

Білдебекова Ә.Т.

филология ғылымдарының кандидаты
Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті,
Қазақстан, Түркістан қ., e-mail: aliya_b@list.ru

ҚАЗАҚСТАН БАСЫЛЫМДАРЫНДА ЭКОНОМИКАЛЫҚ ТАҚЫРЫПТАРДЫҢ БЕРІЛУІ

Мақалада Қазақстанда жарық көретін басылымдардағы экономикалық тақырыптардың ерекшелігі мен берілу тәсілдеріне назар аударылды. Қазіргі таңда басылымдардағы экономикалық тақырып өз алдына бөлек, іскерлік журналистика, экономикалық публицистика ретінде бөлініп шықты. Онымен қоймай тек экономика тақырыбына арналған басылымдар дүниеге келді. Сонымен бірге олар өз кезегінде саясатқа, билікке белгілі бір дәрежеде әсер етті. Экономика тақырыбы қоғамдағы барлық құрылымдардың игілігіне қызмет етуде.

Іскерлік журналистика туралы жазғанда біз бизнестегі, өнеркәсіптегі, экономикадағы әр алуан өзгерістер мен жаңалықтарға сараптама жасаймыз, жұртшылықты хабардар етеміз. Іскерлік журналистиканың міндеті бұқараны қажетті ақпаратпен қамтамасыз ету ғана емес, сонымен қатар жаңа технологиялардың енгізілуі, өнеркәсіп саласы мен қаржылық өзгерістер жайлы толыққанды түсінік қалыптастыруға жағдай жасау. Жалпы, іскерлік тақырыпқа айдар арнаған әрбір басылым экономикадағы өзгерістерге өз бағытына сай көзқарас білдіреді. Сол жөнінде азды-кемді тоқталу арқылы ондағы кемшіліктер туралы айтылады. Қазақстан медиасаласында осы тақырып аясы аз зерттелгендігі аян. Еңбегімізде айқындылық болу үшін қазақтілді басылымдарда қозғалған экономикалық тақырыптардың орыстілді басылымдармен салыстырмалы мәліметтері қарастырылды.

Қазақстандағы экономикалық журналистика орыстілді және қазақтілді болып өзара бөлініске түседі. Экономика тақырыбында жазатын қазақтілді ия болмаса, орыстілді журналистерден байқалатын тенденция – өзіндік пікірді, болжамды былай қойғанда, мақаласында кез келген саудаға мемлекеттің араласуын қалап тұруы. Сол арқылы, оқырманын да өзі секілді ойлауға үйретеді.

Қазақстандағы салалық экономикалық басылымдардағы әлсіздік ол мақалаларды журналистер емес, көп ретте экономистер жазады. Қазіргі тақырыптық басылымдар көп ретте атына заты сай бола бермейді. Болған жайтқа үстірт қарап, бойламайды. Бізде көп ретте болған оқиғаны баяндау, ақпарат беру ғана бар.

Түйін сөздер: Баспасөз, экономика, іскерлік журналистика, бизнес журналистика, мақала.

Бельдибекова А.Т.

кандидат филологических наук, Международный казахско-турецкий университет имени Х.А. Яссави,
Казахстан, г. Туркестан, e-mail: aliya_b@list.ru

Освещение экономической тематики в казахстанской прессе

В статье обращается внимание на особенности и методы подачи экономических тем в периодической печати Казахстана. В настоящий момент в прессе экономическая тематика стала отдельной деловой журналистикой, экономической публицистикой. Более того, появились издания, полностью посвященные экономике. Вместе с этим, они оказывают влияние на политику и власть. Экономическая тематика действует во благо всех структур общества.

Говоря о деловой журналистике мы сообщаем новости об изменениях, происходящих в бизнесе, на предприятиях и в экономике. Задача деловой журналистики не только обеспечивать информацией общество, но и внедрять новые технологии, формировать правильное понимание, касающееся производства и финансов. Объективно, каждое экономическое издательство сообщает свое мнение об изменениях в экономике, о их недостатках и преимуществах. Эта тема в Казахстане еще мало изучена. В работе дается сравнительный анализ подачи экономических новостей на казахском и русском языках.

