

Дуйшонбаева Аида Байышевна
КЫРГЫЗСТАНДАГЫ МААЛЫМАТ КАРАЖАТТАРЫНЫН
ТЕХНИКАЛЫК ФУНКЦИЯСЫНДАГЫ ӨЗГӨЧӨЛҮКТӨР
Дуйшонбаева Аида Байышевна
ФУНКЦИОНАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ В КЫРГЫЗСТАНЕ
Duishonbaeva Aida Baishevna
FUNCTIONAL MASS SYSTEM
INFORMATION OF KYRGYZSTAN IN THE MODERN STAGE

УДК. 947.1 (084)(075.8).

Аннотация. *Азыркы массалык маалымат каражаттарынын техникалык негизин санариптик жана компьютердик технологиялар түзгөндүгүнүн натыйжасында, алардын социалдык-саясий функционалдуулугу өзгөрүүгө дуушар болууда. Жалпыга маалымдоо каражаттары-жарандык коомдун эң маанилүү институту, адамдардын социалдык-экономикалык жана саясий кызыкчылыктарынын коммуникатору жана өкүлү. Жарандык коомдун бардык институттары сыяктуу эле массалык маалымат каражаттары башка коомдук жана мамлекеттик институттар менен кызматташуу аркылуу жашайт. Дал ушул Массалык Маалымат Каражаттарына пикир алмашуу жана тараптардын позициясын көрсөтүү каналын түзүү милдети жүктөлгөн. Ал эми макалада эгемендүү Кыргыз Республикасындагы Массалык Маалымат Каражаттарынын бүгүнкү күндөгү функционалдуу системасындагы толук өзгөрүүлөр каралып анын салттуу медиа менен болгон айырмачылыктары талдоого алынды. Акыркы жылдары медиа рыногунда болуп өткөн революциялык өзгөрүүлөргө байланыштуу заманбап изилдөөчүлөр аны өнүгүү фактору катары гана эмес, функционалдуу өзгөрүүнүн структуралык элементи катары да карашат.*

Түйүн сөздөр. *интернет, web-маалымат каражаты, онлайн- маалымат каражаты, онлайн, пресс-конференция, оперативдүү, интерактивдүү, сайт, контент, аудио-видеофайл.*

Аннотация. *В результате того, что технической основой современных Средств Массовой Информации являются цифровые и компьютерные технологии, меняется их социально-политическая функциональность. Средства Массовые Информации являются важнейшим институтом гражданского общества, коммуникатором и представителем социально-экономических и политических интересов народа. Как и все институты гражданского общества, он живет во взаимодействии с другими общественными и государственными институтами. Именно перед Средств Массовой Информации поставлена задача создать канал для обмена мнениями и выражения позиций сторон. В статье рассматриваются полные изменения в действующей функциональной системе Средств Массовой Информации в независимой Кыргызской Республике и ее отличия от традиционных Средств Массовой Информации.. В связи с революционными изменениями на медиарынке в последние годы современные исследователи рассматривают его не только как фактор развития, но и как структурный элемент функциональных изменений.*

Ключевые слова. *интернет, веб-СМИ, онлайн-СМИ, онлайн, пресс-конференция, оперативный, интерактивный, сайт, контент, аудио-видеофайл.*

Abstract: *As a result of the fact that the technical basis of modern media is digital and computer technology, their socio-political functionality is changing. The media is the most important institution of civil society, the communicator and representative of the socio-economic and political interests of the people. Like all institutions of civil society, it lives in cooperation with other public and state institutions. It is the media that is tasked with creating a channel for exchanging views and expressing the positions of the parties. The article examines the complete*

changes in the current functional system of the media in the independent Kyrgyz Republic and its differences from traditional media. Due to the revolutionary changes in the media market in recent years, modern researchers view it not only as a factor of development, but also as a structural element of functional change.

Keywords: internet, web-media, online-media, online, press conference, operative, interactive, site, content, audio-video file.

