

ЖАҢА ҚАЗАҚСТАН ЖУРНАЛИСТИКАСЫ: ДАМУ БАҒЫТЫ

Зарина Сабыржанқызы sabyrzhanzarina05gmaill.com «Журналистика және ақпарат» білім бағдарламасының 3 курс студенті Х.Досмұхамедов атындағы Атырау университеті, Атырау қаласы, Қазақстан Республикасы Ғылыми жетекшісі: аға оқытушы Ахонова Мерует Иманғалиқызы

Соңғы жылдары елімізде ақпараттық қоғамдағы саяси коммуникацияны зерттеу белсенді жүргізіліп, ғылыми мектептер қалыптасты. Бұл - Еуразия елдеріндегі саяси коммуникацияның 310 теориялық, әдіснамалық және практикалық негіздерін зерттеуге, соның ішінде Қазақстанның саяси жүйесінің ерекшеліктерін ескере отырып, өз аймағының одан әрі дамуы үшін жасалған маңызды қадам. Елімізде болып жатқан мұндай өзгерістер қоғамдық санамен тығыз байланысты қызмет салаларын қайта қарауды талап етеді. Бұқаралық ақпарат құралдары қазіргі қоғамның маңызды институттарының бірі. Олар алуан түрлі функцияларды орындайды: ақпараттандыру, тәрбиелеу, көңіл көтеру. Сонымен қатар елде және әлемде болып жатқан маңызды құбылыстар мен оқиғаларды қабылдау және түсіндіру де бұқаралық ақпарат құралдарының көмегімен жүзеге асырылады. Елімізде ХХІ ғасырда бұқаралық ақпарат құралдары саяси салаға тереңірек еніп, шындықты бейнелеу мен құрудың маңызды құралдарының біріне айналды. Бұқаралық ақпарат құралдарының заң шығарушы, атқарушы және сот билігімен қатар «төртінші билік» деп аталуы да сондықтан. Қазіргі заманғы саясатты баспасөзсіз, радиосыз және теледидарсыз елестету мүмкін емес, біздің еліміздегі қазіргі өзгерістерде бұқаралық ақпарат құралдарының рөлі зор. Баспасөз құралдарын еліміздегі ғалымдар, сарапшылар зерттеп, үнемі талқылап отырады. Бұқаралық ақпарат құралдары мәселелері «Журналист», «Эксперт», «Баспасөз» және басқа да басылым беттерінде ұдайы көтеріліп келеді. Соңғы кездері зерттеушілер бұқаралық ақпарат құралдарын этатизациялау туралы көбірек айтуда, бұл саяси шындықты бейнелеуде де айқын көрінеді. «Біз біртүрлі уақытта өмір сүріп жатырмыз. Соғыс жаңа кеңістікке көшті. БАҚ ұрыс алаңына айналды және бұл жаңа қақтығыста жақсы мен жаманды ажыратып алу қиын. Кімнің мейірімді және кімнің қатыгез екенін түсіну де күрделі. Сол үшін арнаны ауыстыру керек. Себебі қарсыластар орындарын жиі алмастырып жатыр» [1]. Француз публицисі Фредерик Бегбедердің бұл пікірімен келіспеске болмас. Себебі ХХІ ғасыр ақпараттың шекара таңдамайтынын, адамзаттың күн санап «құбылып», әлемдік прогрестің бір орында тұрмайтынын сәт сайын сезіндіріп жүр. Ендеше, Жаңа Қазақстанның журналистикасы қандай болуы керек? Осы орайда отандық медиасала маманы журналист, PhD докторы Алма Сайлауқызы: «Жаңа Қазақстан журналистикасын демократиялық принциптерге негізделген еркін, ашық, тәуелсіз, сыни журналистикаға айналдыру керек» - дейді [1]. Халқымыз кәсіби журналистердің нақты, шынайы, деректі ақпаратына жүгінуі керек. Сол кезде журналистика төртінші билік мәртебесіне ие болар еді. Сайып келгенде бұл қоғам дамуы үшін өте маңызды. Ақпараттық технологиялардың осы заманғы дамуы, шектеусіз әлемдік рынокқа шығу, бүкіл дүниежүзімен сауда жасау мүмкіндігі, бүкіл әлеммен байланысқа түсу, басқа елдерден үйрену, өзге халықтардың мәдениетін білу арқылы рухани баю – мұның бәрі қазіргі дүниенің бізге беретін нәрсесінің бір бөлігі ғана. Коммуникация түсінігінде адамзаттық, субъективтік, жеке тұлғалық факторлар аса маңызды. Коммуникациялық үрдістерде коммуниктордың құндылық бағыты, психологиялық әсері, көзқарасы, әдеті негізгі рөл атқарады [2]. Ақпарат құралдары және коммуникацияның әлемдік өркениет тарихындағы негізгі дамуын мынадай кезеңдерге бөліп қарауға болады: Бірінші кезең - б.з.д. IX-I ғасыр. Бұл кезеңде ақпарат таратудың қағаздық емес құралдары дамыған. Ежелгі Египетте - папирус, Вавилонда - тері, Ежелгі