Экономическая журналистика в Казахстане делится на два типа: на казахском языке и на русском языке. В русскоязычной журналистике наметилась тенденция сообщать о вмешательстве государства в торговлю, таким образом навязывая читателю свои идеи.

В экономической прессе Казахстана некоторые некорректные статьи пишутся не журналистами, а экономистами. И многие тематические издания не соответствуют своему статусу. А если и соответствуют, то не могут дать достаточно объективный взгляд. В большинстве случаев это просто сообщение информации.

Ключевые слова: пресса, экономика, деловая журналистика, бизнес-журналистика, статья.

Beldibekova A.T.

Candidate of philology, H.A. Jassavi International kazakh-turkish university
Kazakhstan, Turkestan, e-mail: aliya_b@list.ru

Reporting of Economic Subject in the Kazakhstan Press

This article deals with the attention to features and giving methods of economic subjects in Kazakhstan's periodicals. At the moment in the press the economic subject became separate on business journalism and economic journalism. Moreover, there were editions which are completely devoted to economy. Together with it, they have impact to policy and authority. The economic subject works for the benefit of all structures of society.

Speaking about business journalism we report news about the changes happening in business at the enterprises and in economy. Problem of business journalism not only provide with information society, but also to introduce new technologies, to form the correct understanding concerning production and finance. Objectively, each economic publishing house reports the opinion of changes in economy, on their shortcomings and advantages. This subject in Kazakhstan is still a little studied. In our work the comparative analysis of giving of economic news in Kazakh and Russian languages is given.

The two types of journalism in Kazakhstan today are: in Kazakh language and in Russian. The tendency to report about intervention of the state in trade was outlined in Russian-speaking journalism, thus imposing to the reader the ideas.

In the economic press of Kazakhstan some ill-defined articles are written not with journalists, but economists. And many thematic editions don't correspond to the status. And if correspond, can't give rather objective view. In most cases it is simple reporting of information.

Key words: Press, economy, business journalism, business journalism, article.

Адамзаттың өз материалдық құндылықтарын қорғап, сақтауда дұрыс шешім қабылдауға мүмкіндік беретін экономикалық ақпараттарды іздеу, сараптау және аудиторияға жеткізу бұқаралық ақпарат құралдарының міндеті. әр жаңа нәрсенің пайда болуына сол қоғамдағы белгілі бір шарттар әсер етеді. Сонымен қатар олар жалғыз болмайды. Бірнешеу болады. Мерзімді басылымның алғаш қалыптасуы да арнайы бір қажеттіліктен келіп туындады.

Сөзіміз дәлелді болу үшін С.М.Гуревичтің мына бір пікіріне назар аударайық: «Мерзімді басылымдардың пайда болуы алғашқы кезде экономикалық ақпаратқа деген сұраныс себеп болған. Саудагерлер базардағы, қаладағы, өз еліндегі және басқа шет мемлекеттердегі тауар бағасы туралы мәліметке мұқтаж болды. Қаржыгерлер үшін сол сәттегі халықаралық қор биржаларындағы құнды қағаздардың ақшамен салыстырғандағы бағамы, еуропа елдері қаржы жүйесіндегі өзгерістер туралы сенімді ақпараттар ауадай қажет еді. Фабриканттарға қайда және қанша бағада өз өнеркәсіптері үшін қажет станокті сатып алуға болатыны туралы де-

рек керек. Олардың барлығы да өздеріне қажет ақпарат үшін қанша қаржы керек болса да төлеуге даяр болатын. Бірақ мұндай дерек қымбат тұрды және жүйелі болмады. Тез әрі уақытында, сенімді түрде жеткізілетін ақпарат көзінің қажеттілігі туындады. Міне, осыдан келіп мерзімді басылым дүниеге келді» [1].

