

ЖАПАРКУЛОВА А. Ж., МАМЫШЕВА Ж. А.
Ж. Баласагын атындагы КУУ, Бишкек
ZHAPARKULOVA A. ZH.MAMYSHEVA ZH.A.
J. Balasagyn KNU, Bishkek
zhaparkulova92@list.ru

ЖЕРГИЛИКТҮҮ ИНТЕРНЕТ МААЛЫМАТ АГЕНТТИКТЕРДИН ИШМЕРДҮҮЛҮГҮ
ЖАНА АЗЫРКЫ КООМДОГУ ОРДУ

Деятельность отечественных информационных интернет-агентств и их роль в
современном обществе

Activity of local Informational Internet-agencies and their role in modern society

Бул макалада ата мекендик интернет маалымат агенттиктердин ишмердүүлүгүн, коомдогу ордун изилдөөгө алуу актуалдуу болуп саналат. Анткени, бүгүнкү күндө интернет маалымат агенттиктер массалык маалымат каражаттарынын функцияларын аткарып келүүдө.

Урунттуу сөздөр: маалыматтык интернет агенттик; массалык коммуникация; интернет коммуникация; онлайн пресса; ММК.

В этой статье исследуется деятельность отечественных информационных интернет-агентств в современном обществе, которая является актуальной на сегодняшний день, т.к. интернет-агентства выполняют функции СМИ.

Ключевые слова: информационные интернет-агентства; массовая коммуникация; интернет-коммуникация; онлайн пресса; СМИ.

This article explores the activity of local Informational Internet agencies and their role in modern society, nowadays which is one of the actual issues, because Internet agents function as mass media.

Keywords: information internet- agencies; mass communication; internet-communication; online press; mass media.

XXI кылым бул «маалымат кылымы» деп айтылып жаткандан кийин, маалыматка болгон окурмандардын (керектөөчүлөрдүн) муктаждыгы ошончолук арбыды. Ошол маалыматка болгон муктаждыктардын кешугунен улам интернет маалымдоо агенттиктерине да кундон-кунго, жада калса мунот сайын маалыматка болгон суроо талап кеңейүүдө. Бул эмненин белгиси? Албетте бул - бугунку кундо адамдардын маалыматка болгон муктаждыгы аба-суудай керек экендигинде. Учурда биздин жергиликтуу интернет маалыматтык агенттиктер эл аралык масштабдагы аты чыккан интернет маалымдоо каражаттарына тең келбесе дагы, алардан кем калышпастан бир топ эле маалыматтык кучке эгедер болуп, өз аудиториясын топтогонго да улуурушту.

Эгемендуулукту алган жылдардан тартып, коомдук пикирди калыптандырууда Кыргызстандагы массалык маалымат каражаттарынын бир тармагы катары интернет маалымат агенттиктери кунден-кунге таасири артууда. Демек, ар кунку жаңы сыясы кургай элек куш - кабарларды, жаңылыктарды коомго даярдап жеткирууде жалаң гана теле-радио менен гезиттерде иштеген журналисттер эмес, аларга чейинки этапта маалыматтын баштапкы булаты катарында маалымат

интернет агенттиктеринин кызматкерлерине тийиштуу эмгек жатканынан кабар берет. Мындай агенттиктер сутка бою тынымсыз иштеп дуйнелек маанидеги окуя кабарлардан тартып, иштеген чөлкөмүнө жараша республикалык же жергиликтуу маанидеги маалыматтарды таратууга зор көмөкчү болуп келет.

Интернет маалымат агенттиктер тандап алган же сунуштаган кызматтардын масштабы агенттиктин езунун даражасына же мумкунчулугуне жараша болот. Башкача айтканда кабарчылардын саны, башка аймактардагы екулчулуктердун санына карал канчалык кеңири аймакты камтый ала тургандыгын аныктайт. Көп учурда мындай интернет маалымат агенттиктер башкы кеңсеси жайгашкан елкенун ар бир аймагында жана езунун тандоосу боюнча чет мамлекеттерде дагы екулчулуктерун тузет. Ал екулчулуктер бир эле учурда башкы кеңсенин тапшырмасы, кеземелу астында иштей дагы, ошол эле маалда жергиликтуу денгээлде ез алдынча редакциялык уюм катары кызмат керсете алат. Биринчи учурда агенттиктин екулчулугу кеңири аудиторияга эсептелген маалыматтарга басым жасайт, ал эми экинчи учурда чакан аймак же жергиликтуу маанидеги кабарларды таратуу менен алектенет. Алар ездеру топтоп, иштеп чыккан

маалыматтарды жеке каналдары аркылуу же езуунун сайты, кызматташкан теле-радио каналдардын жардамын колдонот болбосо енектеш сайттар, маалымат айдыцында иштеген каражаттар аркылуу таратуу мумкунчулугуне ээ [1, 64-656.].

