, бірақ кейіннен бұл оның әдеті екенін байқады. Ал тағы біраз уақыттан соң бұл әдет Гитлердің айналасындағыларға да жұққан секілді. Себебі бірінші біреуі, одан соң екіншісі, үшіншісі қолын ішіне айқастырып жүретін болған. Мұны әркім әр түрлі түсінетіні де белгілі. Алайда осы кадрды режиссер өз көзқарасы үшін қайта монтаждау арқылы пайдаланған.

Бірақ бірінші болып мүндай қайта монтаждау тәсілін кинорежиссср Эсфирь Шуб қолданған еді. Ол патша хроникасының кадрларын пайдаланды. Мұқият қарап шығып, жаңаша ой туғызды. Бірақ түсініктеме түрінде емес, қайта монтаждау негізінде. Осылайша кезінде патша әулетінің атағын шығарған кадрлар оның қатыгездігін әшкерелейтін фильмдерге айналды.

Қазақ телевизиясының мерейтойына арналған телетоптамалар да дәл осылай жасалды. Оның кадр сыртындағы мәтінін Тихонов оқыды. Басты мазмұны өткен күн хроникасы.

Фильм- монтаж дегеніміздің өзі де осы. Хрониканың қайта монтаждалып, жаңа түсінікке ие болуы. Дикторлық мәтінде де өзгешелік бар.

Қайта монтаждауда киноның барлық аудиовизуалды құралдары пайдаланылады. Сонымен қатар тек деректі фильмде ғана емес, көркем фильмде де көрініс табады. Монтаждаудың жетістіктерін айтқанда, “нөлдік белгі” әсерін атап өтпеу мүмкін емес. “Нөлдік белгі” дегеніміз - экранда бейненің мүлде болмауы. Бұл көрерменге бейненің болғанынан да қатты әсер етері сөзсіз. Тек қана сұр немесе қара фон. “Нөлдік белгі” эмоционапды түрде әсер етеді.

Бос экран мағынасын басқа өнерлердің өкілдері ерте заманда білгендігі қазіргі кезде белгілі болып отыр.

БЕЙНЕЛІК ОБРАЗДЫ ҚАЛПЫНА КЕЛТІРУ ФИЛЬМІ

Өмірде бар адам жайлы деректі фильм түсірген кезде көп жағдайда архивтік бейне қатар болмайды. Газетте мұндай қиыншылық жоқ. “Оның көз алдына ауыр балалық шағы елестеді” деген сияқты тіркес жазылады да, сол кездерді сөзбен сипаттап кетеді. Ал кинода болса, тек сөзбен айта салған аз, айтылғанға дәлел ретінде тағы кадрлар көрсету керек.

Осы кезде бейне қатарды іздеу басталады. Сонда фотосуреттерді былай да былай көрсетеді, біресе, кейіпкер өзін-өзі ойнауға тырысады. Мұндай картиналар үшін авторлар талай сөгіс еститіні анық.Көрерменді жауыр болған тіркестер, жасанды күлкі мен толқу әсері, кейіпкерлердің табиғилықтан ада жүрістері мезі етеді.

Басқа амалдың жоқтығынан осыған баруға тура келеді. Бірақ көп нәрсе режиссерге байланысты болады. Режиссер ойынды дұрыс қоя алған жағдайда, адамдардың жүріс- тұрысы да, сөздері де табиғи шығары сөзсіз.Ешқандай кинодеректер сақталмаған жағдайда ғана образды қайта келтіруге баруға болады.

Ғ.Шалахметов сценарийін жазған “Сынақ” телевизиялық фильмінде фактіні қалпына келтіруі өзгеше. Осы фильмнің режиссері әрі операторы болған Марина Голдовская “Ірі пландағы адам. Теледокументалист заметкалары” (М., 1981) атты кітабында фильмнің неліктен үлкен танымалдылыққа ие болғандығын жазды.

Марина Голдовскаяның айтуы бойынша теледокументалистер оқиғалардың артынан ізін басып жүре алмайды. Көп жағдайда оны қолдан жасауға тура келеді. Міне, деректі фильмдерді ащы сын астына алатын мақалалар мен рецензиялардың көптігі де осыдан.

Өтіп кеткен фактіні ғана емес адамның өзін де өмірдегідей етіп көрсету оңай емес. Осындай қиын түсірілімдерді режиссер С.Зеликин былай суреттейді: “Көп жағдайда жақсы сөйлеп, әдемі ойлар айтатын адамдарды объективтің мысы басып, болмашы нәрселерді айтып, бөтен біреудің сөздерімен сөйлеп кетеді”.

Телевизияның ала түсті хроника мен түрлі-түсті түстерді біріктіруі көбейе бастады. Сондықтан да апа түсті хрониканы түрлі-түстімен араластырып беретін болып жүр. Немесе қара- апа кадрдың болшегі рстінде түсті бейнелерді қиыстырады.