Қазіргі қарсылықты, үнемі теңселіп отыратын нарық заманында экономикалық публицистика (ол дегеніміз іскерлік журналистика) қоғамдағы демократиялық қатынастардың ажырамас бөлшегіне айналудан қатар, негізгі қозғаушы күші де болуда.

«КСРО заманында әміршіл-әкімшіл жүйе болатынды. Ол кезде экономикалық тақырып шаруашылық тақырып ретінде басылым беттерінде жарияланатын» [2].

Ал қазіргі таңда басылымдардағы экономикалық тақырып өз алдына бөлек, іскерлік журналистика, экономикалық публицистика ретінде бөлініп шықты. Онымен қоймай тек экономика тақырыбына арналған басылымдар дүниеге келді. Сонымен бірге олар өз кезегінде саясатқа, билікке белгілі бір дәрежеде әсер етті, әсер ету-

де. Экономика тақырыбы қоғамдағы барлық құрылымдардың игілігіне қызмет етуде.

Іскерлік журналистика туралы жазғанда біз бизнестегі, өнеркәсіптегі, экономикадағы әр алуан өзгерістер мен жаңалықтарға сараптама жасаймыз, жұртшылықты хабардар етеміз. Іскерлік журналистиканың міндеті бұқараны қажетті ақпаратпен қамтамасыз ету ғана емес, сонымен қатар жаңа технологиялардың енгізілуі, өнеркәсіп саласы мен қаржылық өзгерістер жайлы толыққанды түсінік қалыптастыруға жағдай жасау.

«Іскерлік журналистика өнімінің негізгі тұтынушылары: бизнесмендер, менеджерлер, банк қызметкерлері, қор нарығының мамандары, риэлтерлер, сонымен қатар қаржы нарқы мен қазіргі қоғамның саяси-әлеуметтік, экономикалық өмірі туралы білгісі келетін қарапайым білімді азаматтар» [3].

Интернет болса қазіргі таңда іскерлік журналистиканың ажырамас көмекшісіне айналды. Жеделділік пен құрғақ ақпаратқа жол ашты. Қазіргі ғаламторда іскерлік басылымдардың саны көбейіп келеді. Олар жалпы қамту аумағына ие болып, іскерлік мақалалар жан жақтылық сипат алууда.

Жалпы, іскерлік тақырыпқа айдар арнаған әрбір басылым экономикадағы өзгерістерге өз бағытына сай көзқарас білдіреді. Сол жөнінде азды-кемді тоқталу арқылы ондағы кемшіліктер туралы айтылады. Қазақстан медиасаласында осы тақырып аясы аз зерттелгендігі аян. Еңбегімізде айқындылық болу үшін орыстілді басылымдардағы экономикалық тақырып салыстырмалық сипатта беріледі.

«Нарықтағы экономикалық басылымдардың пайда болуы экономикалық ақпараттың қажеттілігінің бірден бір көрінісі. Бұл өз кезегінде ол басылымдарға қоғам алдында мынандай міндеттемелер қойды:

Экономикалық процесстерге түсіндірмелер беру, аудитория алдында оларға қажет экономикалық ақпараттарды тез жеткізу;

Осы қажеттіліктерді орындауда неғұрлым тиімді әрекеттерді қарастыру;

Елдегі экономикалық процесстерді барынша объективті және жан-жақты көрсету;

Бір жүйелі нарық механизмдерін жүзеге асыруға атсалысу»[4].

Арнайы мамандандырылған іскерлік басылымдардың негізгі тұтынушылары үлкен қалаларда орналасады, десе де аймақтарда да өз оқырмандары болады.

«Тәуелсіздік жылдарында экономикалық тақырыпты ту еткен көптеген газеттер мен

журналдар жарық көрді. Бірі жарық көрсе, бірі жойылып жатты. Алайда экономикалық тақырыпқа деген сұраныс адам қызметіндегі экономикалық саланың объектілері мен субъектілері әрекет етіп тұрған тұста еш төмендемейді» [4, 16].