Қытайда - тақталар ақпарат тарату құралының қызметін атқарған. Ал, түрік қағанаты ақпараттарды тасқа қашап жазыпты. Күлтегін және Тоныкөктегі ақпараттар біздің бұл сөздерімізге дәлел бола алады. Екінші кезеңі, I-XV ғасыр, қолжазба дәуірі деп аталады. Тұңғыш қолжазба б.э.д. VIII ғасырда Қытайда пайда болған, айталық «Дибao» газеті. Эволюцияның үшінші кезеңі (XV-XVIII ғ.) 1440 ж. Иоганн Гутенбергтің баспа станогын айтуға болады. Aviso (хабарландыру) Post, News, Zeitung, Relation деген атауымен белгілі алғашқы ақпараттық баспасөздері хабарландыру мен сауда ақпаратын жариялаған. Венецияда 311 жаңалықтар парақшасын бастапқыда екі тиын күміс ақшаға сатқан. Күміс ақшаны «газетта» деп атаған. Төртінші кезең XVIII ғасырдың соңы мен XX ғасырдың басын қамтиды. Бұл журналистиканың қоғамдық институт ретінде қалыптасуымен сипатталады. Осы кезеңде бұқаралық ақпарат құралдары саясатқа араласты, мемлекет баспасөзге бақылау жасай бастады. Газет шығаруға лицензия алу, баспа жайлы алғашқы заң күшіне енген, цензура пайда болды. Бұқаралық ақпарат дамуының бесінші кезеңінде (1900-1995) радио мен телевидение пайда болған. Бірінші радио бағдарлама 1907 жылы, телебағдарлама 1920 жылы эфирге шықты. Эволюцияның алтыншы кезеңінде (1955-1990) электронды бұқаралық ақпарат құралдары позициясының негізі қаланды. Ақпаратты жинау, сақтау және таратуда компьютерлік техникаларды меңгерумен, қолданумен есте қалады [3]. Бүгінгі күні жоғары деңгейде дамыған ақпараттық технологиялардың нәтижесінде, АҚШ әлемдік ақпарат нарығында басты позицияны ұстануда. Американдық экспортта ақпарат өндірісі жыл сайын 250 млрд. доллармен өлшенеді. Бұл олардың қорғаныс өндірісінен кейінгі екінші орынды алатындығын көрсетеді. Оған қоса, Құрама Штаттар әлемдегі ең ірі ақпарат өнімдерін өндірушілер мен сатушылар. Ақпарат өнімдерін мысалы, фильм, телебағдарлама, журналдарды өз елдерінде шығарған, шет елдерден сатып алған тиімді. Тағы бір басты нәрсе, біраз елдерге ақпарат көзін өздерінде құрғанша, батыстық агенттіктерден сатып алған оңай. Осыған байланысты бүгінгі таңда ақпарат нарығындағы жаһандану экономикалық сипат алып отыр. Қазір ЮПИИ, Ассошеитед Пресс, Рейтер, Франс-Пресс, ИТАР-ТАСС секілді ірі әлемдік ақпарат агенттіктерінің маңызы зор. Бүкіл әлемдік жаңалықтарды жинап, оны жер жүзіндегі барлық бұқаралық ақпарат құралдарына таратумен айналысты. 90-жылдардағы «темір құрсаудың алынуы», «Берлин қабырғасының құлауы» секілді ақпарат саласында болған елеулі оқиғалар біраз елдердегі ақпараттық үрдістердің жаһандануына, біртекті әлемдік ақпараттық кеңістіктің құрылуына мүмкіндік берді. Әйтсе де нәтижесі әр елде әртүрлі болды. Дамыған елдерде ақпараттық, сонымен бірге идеологиялық мүмкіндігін, дамушы елдерге әсер ету мүмкіндігімен сабақтастыруға септігін тигізді. Ал, ақпараттың тәуелсіз болуы нашар дамыған елдердің этникалық және тілдік саласына қауіп төндірді. Бұл үрдіс - әлемдік деңгейде елдердің байланысына, олардың ақпараттық стандарт пен мүмкіндігіне, әлемдік өркениеттің гуманитарлық, демократия бастауының дамуына, коммуникациялық құралдардың әсерінен күшеюіне әсер етті [3]. Байланыс, қарым-қатынасты білдіретін коммуникация элементтері тарихта жиі кездеседі. Қазақ халқы сөзге тоқтаған, бас иген, сөздің қадірін түсініп, дәріптеген. Адамзаттың ақыл-ойы туғызған небір ғажайыптар ішіндегі уақыт сынына төтеп беріп, адамзатпен жасасып келе жатқан ең көне, құдіретті өнер – ол сөз өнері. Дүниені билейтін - сөз, сөзді билейтін - атақты шешендер, би-көсемдер, ақын-жыраулар екені әлімсақтан белгілі. «Сөзін билікпен айту - шешеннен, билігін биіктен айту - көсемнен, ерлігін жүрекпен таныту - батырдан, күшін білекпен білдіру - палуаннан» десек, өмір мәнін, бүгінгіні байқап көре білу, болашақты болжап жұртқа жеткізу, таныту коммуникациялық қызмет. «Билікпен айтқан шешен сөзін де, биліктен айтқан көсем сөзін де, ерлігін жүрекпен танытқан батыр тұлғасы мен ісін де, күшін білекпен білдірген палуанның қажыр-қайратын да» елге жеткізуші журналист. Тарихта ерекше орын алатын Абылай ханның Ақ Ордасында алысты