Бірақ ақ-қара мен түрлі-түсті кадрларды үйлестіру көркемдік мәнге ие бола алады. Түрлі-түсті фильмде ақ-қара кадрлар хроника түрінде болсын не болмаса, басқа фильмнен үзінді, не арнайы дайындалған түсірілім болса да экран сыртында шындық ретінде қабылданылуы мүмкін. Ақ-қара мен түрлі-түсті кадрлардың өзара әрекеттесуін қазіргі мен өткен күн деп түсінуге болады.

Біздің түсінігімізде де түссіз кадр хроникамен, киноестелікпен байланысты болады. Болған оқиғаны көз алдына мейлінше жақсы елестету карталар, фотосуреттер, кинокадрлар, сақталған фонограммалар әсерді күшейте түсетін тәсілдер. Яғни, оқиғаны қалпына келтіруге болады, бірақ оны өте ұқыпты, нанымды жасау керек.

ДИАЛОГ-ФИЛЬМДЕР

Диалог-фильмдер сннхрондық камералардың дамуы мен жетілуі арқасында танымалдылыққа ие болды. Ол кейіпкер әңгімесі арқылы түсіруге келмейтін оның өмірі жайлы мәліметтер береді. Сонымен қатар жақсы ойластырылған әңгіме шынайы әрі сезімге толы болып шығып, кейіпкер образын ашуға да көмектеседі.

С. Муратов синхрондық түсірілім жайлы айтқан кезде былай деген болатын: “Бұрындары документалистиканың жетістігі деп, камера алдындағы әңгіменің ашық өтуі еді”.

Кейіпкер сөзін өмірдегідей етіп, табиғи жазып алудың бірнеше тәсілі бар. Біріншісі, оның өміріне араласпай жасырын микрофон немесе камера арқылы жазып алу. Екіншісі, журналистің кейіпкермен бетпе-бет сөйлесуі. Бірақ түсірілім жүретінін айтпау керек. Сол үшін түсіру қажет техниканы жасырған жөн. Үшіншісі, журналист пен кейіпкердің ашық, ешбір айла-тәсілсіз әңгімелесуі. Журналистпен әңгімелесудің өзі кейіпкер өмірі үшін маңызды оқиға. Яғни, көрермен үшін де маңызы болары анық.

Диалогқа құрылған фильмдерді кейде фильм- әңгіме деп те атап жатады.

Микрофонды жасыру шеберлігі М.Голдовскаяның фильм түсіруі кезінде көп қолданылды. Оның фильмдерінде келесі бөлмеде немесе жуынатын бөлмеде тығылып отырған дыбыс режиссерінен бастап, микрофон-пушкаға немесе радиомикрофонға дейін кездеседі. Пәтер ішінде әжесі мен немересінің әңгімесін түсіру үшін камераны кіреберіс бөлмеде, ал дыбысоператоры өзінің аппаратурасымен жуынатын бөлмеде тығылып, болып жатқанға құлақ түріп отырады. Басқаша жасауға амал болған жоқ.

Хирург Вишневский туралы фильмді түсірген кезде Голдовская өзі сигнал беріп отырды. Қолына тетік ұстап, оны бір

басқанда камера іске қосылады. Екі рет камераны өшіру үшін, ал үш басқанда дыбыс операторына “дыбысын жаз” деген белгі беріледі. Ал Немчинскаяны циркте қалай түсіруге болады? Ол бүкіл манежді айналып жүреді ғой. Мұнда әртістің киіміне жабыстырылған радиомикрофон көмекке келеді. Ол қай жерде жүрсе де, оны трансформаторы бар камера түсіреді, ал кішкентай радиостанция оның әрбір сөзін жазып отырады, алыстан дыбысты жаза алатын микрофон-пушканы пайдаланады. Ал егер дауыстар бөлменің немесе пәтердің әр жерінен шықса, не істеуге болады. Бұл кезде көп микрофонды тәсіл пайдаланылады. Балалар мен олардың мұғалімінің сөзін жазу керек болған кезде төбеге алты микрофон орнатылды. Сөйтіп оларды дауыстың шығуына байланысты қосып отырды.

Диалоггарды жазудың түрі көп. Олар режиссерге керектілігіне қарай, жағдай мен тапсырмаға байланысты тандалады. Сөз -ең басты нәрсе. Себебі ол сөз кейіпкер бет- әлпетінде көрініс табады. Кейіпкерді ірі планда түсіру және оған синхронды қосу режиссерге “адам тағдырына жақындауға, араласуға” мүмкіндік береді. Осы арқылы ол экранда “адам ойын оқып біле алады”.Сонау 30-жылдары синхронды ойлап тапқан белгілі кинорежиссер Вертовтан бастап, оны қазір барлығы қолданады. Адам тағдырына үңілуден, оның интонациясының өзгеруін байқаудан, қимыл-қозғалысының әр түрлілігін қадағалау- бұлардың барлығы кейіпкер мінезін, жан-дүниесін ашады. Кейіпкердің бейнелеуші резервтері оның сыртқы келбетінде емес, оның өзінде. Кейіпкердің ішкі жан-дүниесі оның түрінде, дауысында, мимикасында, интонациясында. Бейненің пішіні мен мазмұны да, кездейсоқ қарама-қайшылықтары да, мән- мағынасы да бәрі бәрі де сонда.