Қазақстандағы экономикалық журналистика орыстілді және қазақтілді болып өзара бөлініске түседі. Экономика тақырыбында жазатын қазақтілді ия болмаса, орыстілді журналистерден байқалатын тенденция – өзіндік пікірді, болжамды былай қойғанда, мақаласында кез келген саудаға мемлекеттің араласуын қалап тұруы. Сол арқылы, оқырманын да өзі секілді ойлауға үйретеді.

Экономикалық публицистиканың жанрлық ерекшеліктері қандай?

«Экономикалық тақырыпқа жазғанда ескерер басты шарттар: мәселені зертеудегі асқан тиянақтылық; ол мәселенің әлеуметтік және қоғамдық өзектілігін білу; образдылықтан, сезімге беріле жазудан, көркемдік тәсілдермен боямалаудан аулақ болу; тек нақты дәлелдермен жазу» [4, 105].

Қазақ басылым беттерінде экономикалық тақырып екі түрге бөлінеді.

Бұл ең басты назар аударар жайт. Олар: әлеуметтік (яғни проблематикалық) экономика және іскерлік экономика. Әлеуметтік экономиканың ерекшелігі неде? Оның ерекшелігі сол, мұнда халықтың әлеуметтік жағдайының экономикаға әсері сөз болып, жұртшылықтың жай- күйінің экономикалық ерекшеліктері жазылады.

Қазақ тілді басылымдар қатарында экономикалық публицистикаға арналған қазақтілді тақырыптық-салалық басылым жоқтың қасы. Бар, бірақ көбіне көп дайджест материалдар берумен шектеледі.

Экономикалық публицистика біздің қазақтілді газеттерде тек айдарларда ғана көрініс табады. Елімізде жарық көретін «Айқын» күнделікті газетінде экономикалық тақырыптар «Дәулет» айдарымен көп ретте комментарийсіз беріледі. Айдар атауы жақсы қойылған. Газеттің позитивті бағытта екенін айқындайды. Күнделікті шығуы себепті іскерлік тақырыптар да көрініс табады. Ерекшелігі сол көп реттегі тақырыптар аумағы билік тарапынан болған өзгерістерге арналады. Яғни, мақалалар реті басым жағдайларда Елбасы не үкімет басшысының, экономикаға қатысты лауазымды тұлғаның сөзінен цитата келтірумен басталады. Газетте экономикалық жаңалықтар көп беріледі. Банктердегі, мұнай газ саласындағы соңғы ақпараттар жарияланады.

Жалпы «Айқын» басылымы экономикалық тақырыпқа жазғанда негізгі тақырыптар жалпы

биліктегі шешімдермен байланысты болады. Одан кейін, міндетті түрде аймақ-аймақтарға шолу жасалынып, оң тірліктер баян етіледі. Газеттің ұстанған бағытынан ауытқымауы байқалады.

«Дала мен қала» апталығы қазақ жұртшылығы арасында өз атауын қалыптастырған беделді басылым. Экономикалық тақырыптары көп ретте әлеуметтік экономикаға арналған десе де болады. «Айқын» екеуі бір медиа-холдингке біріккенмен, тақырып таңдауда ерекшеліктер бар. Тақырып қоюы да біршама қызық. Көп ретте қарапайым жұртшылық түсінігіне сай етіп жазылады.

Негізінен Қазақстан экономика тақырыбына жазғанда экономиканың салалық бөлінуі көп есерілмейді, сондықтан да экономикалық мақалалар жұтаң шығып жатады. Қазақстанның негізгі экспорты ол мұнай, сондықтан да мұнай-газ саласына арналған мақалалардың жазылуы аса маңызды.