Киришүү. Бүгүнкү күндөгү Кыргызстандагы болуп жаткан техникалык революциялар массмедиадын функционеалдуу системасын өзгөртүүгө алып келди. Андагы негизги орунда социалдык медиа турат. Ага интернет-форумдар, блогдор, маалыматтык картинанын калыптанышында негизги ролду ойноп, андан тышкары медиалык функциялардын бир тобун ийгиликтүү жүзгө ашырган социалдык желелер кирет. Ата мекендик Массалык Маалымат Каражаттарынын өзгөрүшү технологиялык факторлордон тышкары коомдук-саясий факторлор менен байланышта каралат. Мамлекеттик башкаруу формасынын өзгөрүшү, ага ылайык экономика менен маданияттын өз ара байланышы ММКнын типологиялык трансформациясына, прессанын жаңы моделдеринин уюштурулушуна жол ачты. Мезгилдүү басылмалардын партиялык система тарабынан иштелип чыккан модели типологиялык туруктуулугу менен айырмаланып, алардын бөлүктөрү бийлик институтунун уюштуруучулук-структуралык компоненттерине шайкеш келген иерархиялык желени түзүшкөн. Мисалы, ата мекендик теле берүүлөр саясий жактан көзөмөлгө алынган шартта калыптанып, советтик системанын кызыкчылыгына ылайыкташтырылган. Дал ушундай процесстер Кыргызстандагы салттуу иштеп жаткан маалымат каражаттарынын системасындагы функционалдуу өзгөрүүлөрдү талап кылды. Кыргызстанда маалымдоо каражаттарынын калыптануусун, өнүгүү жолун, коомдогу ордун жана системасындагы өзгөрүүлөрдү кароодо тарыхнаамелик маселе катары М.М.Лукинанын, А.А. Никитенконун, Пирогов В., К. Мрачконун, К.Таабалдиевдин түптүү эмгектеринде кадыресе иликтенген жана толук ачып берүүгө аракеттер бар. Ошондой эле, Интернет Жалпыга Маалымдоо Каражаттарынын мазмунунун тенденцияларын аныктоодо, “Internet World State” дүйнөлүк эл аралык агенттигин сайтынын маалыматтарын колдонууга мүмкүн болду.

Изилдөөнүн максаты. Бүгүнкү күндө коом жөнүндө сөз кылганда анын жарандык компонентине, коомдук-саясий турмушка активдүү катышуусуна жана бүтүндөй коомдун позициясын көрсөтүүсүнө басым жасагандыгын байкоого болот. Массалык маалымат каржатынын уюштурулушу үчүн социалдык кайра түзүлүүнүн ар бир субъектиси-маалыматтык мамиленин толук укуктуу субъектисинин коомдун экономикалык, саясий жана рухий турмушуна ылайык, реформалоо процессине акыл-эс менен катышуусу керек. ММК системасындагы уюштуруу процессинин субъектисине мамлекеттин жүзү катары мыйзам чыгаруу, аткаруу органдары, сот бийлиги кирет. ММКнын ишмердигин алардын уюштуруучулары, ошондой эле редакциялык башкаруу органы жолго салат. Изилдөөчүлөрдүн денгээли боюнча, Кыргызстандагы маалымат каражаттары туш болуп калышы мүмкүн болгон, терең маалыматтык кризиске жол берилбеши үчүн так, терең ойлонулуп иштелип чыккан мамлекеттик саясат керек. Мына ушуга байланыштуу, укуктук, уюштуруучулук-экономикалык, илимий техникалык жактан ММКлардын кадрдык шартын оптималдаштырып түзүүгө багытталган, Кыргызстандагы маалыматтык өнүгүү программасы иштелип чыгышы зарыл. Ал эми баарынан мурда, айрым басылмалар өзүн өкмөттүк дотациядан дискредитациялоо практикасын кыскартып, салык системасын өркүндөтүү жолу аркылуу редакциялардын каржылык абалын турукташтырууну карап чыгышы керек. Ал эми макалада Массалык Маалымат Каражаттарындагы функционалдуу өзгөрүүлөрдөгү системаны туура пайдалануу менен мамлекеттин медиа тармагында бир багытта иш алып баруусун максат кылат.