Біреулер үшін синхрон жай ғана диктор сөзін араластыруға көмектсеетін кезекші тәсіл болса, мықты режиссерлер үшін “синхрон- ерекше бір ауызша формадағы әдебиет, баспасөзбен тікелей байланысты өнердің бір түрі”.

КИНОБАҚЫЛАУ

Барлық көркем фильмдерде ерекше ракурс қолданылады. Оны түсіру кезінде оператор өзінің бар шеберлігін танытуы тиіс. Деректі фильмдерде күрделі түсірілімдер - қарапайым, табиғи нүктелерден түсіріледі. Ерекшс ракурстар шындықты бұрмалайды. Яғни, камера артында адам тұрғанын білдіріп қояды. Жасанды бейне сенімділікті жояды.

Шынайылықты табиғи жарық түсіру де жеткізе алады. Бөлмедегі табиғи жарықты дұрыс бейнелесе, барлық бояуды бере алады. Қолдан жасалған жарықтан ол қаншалықты ерекше болғанымен, әдемі бірақ шынайы шықпайды. Мұндай түсірілімге тек жоғары сезімтал таспа ғана көмектесе алады.

Кинодокументалистср қазір штативсіз, камераны жай қолға ұстап, кейіпкердің артынан жүріп, түсіруден қорықпайды.Басқа кезде камераның қимылдап кетуі қате деп саналғанымен мұндай жағдайда керісінше, түсірілімде репортаждықты күшейтеді. Бұл болып жатқан оқиғадан камераның шынайы реакцияны білдіреді. Көркем фильмде айналадағы ортаны өзгертуге тырысса, деректі фильмде адамның образдық мінездемесін жасауға көмектеседі. Ол кадрға мәтіннен бөлек мағына береді. Ол арқылы құбылыстың мәнінің ашылуы, кейіпкер образының сенімді де, көп қырлы болуына жол ашылады .

Ұзақ түсірудің көптеген артықшылықтарымен қатар кейбір кемшіліктері де бар. Олар: уақыт пен таспаны көп шығындау, сәтсіздікке тап келу. Себебі сәтін күтіп ұзақ уақыт өткізгенмен, фильмге қажет нәтиже бермеуі әбден мүмкін. Сондықтан кинодокументлпистер бір емес, бірнеше тәсіл қолданады. Деректілік деген публицистиканың саласы, бұл « тірі мысалдар». Беллетрисика синтездің көмегі арқылы жалпылама көріністерге жол берсе, деректілік шындық, нақтылық, ақиқаттықты алға шығарады.

ЖАҒДАЙЛАРҒА ҚАТЫСТЫ ҚОЛДАН ЖАСАЛҒАН

БАҒДАРЛАМАЛАР

Кез келген ақпарат құралы - баспасөз, деректі кино, радио немесе телевизия болмасын - деректіліктің дамуына өз ықпалын тигізді.

Деректі фильмде “жасырын камера” ұғымы енгізілді. Олар деректі портрет жасаудағы тамаша тәсіл болып табылады. Радиохабарда оқиғаның көрініс табуы мен қабылданылуы бір процеске жинақталып, табан астында суырып салып пікір айту, мәтінсіз хабар болып жатқан жағдайға тез арада баға беруге, деректілігіне көмектеседі.

Телевизия да оған өзінің ықпалын тигізді.Алайда телевизияның әлі теориялық тұрғыда зерттелмеген тәсілдерді игеруіне тура келді. Бұған дейінгі барлық түсіндірулер телевизиядағы жасандылыққа, алдын-ала дайындауға, дайын мәтінге қарсы келді. Бағдарламалар үшін әртістер шақырылып, ал оқиға ойдан шығарылады. Бұл жасанды оқиғалы бағдарламалар мен фильмдер. Ол телевизияның ерекшелігіне орай құрылған керекті және маңызды бағдарламалар.Әрине, мүнда біз бір жағынан аяқ-астылықты жақтап, екінші жағынан жасанды жағдай мен жасанды оқиғалы және әртістер ойнайтын бағдарламаларды да жақтай отырып, өз-өзімізге қарсы келмейміз бе деген орынды сұрақ туады. Жоқ. Қарама- қайшылық сияқты көрінеді. Себебі, оқиға д,а әртістерді шақыратын бағдарламалар да, ойластырылған сюжет те бір-ақ мақсатқа қолданылады. Яғн,и өмірді сол қалпында көрсету үшін.

“Жасырын камера”, “Жасырын айна”, “Біз қандаймыз?” - деген бағдарламалар жасанды оқиғаға арналған.