Биз белгилегендей интернет маалымат агенттиктери азыфкы улуттук маалымат каражаттарынын ишмердигинде маалыматтык камсыздоону жургузуп турган борбордук орган катары кызмат кылып келет. Экинчи жагынан маалымат каражаттарында иштеген журналисттер маалымат топтоп, аны иштеп чыгуу жагынан кыйла тажрыйбалуу адистер жана алар даты ез ишмердигинде эц акыфкы улгудогу техника, технологияларды колдонууга етуп жатышат. Ошондуктан интернет маалымат агенттиктери барган сайын ишин ыкчамдатып, улам кучтоп, улам жацы децгээлге жеткируунун аракетинде болуусу зарыл. Ал учун ар бир агенттик езуно гана тийиштуу стилин иштеп чыгып маалымат каражаттарынын болушунча коп санын езуно тартуусу керек. Анын аркасында ал агенттиктин жасаган иши кецири тарап, коомчулукка жеткиликтуу болуу мумкунчулугун алат. Ошол эле мезгилде журналистикага жацы стилдик форма Киргизии, анын внугуусуно салым кошо алат [5, 87-97 б.].

Бугунку кундв жергиликтуу интернет маалымат агенттиктери жен гана маалыматты таратуучулар эмес, маалыматтын маанисине, актуалдуулугуна баалуулугуна каран соодалай алган жана талапка ылайык кызмат кврсвтуунун турун сунуштоочу уюмдарга айланды. Мисалы: «sputnik.kg» интернет маалымат агентитктиги Кыргызстандын жана дуйнвнун же кайсы бир мамлекеттердин алдыцкы телерадио каналдары, мезгилдуу басма свз каражаттары менен келишим тузуп, алардын твлве мумкунчулугуне жараша маалыматтар топтомун сунуштап сатат. Андай маалымат топтомдору маанилуулугунв карап 1, 2, 3, 4 деген сандык тартип менен белгиленип, сандык тартиби боюнча мааниге жана баага татыйт. Азыфкы маалымат агенттиктеринин дагы бир артыкчылыктуу жаты алардын материалдарды иштеп чыгууга квцул беле баштаганы. Тактап айтканда маалымат агенттиктери топтогон материалдарын эфирге чыгарып, гезит беттерине басып чыгаруунун ыкчамдыгын артгтьфуу учун таратып жаткан текст турундвгу, аудио-видео форматындагы маалыматтарды алдын ала монтаж, текстти мазмундук даярдыктан еткеруу процедураларын ездери камдап жатышат. Андай

даярдалган маалыматтар теле-радиоого, гезит-журналдарга таратууда маалымат каражаттарында иштеген журналисттердин ашыпсча убактысын албайт. Балким ун коштоосун, айрым жасалгаларын же редакциялык саясатка ылайыктап толуктоолорун гана киргизгени болбосо материалдар дээрлик жарыялоого даяр келип жатат.

Жергиликтуу интернет маалымат агенттиктеринин жургузуп келген иштеринин мунезун жана жацылануу заманындагы артыкчылык алуу шарттарын анализдеп чыгуу менен алардын ишмердигин енукутурууге теменку жагдайлар тузден-туз таасир этерин белгилееге болот. Бул маалымат агенттиктеринин атаандаштык (конкуренция) курчуп турган маалында коомдун маалыматка болгон муктаждыгын эске алуу менен дал ушул чейредегу мумкунчулуктерду пайдалануу аркылуу болушунча жогорку суммадагы пайда табуу, коомчулуктун суроо-талаптарын эске алуу менен маалыматты топтогондон тартып, керектеечуге жеткенге чейинки аралык менен убакытты кыскартуу зарылдыгы, универсалдуу жана адистешкен журналистиканын маалымат айдыцында улам бекемделип жатышынан улам ага ылайыкташкан моделдеги маалымат агенттиктеринин тузулушу. Бул жагынан алганда маалымат агенттиктери жазган маалымат - тардын, тараткан материалдарынын жанрдык системасы дагы маанилуу роллу ойнойт.