Изилдөөнүн усулдары. Тарыхый изилдөөлөрдө калыптанып калган теребелдүү (системалуу) изилдөө менен бир катар эле таанып-билүүчүлүк (когнитивдик), социологиялык, салыштырма, маданий, генетикалык усулдар колдонулду. Азыркы учурда

массалык маалымат каражаттары коомдун ажырагыс бөлүгү катары каралып, анын кенири чөйрөсүнө таралып, айрым учурда адамдардын тагдырын чечсе, айрым учурда бийликтин жек көрүндү системасынын бөлүгүн түзүп калып жатат. Ошондуктан жалпыга маалымдоо каражаттары адамдардын тагдырына үзөнгүлөш кылып алып жүрүү менен туура багытта колдонсо анын коомдогу ордун бат эле аныктоого болчудай. Булардын барын макаланы талдоого алган учурунда көрүүгө болот.

Азыркы массалык маалымат каражаттарынын системасы – аларды салттык (газеталар, журналдар), жаңылар (радио, телевидение), акыркы ММКлар (кабелдик, спутниктик, санариптик телевидение, интернет ММКсы, мобилдик ММК) менен дифференциалдаштырат. Маалыматтык медиа каналдардын көп экендигине карабай, ата мекендик аудиторияга маалыматтык ресурстарды чектелген санда гана пайдалануу тенденциясы байкалат. Калктын белгилүү бир бөлүгү үчүн (55 % 2014-ж.) массалык маалымат таркатуучу каналдардын ичинен мурдагыдай эле телевидение алдыңкы болуп саналат. “Левада Центр” изилдөө мекемесинин маалыматы боюнча, ал массалык маалыматтын бирден – бир башкы булагын көрсөтөт. Төрттөн жетиге чейинки маалымат булактарын пайдаланган аудитория жогорку билимдүү жана ар тараптан камсыздалган сегментке кошулат. Телевизиондук рыноктун лидерлери катары коомдук үч канал (“КТРК”, “ЭлТР”, “НТВ”), [1] жалпы улуттук теле сеть боюнча калууда.

Телевизиондук аудиторияны фрагментациялоо кабелдик, спутниктик телевидениелердин, IPTVнын таркатылышынын эсебинен жүзөгө ашырылат. Эгерде, мамлекеттик каналдардын аудиториясын улгайган курактагылар түзгөн болсо, улуттук сеттерге, тематикалык каналдарга жаш көрүүчүлөр тартылат. Медиа керектөө көрсөткүчү боюнча радио менен Интернет лидерлик позицияда турат. Басылма прессалар боюнча айта турган болсок, албетте, ал өзүнүн аудиториясын сактап турат. Бирок экономикалык кризис шартында басмаканалар мезгилдүү басылмалардын басылма жана интернет-форматында өнүктүрүүгө артыкчылык беришет. Интернет-ММКсы катары Кыргыз Республикасынын “Массалык маалымат каражаттары жөнүндөгү” мыйзамына ылайык, массалык маалымат каражаты катары катталып, маалыматтарды кеминде жылына бир жолу жаңылап турган, өз ишмердигин түздөн-түз компьютердик желелерде жүзөгө ашырган маалыматтык долбоорлорду, көрүнүштөрдү эсептөөгө болот. Ал эми интернет-медиага Интернет желесинде функциясын аткарган медиакоммуникациялар кирет. Бүгүнкү күндө массалык коммуникация каражаттарынын төмөнкүдөй түрлөрү ийгиликтүү өнүгүүдө:

- негизги функциясы коомдук маанилүү жаңылыктарды таркатуу, башкысы аудиоовизуалдык типтеги, видеофайлдар аркылуу жүзөгө ашырып, же реалдуу учурда берүүлөрдү көрө турган интернет-телевидение – сайттар;

- массалык жана социалдык актуалдуу аудио маалыматтарга артыкчылык берип тарката турган интернет-радио-сайттар;

- интернет-пресса. Ал сеттик басылмалар (ошондой эле “онлайн ММКсы” катары да белгилүү) жана электрондук түрү (бшкача аталышы – “офлайндык ММК”), салттык басылма Маалымат Массалык Каражаты болуп бөлүнөт. Бүгүнкү күндө басылма Маалымат Массалык Каражатынын электрондук түрү структурасы, тематикасы боюнча кагаз түрүндөгү басылмалардан бир топ айырмаланышы мүмкүн. Ошондуктан, аларды модификацияланган түрү деп аташат.