Кең таралған мүндай бағдарламалар түрі Балтық теңізі елдері студияларында түсірілді. Осындай “Біз қандай таллиндіктерміз?” атты бағдарлама қалай түсірілді? Көшеде басқаларға білдіртілмей камера орнатылады. Камераға темекі тартып тұрған бір топ балалар түсіп қалады. Айналадағылардан ешкім оларды тоқтатпайды.

Ал екі жігіт төбелескен кезде көшедегі адамдар қызықтап қарап тұрады. Бірақ ешкім ажыратпайды. Бір адамның басы айналып, тепкішекке сүйеніп, отырып қалғанда да, адамдар көмектесу орнына айналып өтіп жатты.

Эстондық телевизия түсірген репортаждар арқылы адамдар өз өздеріне сырттан қарауға, өздерінің жасаған істеріне ойланып, бір нәтиже шығаруға, олары үшін қысылып, кейде қуаныш сәтін сезінуге көмектеседі. Мұндай бағдарламалар көрерменге әсер етіп, оны оқиғаға араластыруға, ойлануға түрткі болады.

Жасанды оқиғалы бағдарламалар документализм тәсілдерінің дамуының жалғасы. Мұндай бағдарламалар жасырын камераның дамыған түрі. Кезінде Дзига Вертов жасап кеткен “өмірді өз қалпында” көрсетуге арналған тәсіл.

Теоретиктер мұндай тәсілге дәл анықтама ойлап тапқан жоқ.

Балтық теңізі республикалары студиялары жасанды оқиға тәсілін тек репортажда ғана емес, сонымен қатар басқа да жанрларда қолданды. Мұндай репортаждарда барлығы алдын-ала ойластырылады. Өмірге араласа отырып, мұндай репортаждар сезімдердің шынайы көрініс табуына, адамдардың өз-өзін көрсетуіне жол ашады. Өмірлік шындықты бұрмалау үшін емес, оны ашу үшін әрекет жасалады.

Мұндағы тәсілдердің бірі- «Күтпеген кездесу». Мұның ерекшелігі – қайталанбайтындығы.

ДЕРЕКТІ-ОЙЫНДЫҚ ЖАРЫСТЫҚ ХАБАРЛАР

Деректі – ойындық жарыстық хабарлар қатарына «Угадай мелодию», «Поле чудес», «КВН», «Алтын дала», «Алты бақан», «Пай-пай жиырма бес» т.б. хабарларды жатқызуға болады. Жарыс қатысушылары үшін телевизиялық бағдарлама ұйымдастырушылық бастама болып табылады. Ал көрермендер үшін ақпаратты қызықты әрі еш қиындықсыз қабылдауға көмектесетін тебірентерлік көрініс. Көрермендер мұндай хабарлардан студияға үйренбей, қысылып тұрған адамдарды емес, жай өмірдегідей өздерін шынайы ұстайтын көңілді жандарды тамашалай алады.

Деректі - ойын хабарлары көрермендер қатысуымен студияда да, оның сыртында да өткізілуі мүмкін. Көрермендер қатысқан жағдайда байқау барысын бәрі көре алады, ал байқаудың өзі кең көлемді болуы керек.

Жергілікті студиялар мүндай хабарлардағы сайыстар барысын мазмұны жағынан әр түрлі сюжеттермен араластырып, қателік жібереді. Осылайша студияда отырған көрермендердің көңіл-күйі мен эмоционалды жағдайы өзгереді.

Ойындардан,жарыстардан кенеттен жасалған жағдайлар кейіпкерлер жандарын тереңірек көрсетуге ықпал етеді. Эмоционалды хабар ретінде пайда болған сайыстардан көріністер ұжымдық портретке айналады.

Өткен жылдардың конкурстық хабарлар арасынан бір ғана “Көңілділер мен тапқырлар клубы”- КТК (“КВН”) қалды. Нақтырақ айтқанда, экранға қайта шықты, себебі бір жылдары ол көрінбей кеткен еді. Өзінің заңдары бар театрдан КТК-ның не айырмашылығы бар? КТК-ны оған жақындататын не?

Айырмашылығы- хабарға әртістер қатыспайды. Команда мүшелері өзіндік көрсетілімдерге берілетін баға үшін шынайы тебіренеді. Бұл кезде оларды көрермендер қолдайды. Дайындықтың жоғары деңгейі жақындайды, тәжірибелі сценаристер тартылады, саздылық артады.

Егер команда өзі дайындалса, ол бірден көрініп тұрады. Өздері жақсы дайындалғанымен де ойластырылған сценарийге жетпейді.

Театрдан тағы бір өзгешелігі кенеттен жасалатын элементі. Команда мен оның жанкүйерлері көрсеткен көріністері өте жақсы екеніне күмән келтірмейді, ал әділқазылар алқасы басқаларға қарағанда төмен бал қояды. Әділқазылар алқасы да қателесе алады. Немесе әділ болмауы да мүмкін. Себептер көп. Субьективті де объективті де себептер жеткілікті.