болжаған абыз, ақиқат ақберені Бұқар жыраудың ақылмандық қызмет атқарғанын жақсы білеміз. Бұқар жырауды сол кездегі PR маманы деуге болады. Ол «өнер алды - қызыл тіл» деген мақалдың даналығын әбден ұғынған адам. Сөз өнерінің қиындығын да, қадірін де білген. Сондықтан: «Ел бастау қиын емес - қонатын жерден көл табылады. Қол бастау қиын емес - шабатын жерден ел табылады. Шаршы топта сөз бастаудан қиынды көргенім жоқ» - дейді [4]. Яғни, сөз арқылы 312 коммуникациялық байланысқа түсудің мәні мен маңызын сипаттайды. Бұл жерде біз шешендік өнерді коммуникацияның каналы ретінде қарастыра аламыз. Бұқар жырау қазақ халқының жоңғар басқыншылығы тұсында, елдің болашағы қыл үстінде тұрған кезде өмір сүріп, сол алмағайып замандағы күрделі мәселелерге өз жырларымен жауап бере білген. Осындай ауыр сәттерде Абылай ханға дұрыс кеңес беріп, ел - жұртты басқыншы жауға қарсы күресте біріктіруге, бір тудың астына топтастыруға күш салған. Өзінің саяси - әлеуметтік мәнді жыр-толғауларымен сол жалынды күрестің жыршысына айналған. Бұл жырлардан бүгінгі саяси коммуникацияның элементтерін көруге болады. Бұқаралық ақпарат құралдарындағы жаһандандудың негізгі үш бағытын бөліп қарауға болады: 1. Бұқаралық ақпарат құралдарының ақпараттық әсерін әлемнің көптеген елдеріне тарату. 2. Бұқаралық ақпарат құралдарының трансұлттық корпорацияларда жинақталуы, әртүрлі коммуникациялық жүйелердің біртектес желіге қосылуы. Бүгінгі таңдағы PR мамандары мен агенттерінің жұмыстарының негізгі бағыттарының бірі де бұқаралық ақпарат құралдарымен жұмыс істеу. БАҚ (бұқаралық коммуникация) - ұйымдастырушылық техникалық кешендер. Олар бұқаралық аудиторияға арналған сөздік, бейнелік, музыкалық ақпараттарды таратумен, өңдеумен, жинаумен шұғылданады. Қоғамдық пікірді қалыптастырудағы бұқаралық ақпарат құралдарының қызметі оның «төртінші билік» ретінде қалыптасуына ықпал етеді [5]. Жаңа Қазақстан деген тек саяси немесе экономикалық өзгерістермен шектелмейді. Азаматтардың санасын жаңарту, қоғамдық пікірді еркін қалыптастыру және мемлекеттік институттардың ашықтығын қамтамасыз ету де негізгі міндеттерінің бірі. Мұндай өзгерістер кезінде журналистиканың миссиясы арта түседі. Ол – халық пен билік арасындағы көпір, қоғамдық бақылаудың негізгі тетігі, сонымен қатар демократиялық құндылықтардың насихатшысы. Бұл кезеңде журналистер ақпаратты тек жеткізуші емес, елдің болашағына ықпал ететін қоғамдық пікір көшбасшылары болуға тиіс. Қоғамдық пікір қалыптастыру арқылы азаматтардың саяси сана-сезімі мен белсенділігін көрсетуі мемлекет үшін аса маңызды. Осы ретте бұқаралық ақпарат құралдары азаматтарға өркениет құндылықтарын сіңіретін, еліміздегі саяси жаңаруларды өмірге енгізуге үлес қосатын демократиялық институт болып есептеледі. Сондықтан идеологиялық қару ретінде бұқаралық ақпарат құралдарына үлкен жауапкершілік жүктеледі. Олар кәсіби этика, бейтараптық, шынайылық сынды құндылықтарды басшылыққа ала отырып, қоғамды конструктивті бағытта дамытуға атсалыса алады. Бұл үрдіс дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарын жаңа форматқа көшуге мәжбүрледі. Енді редакциялар тек газет немесе телехабар ғана емес, сонымен қатар веб-сайттар, YouTube каналдар, TikTok және Instagram парақшалар арқылы да аудиториямен жұмыс істеуі қажет. Цифрлық медианың негізгі ерекшеліктері: • Интерактивтілік: Көрермендер мен оқырмандар тек ақпаратты қабылдап қана қоймай, оған пікір білдіріп, таратып, тіпті жаңалық жасаушыға айналады. • Жаһандық бәсеке: Қазір қазақстандық БАҚ әлемдік медиа нарығымен қатар өмір сүріп отыр. Бұл олардың сапаға, мазмұнға және форматқа қойылатын талаптарын арттырады. • Фейк ақпараттармен күрес: Жалған ақпараттың таралуы цифрлық журналистиканың басты мәселелерінің бірі болып тұр. Сол себепті фактчекинг пен ақпаратты тексерудің маңызы артып келеді. • Мультимедиа мүмкіндіктері: Бейне, аудио, инфографика мен анимацияны қолдану журналистиканы көрнекі әрі тиімді етуге мүмкіндік береді. Цифрлық медиа саласында бәсекеге қабілетті