Техникалык революция массмедиа системасын кенейүүгө алып барды. Андагы негизги орунда социалдык медиа турат. Ага интернет-форумдар, блогдор, маалыматтык картинанын калыптанышында негизги ролду ойноп, андан тышкары медиалык функциялардын бир тобун ийгиликтүү жүзгө ашырган социалдык желелер кирет. Ата мекендик ММКлардын өзгөрүшү технологиялык факторлордон тышкары коомдук-саясий факторлор менен байланышта каралат. Мамлекеттик башкаруу формасынын өзгөрүшү, ага ылайык экономика менен маданияттын өз ара байланышы ММКнын типологиялык трансформациясына, прессанын жаңы моделдеринин уюштурулушуна жол ачты. Мезгилдүү басылмалардын партиялык система тарабынан иштелип чыккан модели типологиялык туруктуулугу менен айырмаланып, алардын бөлүктөрү бийлик

институтунун уюштуруучулук-структуралык компоненттерине шайкеш келген иерархиялык желени түзөт. Мисалы, ата мекендик теле берүүлөр саясий жактан көзөмөлгө алынган шартта калыптанып, советтик системанын кызыкчылыгына ылайыкташтырылган.

Өлкөнүн телевизиондук борборлору телевидение жана радио берүү боюнча СССР Министрлер Кеңешинин Мамлекеттик комитети жетектеген республикалык, крайлык облустук комитеттерге баш ийген. Жергиликтүү телекомпаниялардын баардыгы бир типтүү мүнөздө болуп, Борбордук телевидениеден берилген көрсөтүү моделдерин кайталашкан. Алардын курамында пропаганда, маалымат, балдар, жаштар, адабий-драмалык, музыкалык программалардын редакциялары түзүлгөн. Партиялык-мамлекеттик башкаруу формасы кулагандан кийин ММКнын структуралык-типологиялык жактан жаңылангандыгы байкалат. Жаңылануу кубулушунун жүрүшүндө пресса полярдык типке дифференциялаштырылды. Е.А. Корнилов белгиленген өзгөрүүгө анализ жүргүзүп, “эки уюлдук, бинардуулук, табияттык, социалдык, мифологиялык, маалыматтык структуралар маданияттын карама-каршы коюлушун (батыштык-чыгыштык, элитардык-массалык, рухий-материалдык, ички-тышкы ж.б.у.с.) көрсөтүшүнөн улам, алардын табиятынын мотивдешкендиги, анын таасиринде журналистиканын социо-маданий модели атаандаштык, оппозициялык түшүнүктөрдүн негизинде каралышы мүмкүн”-деген жыйынтыкка келген [2]. Бул окумуштуу прессанын социо-маданий моделинин төмөнкүдөй классификациялык атаандаштык жубун бөлүп көрсөтөт:

- глобалдык;
- аймактык;
- расмий;
- бейформал;
- континенталдык;
- аралдык;-сапаттык;
- бульвардык;
- демократиялык;
- тоталитардык;
- басмалык;
- аудиовизуалдык.

Прессанын “сапаттык-бульвардык” бинардык компоненти ММКнын функциясын аткаруудагы коммерциялык багыттын пайда болушу болуп саналат. Интеллектуалдык окурмандар тобуна, ошондой эле социумдун уюштуруучулук-башкаруучулук катмарына кошулган аудиториялык элементтерине багытталган пресса сапаттуу басылманын катарына кирет. Мезгилдүү басылмалардын айырмалай турган белгилеринин арасынан төмөнкүлөр айырмаланып турат: маалыматты чагылдыруудагы обьективдүүлүк, аналитикалык материалдарга басым коюлушу, экономика, саясат чөйрөсүнүн чагылдырылышы.