Командалар конкурстары арнайы дайындық пен экспромттан тұрады. Бұл театрға өте ұқсас. Бірақ кәсіпқой актерлер қатыспайды. Кәсіпқойлар дәрежесінде жүмыс істейтін әуесқойлар. Капитандар сайысы - экспромт болып табылады. Өкінішке орай ол әрдайым сәтті шыға бермейді. Бірақ жарыс шегіне жеткендіктен бәрі де кешіріледі. Ал қазір сайыстың көп кезеңдері экраннан алып тасталынып , монтаждалып отырады. Ал кейбір нәрселер хабар артынан қосылады. Әділқазылар алқасының түсіндірмесі де сүрыпталып беріледі. Көбісі жасырылады.

КТК-ның өнімдері ең интернационалды хабар болып қалатынын да айта кету жөн. Әрдайым тақырыбының жаңарып отыруы КТК-ң ескіруіне жол бермейді. “КТК”-на қатысушылар арасынан студент жасынан өтіп кеткен жастарды байқасақ та, “КТК” студентердің нақты шынайы портретін көрсетеді. Ал, студент дегеніміз барлығын тартатын интеллектуалды потенциал болып табылады. Жасырын камерамен өзін ашық көрсететін өмір сәттерін анық көрсетуге мүмкіндік береді.

Журналистика дүниені қалыптастырудың, танудың, сиқырын ашудың өзіндік тәсілдерін ойлап тапты. Оны білу тек журналистерге ғана емес, таңертең, түсте, кешке де теледидар алдына жайғаса кететін барша көрермен үшін қызық.

Телевизия журналистикасы туралы ілім көпшілікке қажет. Себебі күнделікті өмірде біз оның әр түрлі жанрларын пайдаланамыз. Мәселен, сұқбаттан бастап, шексіз әңгімелерге дейін, терең сараптамадан бастап, көңілді әуенді хабарларға дейін өз өміріміздің ажарын келтіру үшін қолданамыз.

ТОК –ШОУ

Нұрсұлтан Назарбаев өзінің Лондондағы Корольдік халықаралық қатынастар институтында сөйлеген сөзінде телевизияның Қазақстан халықтарының мәдениетінің дамуында агқаратын рөлі жоғары екенін атап өтті: «Республикамыздың барлық халықтары өз мәдениетін еркін дамытуына мүмкіндігі бар. Оның ішіне ұлттық мәдениет орталықтары, жеке бұқаралық ақпарат құралдары, баршаға ортақ телевизияны қолдану, өз ана тілдерінде білім алу кіреді».

Беделді жүргізуші ақпараттық бағдарламаны да, өзінің авторлық бағдарламасын да ең көп көрілетін ете алады. Ток шоудың қарапайым ақпараттан не айырмашылығы бар? Ақпараттық бағдарламаны диктор емес, журналистің жүргізуінде. Журналистің диктордан қандай өзгешелігі бар? Журналист біреу дайындаған мәтінді оқып қана қоймайды, өзі де камера алдында ойын білдіре алатындығында.

Шарапова дәл осындай. Бірақ тек Арина ғана емес. Мұндай жүргізушілер АТВ-да да жетерліктей. Мысалы, Дарья. Клебанова.

Ол тек біреудің мәтінін оқып қоймай, тікелей эфир кезінде жаңалыққа өз түсіндірмесін беріп, сюжеттер арасындағы байланысты да өзі орната алады.

Дарья Клебанова жай диктор ғана емес, ол - эфир иесі.

Мәскеуліктер Қазақстан ток шоуларын ашық сынға алады. Өздерінен төмен санайды. Жақсы жүргізушілер де жоқтың қасы деп есептейді. Бұлары орынсыз. Өйткені дәл осы Қазақстан эфирінде мықты журналистер тобы құрылды. Олар бағдарлама көркін ашады, ал кейде бүкіл арна солардың жұмысына тіреледі. Мүндай журналистер: Дарья Клебанова, Светлана Татенко, республикамыздың ең беделді адамдары қатысатын “Тұлға” хабарының жүргізушісі Жанна Ахметова, сонымен қатар “Между строк” хабарының жүргізушісі Ирина Кациева. “Открытая зона” хабарымен Сергей Дуванов, ТВМ- де жүретін “Версияның” жүргізушісі Ерік Нұршин, “31 арнадан” берілетін “Все кроме политики” хабарының жүргізушісі Станислав Малоземов, осы арнадан жүретін “Азия дауысы” музыкалық шоу жүргізушісі Мұрат Ерғалиев.