Жалпы «Дала мен қала» жақсы экономикалық тақырыптарға қалам тербейді. Көп ретте билік үшін қарапайым көрінетін, бірақ жұртшылық үшін өзекті мәселелерді дөп басып айтады. Бұл оның үнемі ел ахуалына бақылау жүргізіп отыратындығынан көрінсе керек. «Дала мен қала» көп ретте аймақтық экономика жаңалықтарына тоқталмайды және де экономикалық жаңалықтар бермейді, тек экономикалық мәселелерді қозғап, сараптама жүргізеді.

Салыстыру мақсатында оппозициялық басылымдардағы экономикалық тақырыпқа жазылған материалдарға көз жүгіртіп көрелік. Елімізде шығатын «Жас Алаш» газеті таза оппозициялық басылым. Саяси көзқарастары билікпен қарама қайшы. Газетте экономикалық тақырыпқа көп мақала берілмейді. Тақырып мазмұны «Неге?, Не үшін? Кім?» деген сипатта болады және де қазақ мақал-мәтелдерінен, тұрақты тіркестерінен көп ретте үзінділер келтіріледі.

Біз еліміздегі 3 басылымға тоқталдық. Жалпы қазақ басылымдарының тақырыпты таңдау ауаны бір, беру формасында аз ғана өзгешіліктер бар, ол өзгешіліктер де газеттің бағытына байланысты.

Сонымен бас газет экономикалық жаңалықтарға көп тоқталады. Бұл да оның күнделікті шығуынан болса керек-ті. Іскерлік саласындағы ақпараттар көп беріледі және әлеуметтік экономика көп айтылмайды. Газеттің өзіндік бағытына сай. Енді салыстыру үшін қазақстанда шығатын, бірақ орыстілді басылымдарға тоқталық. Қазақстанда орыстілді басылымдар көп. Негізгілері: «Панорама», «Республика – Деловое

обозрение» «Капитал.кз», «Новое поколение», «Деловой Казахстан», «Новости недели», «Фокус», «Курсив», «Бизнес & Власть» газеттері, «National Business», «Эксперт Казахстан», «БизнесLife», «Экономические стратегии – Центральная Азия», «Финансовый менеджмент», «Ваши кредиты, депозиты, страхование», «Совет Директоров», «Успех», «Я Руководитель», «Рынок ценных бумаг Казахстана», «Личные деньги», «Капитал. Инвестиции. Технологии» журналдары. Санынан жаңылатын басылымдар тізімі. Бұларға жеке-жеке тоқталудың қажеті жоқ. Дегенмен де қосарымыз «Фокус» атты басылам 2009 жылдың ақпан айында шықты. әлі күнге дейін нарық ағымымен қатар дамып келеді. Ерекшелігі, күнделікті шығатын таза іскерлік басылым.

Орыс тілінде жарық көретін бұл журналдардың атаулары да өз мазмұнын айқындап тұр. Мысалы «Совет Директоров» журналында ай көлемінде елімізде, шет елдік компанияларда қабылданған ең танымал бизнес жобалар таныстырылады, басшыларға ұйымды басқарудың тиімді жолдары ұсынылады.

«Эксперт Казахстана» журналы ең танымал басылымдардың бірі. Ресейлік басылым. «Эксперт» медиа холдингінің құрамына енеді. Қазақстандағы бизнес саласына сараптама жүргізетін бұл журнал өзінің ауқымдылығымен, билік пен нарық ерекшеліктерін ескере отырып материалдар беретіндігімен ерекшеленеді.

«Республика – Деловое обозрение» газеті сараптамалық апталық. Саяси және іскерлік элитаға, қуатты бизнес иелеріне, мемлекеттік қызметкерлерге т.б ға арналған бұл басылымда өзіндік шешім қабылдауға мүмкіндік беретін ақпараттар беріледі. Еліміздің шикізаттық саласына талдау жасалынады.

Нарық пен демократизация қазіргі журналистикаға көптеген жаңалықтар алып келді. Бұқаралық ақпарат құралдарында қаржы тақырыбы мен саяси-әлеуметтік жағдайды қозғайтын сараптама басылымдар кең тарала бастады.