Интернет маалымдоо каражаттары аудиторияга дайыма сез болуп жаткан жер, окуя, иш-чараларга байланынышкан толуктоочу тушундурмелер дайыма керектелет. Анткени чет жерде жашап Кьфгызстандын ичиндеги окуяларды дайыма кубалап окубагандан кийин жазылган маалыматтыш башаты эмнеде, ага чейин эмне болгондугун окурман билип алууга кызыкдар. Аны интернет маалымат агенттиктери аркылуу журналисттер тектеш темаларга шилтеме жасоо менен ишке ашырат.

Интернет сайттарында иштеген журналисттердин негизги маалымат булагы кайра эле интернет болуп эсептелет. взунун ыкчамдыгы, ыцгайлуулугу жана сапаты менен интернет теменкудей артыкчылыктарга ээ:

-бут дуйне боюнча ар турдуу маалыматтарды ташып жеткируучу кучу бар; бул ыкчамдуулуктун жана тез темп менен жеткиликтуу болуусун талап кылат.

-толуктоочу, салыштгьфуучу же тактап бере турган кошумча маалыматтарды ыкчам таап алуу

мумкунчулугу; бул ошол материалга кошумча толуктоо киргизуу кыйынчылык жаралбайт деген таризде айтылган. Же болбосо ыцгайына жараша башка интернет маалымдоо каражаттарында жазылган материалдар менен салыштырып жазышат.

Интернет ММКлар жалаң гана текст менен чектелбестен барган сайын езунун ишин уникалдуу кылуунун аракетинде болууда. Алсак, азыр интернет системасы аркылуу интернет маалымат агенттиктери окуя тууралуу тексттик баяндаманы коштоп жүрө турган сурет, видео материалдарды дагы даярдап таратууга егууде. Ага кошулуп азыр интернет сайттарда иштеген журналисттер салттуу маалымат каражаттарынан айымаланып, оператор, режиссер, монтажердун кызматынан пайдаланбайт ар бир кабарчы озу суротко, видекамерага тартып алып, аны монтаждап даярдап сайт аркылуу таратуу милдетин толук аткарууга милдеттуу. Тилекке каршы журналисттерди ал кесиптин бардыгына уйрото турган учурда программа жок. Ошондуктан интернет сайттарда иштегендер бардык керектуу кесиптерди иштин журушундо вздору вздвштуруп, уйрвнуп жетиштуу децгээлде колдоно билгенге умтулушат.

Интернет ММК, демек бул интернет маалымдоо каражаттары деген тушунук катары маалыматтын ото чексиз таралышын жана аудиториясынын дагы ото кецирилигин тушундуруп турат. Ошондуктан жергиликтүү интернет маалымат сайттарынын бардыгы, эгерде маалымат таратуу жаатында сапаттуу болсо свзсуз турдв интернет журналистиканын эл аралыпс децгээлде кабыл алынган бирдиктуу эрежелерин бекем сактоого басым жасайт.

Анткени кыргыз интернет маалымат сайттарында иштеген журналисттер маалыматты жергиликтүү гана окурмандар учун эмес, чет влквде жашаган Кыргызстандагы окуяларга, жагдайга кызыккан аудитория учун дагы туздвнуп даярдоосу керек. Интернет басылмалар учун материал даярдаган журналисттер теменкулерду эске алуусу керек:

- тил;

- убакыт (сутка боюнча алганда жер планетасынын ар жеринде ар кандай убакыт саат экенин эске алуу зарыл);

- проблеманы жергиликтүү гана элге эмес, чет элдик окурман дагы кызыга тургандай, тушунуктуу кылып жазуу;

- материалдын квлвму.

Бул талаптардын коюлуп жатышы бекер эмес. Анткени эл аралык стандарттарда белгиленген эрежелердин бири - бул маалыматты таратуу тили. Интернет айдыцында азыр негизинен кыргыз тилинен башка англис жана орус тилдуу аудитория активдуу экенин белгилесек, анда англис жана орус тили интернет аркылуу баарлашып, байланышуунун эл аралык тили экени анык болуп отурат. Мындан улам копчулук мамлекеттерде интернет журналистиканы анын ичинен интернет маалымдоо каражаттарын онуктуруу учурда зор принцип менен ишке ашырышып, свзсуз турдв мамлекеттин негизги тили менен катар орус жана англис тилинде маалымат таратуучу бвлуму иштетилип жатат. Демек биздин жергиликтүү интернет маалымдоо каражаттары ошол жогоруда кврвстулгвн талаптарды бугунку кундв аткарышып келишеби же жокпу саресеп салып кврвк. Маселен: *K-News* Кьфгыз Республикасынын мамлекеттик эмес маалымат агентствосун алып керелу; Кыргызстандагы маалыматтарды чагылдыфууга адистештирилген уюм. Алгач бул *K-news* деген аталышты чечмелишин билип алсак, ^-Кыргызстан, *news*-жанылыктар (Кьфгызстан жанылыктары) деп которулат.