Орал университетінің “Сотрудничество в сфере массовой коммуникации” (Екатеринбург, 1995) жинағында ток шоу жайлы мақалалар жинағы бар. Ол жерде бұл жанрды ең арзан, көңіл көтеретін, авторлық деп көрсетеді: “Ток” - ағылшын тілінде “әңгіме”, “дискуссия”. “Шоу” - “көрсетілім”, “спектакль” дегенді білдіреді. Орыс тілінде жанрды “әңгімеге құрылған хабарлар” деп анықтаған дұрыс болар еді (72 бет). Телевизияда да негізгі мәселе осы сөз бен көрініске тіреледі. В. Саппак былай есептеген: “Әрине, біз бірінші кезекте көреміз, ал одан соң барып естиміз” (В. Саппак. Телевидение и мы. М., 1963 ж., 138 бет.). Андронников та сөзді құрметтеген: «Телевизия өнерінің негізі деп көрініс қатарын есептеп келдік. Ал біздің жақтайтынымыз -телевизиядағы ең бастысы көрерменге арналған сөз (Искусство кино, 1963, 2 нөмір, 101 бет)». Ал аталған тұлғалық хабарлар қатарына жаңаларын қосуға болады. Бұл Урмас Оттаның “Телевизионное знакомство” хабары, 1996 жылы Черномырдиннің қолынан орден алған Эдуард Сагалаевтың “12 этаж” хабары, Владимир Молчанов жүргізетін “До и после полуночи”, Владимир Познердің “Мы” бағдарламасы, Артем Боровиковтың “Совершенно секретно” ток шоуы, Евгений Киселев жүргізетін “Итоги” хабары. Оларсыз қазіргі телевизияны елестету қиын. Ток шоу нағыз журналистік шығармашылық екені белгілі.

Телевизия бұқаралық ақпарат құралдарының тағы бір түрі ғана емес, ол осы саладағы басты құрал болып табылады. Қалыптасқан журналистика жанрларының барлығына дерлік жаңаша көзқарас әкелді. Бұрындары ашылмаған қырларын әлемге паш етгі. Жаңа әдістер ұйымдастырылды. Журналистикаға жаңа пішіндер мен жанрлар сыйлады. Масс-медиа қазір тек төртінші билік ретінде ғана емес, демократияның кепілі ретінде қабылданады. “Қоғамдық сақшы” сөзі де осыдан шыққан. Жаңа технологиялар арқасында әлі де хабарлардың шығуына жол берілмейтін мемлекеттерден де ақпарат алуға мүмкіндік молайды.

ҚОРЫТЫНДЫ

Журналист болу үшін өмірлік дайындықтар: білім, рухани тазалық, өмірлік тәжірибе креек, сонымен қатар адал да, қалтқысыз қызмет етуге бейімдегені жөн. Әр журналистің өз жұмыс істеу тәсілі тәжірибе арқылы қалыптасады. Журналист шындықты жазып, барлық оқиғаларға журналистік көзбен қарауы керек. Оқиғаның анық-қанықтығына көз жеткізу ең маңызды жай. Бұл тұрғысында ғалым М.Барманқұлов: «...Питер Арнет Израильдегі жергілікті тілшілер қосынынан Бағдатқа жіберілген . Ел басына төнгелі тұрған қиын кезеңде әріптестеріне көмек беруге келген еді. (шындығында соғысты қай жақ бірінші болып бастағаны маңызды болатын)

Питер соғыс міндетті түрде болады деген пікірге келеді де, сол жерде қалатынын айтады. Арнет көптеген соғыстарды көрген. Ол Вьетнамдағы соғыста “Ассошиейтед Пресс”телеграф агенттігінің тілшісі болған. Сондағы репортерлік жұмысы үшін марапат алған.Оның Иранмен болатын соғыс жақындағандағы тәжірибесі өте құнды болды.

Тек Джон Холиман ғана Бағдатқа тура уақытында жіберілген болатын. Оқиға болған жерден тікелей ақпарат тарату еді оның қызметі. Соғыстың басталуына бірнеше күн қалғанда соғыс жайлы хабарлар бере бастауы керек еді. Оған да күрделі тапсырма берілген. Ол Бағдатта аса қауіпті жағдай болғанша қалуы керек-ті.

Бұл журналистер соғыс уақытында қауіпсіз аймаққа кетпей, атыс-шабыс ортасынан репортаждар жіберіп тұрды. Сол арқылы да олардың есімдері үлкен атаққа ие болды.

... Бағдаттан жіберілген арнайы репортаждар, одан кейін сұқбат - олардың үшеуін де эфирдің қаһарманы етті.

Оларды сыйақы, жалақының көбеюі күтіп түр ма? Жоқ. Олардың жасағанына сыйақы берілмейді. Дегенмен журналистердің абыройының көтерілуі олардың апта сайын алатын қаламақыларына міндетті түрде әсер етеуі

мүмкін»,- деп жазды. Нағыз журналист өмірде осылай еңбек етуге, осылай өмір сүруге тиіс.

Журналистиканың басты міндеті- халықты тек қана объективті, жан-жақты, анық ,шынайы хабарлармен қамтамасыз ету . Сондықтан деректі фактілерге сүйенген жөн. Мәселенің анық-қанығына көз жеткізбей, кездейсоқ фактіге сүйену , құбылысты дұрыс бағалай алмау дұрыс қорытынды жасауға кедергі жасайды.