“Сапаттык пресса” термини менен катар эле синонимдик “каржы-экономикалык пресса”, “ишкердик прессасы” түшүнүктөрү пайдалана баштады (Я.И. Засурский, В.С. Кулев, Д.А. Мурзин). [3] Массалык Маалымат Каражаттарынын системасын изилдөө учурунда анын системалык мүнөзүн, бири-бири менен тыгыз байланышта туруп, массалык маалыматтык чөйрөнүн структуралашкан түзүлүшү катары функциясын аткаруудагы эволюциялык мүнөзүн, анын бүтүндүгүн камсыз кылган компоненттеринин аныкталышы маанилүү болуп эсептелет. Системанын мазмундук маңызын ачып көрсөтүү системалык бирдикти түзгөн типтердин түздөн-түз аныкталышы аркылуу жүзөгө ашырылат.

Массалык Маалымат Каражаттарынын теориясында прессанын ар башка структуралык классификациясы иштелип чыккан (мисалы, уюштуруучулардын мүнөзү, аймагы, таркатылышы ж.б.лар боюнча). Аймактык белгилери боюнча басылма:

- эл аралык;
- кыргызстандын ичиндеги;

-аймактык (облустук крайлык, шаардык, райондук ж.б.) болуп бөлүнөт. М.В. Шкондин мезгилдүү басылмаларды аудиториялык белгилери боюнча дифференциалдаштырып, басылмалардын төмөнкүдөй типтерин бөлүп карайт [4]:

-Кыргызстандын баардык аймактарындагы жашоочулар бир аудиторияга багыт алат;

-бир канча аймактардын калкына эсептелген, аймактар аралык;

-бир канча өлкөнүн аудиториясын, этникалык коомду бириктирген, эл аралык;

-аймактык (крайлык облустук, шаардык райондук);

-кесипкой топтор үчүн;

-социалдык топтор үчүн (уюштуруучулук, акыл-эс, индустриалдык эмгек үчүн;

-жетилген курактагы топтор үчүн;

-аялдар, эркектер үчүн;

-ата-энелер үчүн;

-дин ишениминдегилер үчүн;

-чакан топтор үчүн (жердештер, клубдар);

-башка белгилери боюнча бөлүнгөн калктагы топтор үчүн.

Ал эми В.В. Ворошилов басылмалардын төмөнкүдөй типтерин көрсөтөт [5]:

-ведомстволук;

-корпоративдик;

-кесипкөйлүк;

-ишкердик;

-партиялык;

-маданий-агартуучулук;

-конфессионалдык;

-этноологиялык;

-кыз-келиндердик ж.б.

Ошентип, азыркы массмедиа системасы салттык менен жаңы, акыркы медиаларды бириктирет. Түрдүү критерийлер боюнча жүзөгө ашырылган медианын классификациялары медиаресурстардын, аудиториялык топтордун көп кырдуулугунун аныкталышына жол ачат. Аудиториялардын демассификациялык шартында микроаудиторияларга багытталган жаңы медианын калыптануу мүмкүнчүлүгү жаралат.

КОЛДОНУЛГАН АДАБИЯТТАР:

1. Таабалдиев К. «Новые вызовы для кыргызстанских Средства массовой информации» «Кабар» «24.kg». 2014-ж.
2. Корнилов Е.А., Кисёнов А.Г. Теория и практика массовой информации М.:КноРус, 2012. 432 с.
3. Система средств массовой информации Киргизии: учеб. пособие для вузов / под ред. Я. Н. Засурского. М.:Аспект Пресс, 2001.
4. Шкондин М.В. Система средств массовой информации (Основы организации и характер структурной трансформации в условиях реформирования общества). М., 2000.
5. Средства массовой информации Киргизии: аудитория и реклама. М., 2000.