Қаржы тақырыбы журналистикада өте күрделі. Мұнда журналистік білім азшылық етеді. Сонымен бірге бұл тақырыпты жақсы талдай алуың керек, экономикалық теорияны білу мен экономикалық білім көптік етпейді.

Қазір іскер журналистиканың жедел дамыған кезеңі. Сонымен қатар, қаржы дағдарысы іскерлік журналистиканы сапалы өсуге итермелейтінін де байқауға болады. Әйтсе де кемшіліктер де жоқ емес.

Қазақстандағы салалық экономикалық басылымдардағы әлсіздік ол мақалаларды журналистер емес, көп ретте экономистер жазады. Қазіргі тақырыптық басылымдар көп ретте атына заты сай бола бермейді. Болған жайтқа үстірт қарап, бойламайды. Бізде көп ретте болған оқиғаны баяндау, ақпарат беру ғана бар.

Экономика да саясат секілді. Себебі саясатта алдағы күнге болжам жасау маңызды. Экономикаға бұл тіптен қажет. Нарық үнемі өзгеріп, қозғалыста болып отырады. Сондықтан да нарыққа, биржаға, қор нарығына экономикалық болжам жасап, оны мезгілінде жариялап отыру аса маңызды. Себебі экономикалық құрылымдар нарықтағы өзгерістерге тәуелді, соған сай әрекет жасап отырады. Ал журналистер сол қажетті ақпаратты дер уақытында тауып, жариялауы керек. Сонда ғана экономикалық тақырып өз міндеттерін толығымен орындайды.

Қазақ басылымдарындағы (жалпы қазақстандық басылымдарда) және бір кемшілік

ол мәселеге терең бойламау. Экономикалық тақырыпты қозғаған екен, соны соңына дейін апару қажет. Тек болған жайтты жариялап қана қоймай, алдағы күнде де болатын өзгерістерді айтқан жөн. Бірақ ол болжамдар құрғақ сөзден тұрмауы керек. Бұл материалдың құнын төмендетеді. Расталған, нақтылы дәлелдермен көрсету міндетті. Сонда ғана материал толыққанды болып шығады. Тағы бір мәселе бар. Қазақтілді басылымдарда іскерлік журналистика туралы аз жазылады. Көбіне көп әлеуметтік журналистикаға өтіп кетеміз. Қазақстан экономикасына қазақ тілді экономикалық тақырыптағы басылым керек. Ондай баспасөз жоқтың қасы. Экономикалық баспасөздің дамуында ең басты сенім артар жайт біреу, ол экономика мен экономикалық қатынастар бар кезде экономикалық журналистиканың маңызы жойылмайтындығы. Іскерлік басылымдар осы сенім арқасында алғы күнге нық қадам басып, өздерінің бет бейнесін қалыптастыруда.

Әдебиеттер

- 1 Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ. Учебное пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 288 с.
- 2 Печать о Казахстанской модели развития экономики//www.unesco.kz
- 3 Исторический опыт и уроки деятельности прессы в процессе реформирования экономики//www.unesco.kz
- 4 Нургожина Ш. И. Экономическая тема в журналистике Казахстана: история, теория, практика. – Алматы: Қазақ университеті, 2002. – 242 с.

Reference

- 1 Gurevich S.M. Ekonomika oteshestvennih SMI. Ushebnoe posobiye dlya vuzov. – M.: Aspekt Press, 2004. – 288 s.
- 2 Peshat o Kazahstanskoi modeli razvitia ekonomiki//www.unesco.kz
- 3 Istorisheskiy opit i uroki deytelnosti pressi v prosesse reformirovaniye ekonomiki //www.unesco.kz
- 4 Nurgojina SH.I. Ekonomisheskaya tema v jurnalistike Kazahstana: istoria, teoria, praktika. – Almati: Kazakh universiteti, 2002. – 242 s.