Журналист қателеспеуі керек. Ондай болған жағдайда мың мыңдаған қателіктің зияны тиюі мүмкін. Елдің санасында «радиодан айтты», «газетте жазды» деген ұғым қалыптасқан, сондықтан журналист жазған материалға сеніммен қарайтыны үнемі ескерілуі керек. Журналист шығармашылығы арқылы қоғамға қызмет етеді. Ол редакцияда материалдарды ұйымдастырып қана қоймайды, өңдейді, шығармашылықпен айналысады. Бұл үшін оған әрине, интеллектуалдық білім, қабылет, зеректік керек.  
Сонымен бірге тіл, сөз байлығын қажет.

Жұмыс барысында журналиске әртүрлі жағдай кездесуі мүмкін. Яғни одан жан-жақты хабардарлық, білімділік, тез арада шешім шығара алушылық қасиет те қажет.Журналист әрқашан өз білімін теориялық жағынан толықтырып, тәжірибе жинап, ізденіп еңбек еткені ләзім. «Хабардың жүргізушісі болу – жауаптылықты талап ететін, ауыр жұмыс. Миллиондаған көздер сенің әрбір қимылыңды әркез аңдып отырады»,- деп жазады электронды журналистика зерттеушісі М.Барманқұлов. Яғни, журналистің , осындай қиын да қызықты мамандықты таңдаған адамның тек жазуды ғана меңгергені аздық ететінін меңзеп отыр. Телерадио журналистиканың қыр-сырына қанығу, толыққанды тәсілдерді игеру – уақытқа ғана емес, қарым-қабілетке тікелей байланысты екенін өмір өзі көрсетіп келеді.

ӘДЕБИЕТТЕР:

1.Казахстан и глобальные вызовы современности: материалы научно-практической конференции (Алматы, 19 мая 2010г.) Отв. ред. Б.К. Султанов. – Алматы: КИСИ, 2010.- 120 с. (5).

2. Европа и глобальные проблемы современности. М., 2020.

3. Шишков Ю.В. Интеграционные процессы на пороге XXI века. - М., 2001.

2. Корб Алекс. Восходящая спираль. М., 2017.

4. Уотсон Питер. Эпоха пустоты. – М.: Эксмо, 2017.

5. Назарбаев Н.Ә. Ұлы даланың жеті қыры // Айқын, 21 қараша 2018.

**Интернет көздері:**

1.http://www.americanscientist.org/ – сайт журнала «American Scientist».

2.  <http://humanism.al.ru/ru/articles.phtml?num=000148>

3. [http://www.uni-ch.ru/public/swiss/p05\_FNS7\_02.htm](http://www.uni-ch.ru/public/swiss/p05_FNS7_02.htm %0d4)

[4](http://www.uni-ch.ru/public/swiss/p05_FNS7_02.htm %0d4).  <http://pressaudit.ra/rynok-nauchno-populyarnyx-zhurnalov-analiticheskij-obzor/>

5.IJNet – [Набор инструментов для мультимедийной журналистики](https://ijnet.org/en/toolkit/multimedia-journalism)

 6.[Demystifying Media](https://soundcloud.com/demystifying-media),  [@damianradcliffe](https://twitter.com/damianradcliffe).