болу үшін журналистер тек мәтін жазу шебері емес, сондай-ақ контент продюсер, SMM маманы, бейнежурналист және аналитик бола білуі керек. Мәселен, бір оқиғаны бірнеше форматта ұсыну (мәтін, бейне, инфографика, подкаст) – заманауи журналистің басты дағдыларының бірі. Қазіргі таңда аудитория енжар тыңдаушы емес, белсенді тұтынушыға айналды. Журналистикада қоғамдық пікірді зерттеу, аудиторияның сұранысын ескеру маңызды бола бастады [6]. Халық шынайы, бейтарап, сапалы ақпаратқа зәру. Бұл журналистиканың жауапкершілігін арттырады. Контент жасауда мына факторлар ескерілуі тиіс: • Аудиторияны сегменттеу; • Аймақтық және жергілікті БАҚ-ты қолдау; • Жастар аудиториясына бейімделу; • Мемлекеттік тілдегі сапалы контент жасау. Жаңа Қазақстан жағдайында журналистика қоғамдағы өзгерістердің белсенді қатысушысына айналуы тиіс. Ол үшін журналистер кәсіби тұрғыдан дамып, жаңа технологияларды меңгеріп, қоғам алдындағы жауапкершілікті сезіне білуі қажет. Ақпарат таратуда ашықтық, бейтараптық пен сапа басты критерий болуы тиіс. Журналистика – бұл жай ғана мамандық емес, ол – елдің тағдырына әсер ететін маңызды қоғамдық институт.

Қолданылған әдебиеттер тізімі: 1. Әділжан Б. «Жаңа Қазақстан журналистикасы: даму бағыты». «Егемен Қазақстан» газеті, 27 мамыр, 2022 ж. 2. Балабекұлы Д. Қазіргі заманғы Қазақстанның ақпараттық кеңістігі: әлеуметтік философиялық талдау: филос. д-ры (PhD) дәр.... дис.- Алматы. 2020. - 122 б. 3. Негодаев Н.А. На путях к информационному обществу / Н.А. Негодаев. - Ростов н/Д.: ДГТУ, 1999. — 247 с. 4. Әбілқасов Ғ.М. Қазақ халқының философиялық әдеби мұралары –әлемдік гуманистік рухани мәдениеттің інжу-маржаны. Әйгілі қазақ ақындары мен жыраулары // Мәдениет, дәстүр және өзіндік ерекшелік [Мәтін]: – Қарағанды, 2015. – 97 б. 5. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. - М.: ООО «Издательство «АСТ», 2002. - 776 с. 6. Белл Д. Социальные рамки информационного общества / Д. Белл // Новая технократическая волна на Западе. - М.: Прогресс, 1986. - С. 330–342.