Маалымат агенттиктин сайты социалдык туйундердв ото активдуу иш алып барат. Анын Фэйсбукта баракча жана Твиттерде аккаунту бар. Аны менен катар окурмандар менен баарлашуу жандуу болот, бирок формалдуу эмес. *K-news.kg* агенттигинин командасы ар дайым социалдык туйундордун колдонуучулары менен диалог жургузуп журушот. Мында расмийликтен качып, аккаунтту «жандуу адамга» айлантууга аракет кылынат [6].

Негизи ар бир интернет агенттиктеринин енугушуно, иш алып баруусуна, аудиторияны тартуусуна андагы берилген маалыматтардан тышкары анын жасалгасы да ото чоц роллу ойнойт. Интернет системасын маалымат таратуу максатында колдонуу менен заман талабына ылайык келген маалымат агенттиктерин тузуу чындап эле маалымат айдыцында ыкчамдыкты камсыздап, жацы кызмат корсотуунун туру катары калыптанып калды. Бирок анын авторлорунун коп экендигине карал массалык маалымат каражаты катарында кабыл алуу маселеси абдан талаштуу болууда. Дегенибиз интернет системасы езунун уникалдуулугу менен кецири массадагы бир топ чексиз

укуктарды берип жатат. Каалаган адам езунун техникалык мумкунчулугуне карап тигил же бул маселе боюнча езуне жаккан же езу тапкан маалыматтарды таратууга етуп алды. Бул ез кезегинде коом алдындагы социалдык жоопкерчилик, ар бир материалдын ишенимдуулугун камыздоо деген маселелрде бирдиктуу позицияны бекемдей алган жок.

Интернет маалымат агенттикеринин енуугу процесстерин жана ишмердуулугун талдоого алуу менен биз алардын негизги атаандаштарын, енектештерун жана стилдик езгечвлуктврун дааналап аныктоого аракет кылдык. Анткени, рынок шартында кызмат кврвтуунун артыкчылыктuu жактары болбосо анын жашап кетуусу кыйыш. Ошондуктан, маалымат агенттикеринин ишмердигин внуктуруп кетуучу же тескерисинче тоскоолдук жаратуучу факторлорду аныктоо даты биздин негизги максаттардан. Бизге белгилуу болгондой андай факторлордун негизгилери катары атаандаштык кувп турган базар экономикасынын шартында максималдуу пайда табуу аракети,

массага болгон таасирди кувтуу учун универсалдуу жана адистешкен маалыматтарды жеткирууну колго алуу жана заман талабына туура келе турган маалымат агенттикеринин моделдерин иштеп чыгуу, енукуруу [4, 34-386.].

Демек, интернет маалымат агенттикеринин ишинин артыкчылыгын белгилеп турган даты бир фактор бул кардарлар менен туздон-туз иштеше билгендик. Башкача айтканда ар бир интернет колдонуучу менен интерактивдуу байланышты тузуп алып алардын табитин дайыма изилдеп тура алат. Ага жараша маалыматтардын топтомун жекелик формада сунуштай алат жана алардын катышуусунда уникалдуу маалыматтарды топтоп массалык децгээлде езунун ордун жана атыш бекемдей алат.

Ошондуктан интернет маалымат агенттиктеринин ишинин ушундай нукта енуугуусу жакынкы келечекте массалык маалымат каражаттарынын эн алдыккы сабын ээлеп, эц кецири тараган каражатка айлануусун шартташы толук мумкун деген ойду дагы бир жолу белгилебей кетпесек болбойт.

Пайдаланылган булактардын тизмеси

1. Интернет: воздействие на личность // Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А. Е. Войскунского. М.: Можайск-Терра, 2000.
2. Машкова С.Г. Интернет – Журналистика. Учебное пособие. Тамбов, 2006.
3. Могилевская Э.В. Информационные агентства в Интернете. М., 2008.
4. Погорельий Ю.А. Международные экономические информационные агентства: стратегия развития и творческие аспекты деятельности. М., МГУ, 2001.
5. Шарончикова Л.В. Концентрация СМИ и проблемы сохранения национальной самобытности. // Вестник МГУ. Сер. 10. Жур. - 2002. - № 6
6. www.k-news.kg
7. www.journalist.kg/wp-content/uploads. 2012.10.статья: Биз кантип жаңылык жазабыз?

Рецензенты: Халилов А. Д. – доктор PhD, доцент кафедры периодической печати

Мырзагулов М. М. – кандидат политических наук, доцент МУК