**МАЗМҰНЫ**

**КІРІСПЕ 4-5**

**Қазақстандық және әлемдік журналистика мәселелері 6**

ҒАЛАМШАРЛЫҚ АҚПАРАТ 6

СИ-ЭН-ЭН ҚАЗАҚСТАНДА.. 7

СИ-ЭН-ЭН САТЫЛДЫ! 8

ТЕЛЕВИЗИЯНЫҢ ЖӘНЕ КОМПЬЮТЕРДІҢ СИМБИОЗЫ 8

Интернет және Қазақстан 9

ИНТЕРНЕТ ЖӘНЕ СӨЗ БОСТАНДЫҒЫ 10-14

**СИ-ЭН-ЭН - кәсіби біліктілік шыңы 15**

СИ-ЭН-ЭНДІ ПРЕЗИДЕНТТЕР КӨРЕДІ 16

ЖЕДЕЛДІК ЖӘНЕ ТЕК ЖЕДЕЛДІК 17-18

СИ-ЭН-ЭН ТЕК МӘЛІМЕТТЕР БЕРЕДІ, ОНЫ САРАПТАЙТЫН КӨРЕРМЕН 19-22

СИ-ЭН-ЭНДЕ САНДАР СӨЙЛЕЙДІ 23-24

ТЕЛЕКОМПАНИЯНЫҢ ЖҮРЕГІ - ТЕД ТЕРНЕР 25-26

БІЗ «СИ-ЭН-ЭН – ЕКІНІ» КӨРІП ОТЫРМЫЗ 27

ЖОҚ, БІЗ «СИ-ЭН-ЭН ҮШТІ» КӨРІП ОТЬІРМЫЗ 28-29

ЖАРНАМА- ИГІ ІСТЕР ҮШІН 30

АМЕРИКАНДЫҚ БӘСЕКЕЛЕСТЕР АРАСЬІНДАҒЫ СИ-ЭН-ЭН 31-33

СОҒЫС КЕЗІНДЕГІ «МИР» 34-39

**ҚАЗІРГІ АҚПАРАТ ТАРАТУ ӨНЕРІ 40**

ЕШ НӘРСЕ ЖӘНЕ ЕШТЕҢЕГЕ 41-44

САПАЛЫ ӘРІ ТАНЫМАЛ АҚПАРАТ 45

АҚПАРАТТЫ МОНОПОЛИЗАЦИЯЛАНДЫРУҒА ҚАРСЫ КҮРЕС 46

МУЛЬТИ-МЕДИА 47

ТРАНСҰЛТТЫҚ КОРПОРАЦИЯЛАР 48

АҚПАРАТ ПЕН САЯСАТКЕРДІҢ ИМИДЖІ 49-51

АҚПАРАТ ЖӘНЕ ТІЛ 52

ДЕРЕКТЕРДІ МОНТАЖДАУ 53

ФАКТІЛЕРДІ ЖИНАҚТАУ 54

ТЕҢДЕСТІРІЛГЕН АҚПАРАТ 55-57

**Ақпаратта әзілдің қолданылуы 58**

МУЗЫКА, ИНТОНАЦИЯ, ИНТЕРШУ 59

ДЕРЕК ЖӘНЕ ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ БАҒЫТТАЛУ 60-61

АҚПАРАТ БЕРУДЕГІ ЖЕДЕЛДІЛІК 62

АҚПАРАТТА ҚАУЕСЕТТІҢ БОЛМАУЫ 63

АҚПАРАТ ЖӘНЕ САЙЛАУ.ЗОНДАЖДАР 64

САЙЛАУШЫЛАР ЖӘНЕ СЕРВЕРЛЕР. ИНТЕРНЕТ 65

“ТАЙМ” ГАЗЕТІ ЕЛЬЦИН САЙЛАУЫ КЕЗІНДЕГІ АМЕРИКАНДЫҚ КЕҢЕСШІЛЕР ТУРАЛЫ 65-67

ЭКОНОМИКАЛЫҚ АҚПАРАТ 68-71

АҚПАРАТ ЖӘНЕ ПІКІР АЛУАНДЫҒЫ 72-75

ТЕЛЕВИЗИЯЛЫҚ БАҒДАРЛАМАЛАР 76-79

АҚПАРАТ КЕҢІСТІГІ: АРМАН МЕН ШЫНДЫҚ 80-81

АҚПАРАТ ЖӘНЕ ҰЛТ 82-83

ТЕЛЕВИЗИЯ ДӘУІРІНДЕГІ АЗ ҰЛТТАР МӘСЕЛЕСІ 84

МАСС-МЕДИА, ХАЛЫҚ, БИЛІК 85-86

МАСС-МЕДИА КІМГЕ ҚЫЗМЕТ ЕТЕДІ? 87

ЦЕНЗУРА 88

ЖАЛҒАНДЫҚ ПЕН “ДЕЗА” (ТЕРІС АҚПАР) 89

БАСҚАША ОЙЛАУҒА ТОСҚАУЫЛ 90-91

“ТӨРТІНШІ БИЛІККЕ” ҚАРСЫ ШАБУЫЛ 92-93

ПЕРСОНА НОН-ГРАТА 94

АҚПАРАТ ЖӘНЕ ЖАРНАМА 95-99

ҚИЛЫБЛЕВ ПЕН БЕКМАМБЕТОВТЫҢ КЛИПТЕРІ 100-104

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЖАРНАМА 105

АҚПАРАТТЫҢ БЕЙНЕҚАТАРЫ 106-108

**Тележурналистикадағы жанрлар топтамасы 109**

СҰҚБАТ 108-110

Сұрақ қоюшының мінезіне қарай алынатын сұқбат түрлері 111-113

ПРЕСС – КОНФЕРЕНЦИЯ 114-120

Қоғаммен жұмыс хатшысы /паблик рилейшнз/- 121-130

СҰРАҚТАР ЖУРНАЛИСКЕ ТИЕСІЛІ, ЖАУАП - СҰҚБАТ БЕРУШІГЕ 131

«ДӨҢГЕЛЕК ҮСТЕЛ» БАСЫНДАҒЫ ӘҢГІМЕ 132-134

ТЕЛЕКӨПІР 135-142

РЕПОРТАЖ 143-148

ТЕЛЕВИЗИЯЛЫҚ РЕПОРТАЖДАР ТҮРЛЕРІ 149-156

ТЕЛЕВИЗИЯДАҒЫ ОЧЕРК ЖӘНЕ ДЕРЕКТІ ФИЛЬМ 160-162

ТЕЛЕФИЛЬМНІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ 163-167

ЖАҒДАЙЛАРҒА ҚАТЫСТЫ ҚОЛДАН ЖАСАЛҒАН БАҒДАРЛАМАЛАР 168-169

ТОК –ШОУ 170-173

ҚОРЫТЫНДЫ 174-175

ӘДЕБИЕТТЕР: 176-177