

## Оразымбет Д.

Магистрант, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,  
Қазақстан, Алматы қ.  
E-mail: dariya\_orazymbet@mail.ru

### ІСКЕРЛІК ЖУРНАЛИСТИКАНЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК СИПАТЫ

Мақалада іскерлік журналистиканың қазақ баспасөзіндегі қызметі, даму жолдары ғылыми тұрғыдан талданады. Республикалық және жергілікті іскерлік баспасөз беттеріндегі іскерлік журналистиканың әлеуметтік сипаты анықталады. Зерттеушілердің іскерлік журналистика туралы ой-пікірлері бүгінгі күн тұрғысынан сарапталады.

**Түйін сөздер:** экономика, бизнес, қаржы, іскерлік журналистика, саясат, динамикалық даму.

## Оразымбет Д.

Магистрант, Казахский национальный университет имени аль-Фараби,  
Казахстан, г. Алматы, E-mail: dariya\_orazymbet@mail.ru

### Социальная значимость деловой журналистики

В статье изучается деятельность и развитие деловой журналистики в казахской печати. Анализируются мнения исследователей о деловой журналистике. Определяется социальная значимость деловой журналистики на страницах республиканской и региональной печати.

**Ключевые слова:** экономика, бизнес, финансы, деловая журналистика, политика, динамическое развитие.

## Orazymbet D.

Magistr, Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty  
E-mail: dariya\_orazymbet@mail.ru

### Social meaningfulness of business journalism

In the article activity and development of business journalism are analysed in the Kazakh printing. Analysed opinions of researchers of business journalism. Social meaningfulness of business journalism is determined on the pages of the republican and regional printing.

**Key words:** economy, business, business journalism, politic, dynamic development.

Іскерлік журналистика (ағылш.*Business journalism*), (журн.тип.) – қаржыға, бизнеске, іскерлікке, биржаға, халықаралық бағамдарға, танымал банктердің жағдайын қадағалауға, жалпы саудаға, ақшаға қатысты кез келген мәселелер төңірегінде мәліметтер жинақтап, халыққа ұсынатын журналистикадағы кәсіби сала.

Іскерлік журналистика өкілдері ұсынған мәліметтер мен ақпараттар билік басындағыларға және бизнес өкілдеріне жоспар құруға, жалпы аймақтық немесе халықаралық жағдайларды бағамдауға мүмкіндік береді. Іскерлік журналистика өз кезегінде журналистиканың екінші бір бағыты сары басылымдарға қарсы шығады. Іс-

керлік журналистиканың өкілдері бизнестегі жаңа өзгерістермен халықты таныстыра отырып, осы тақырып аясында болып жатқан түрлі оқиғалар мен жағдайларға баға беруге тырысады. Іскерлік журналистика бизнестің дамуына үлкен септігін тигізетін журналистиканың бірден-бір саласы.[1]

Іскерлік журналистика әлемнің қаржылық орталығына айналған «Уолл-стриттің» пайда болған кезеңінен бастау алады.

XVII ғасырда Нью-Йорктың солтүстік бөлігінде жергілікті тұрғындар ағылшын колонистері мен тұрғылықты американдықтардан қорғану үшін ағаштан дуал орнатады. 1685 жылы жергі-

лікті халық дуал ортасынан жол салады. Кейіннен ол Уолл-стрит (Wall Street – Уолл көшесі) деп аталады. Көшенің бойында саудагерлер мен көпестер акциялар мен облигациялардың (күнды қағаз) сатылымына қатысуды әдетке айналдырады. Уолл-стрит тек Нью-Йорк пен АҚШ ғана емес, бүкіл әлемнің қаржылық эпицентріне айналады. Сондықтан, Уолл-стрит тек көше атауы ғана емес, ол ең алдымен – нарық алаңы.

Осы «нарық алаңы» іскерлік журналистиканың дүниеге келуіне қалай ықпал етті?

1882 жылы Чарльз Доу, Эдвард Джонс және Чарльз Бергстрессер есімді американдық журналистердің бастамасымен Уолл-стриттің инвестициялық компанияларына жаңалық жеткізу қызметі ұйымдастырылды. 1884 жылы Чарльз Доу мемлекеттегі он бір ірі компанияның бағаларының өзгеру тенденциясын зерттеп, нарықтың жалпы жағдайының орташа көрсеткішін жіктеп шығарады. Оның жасалған сараптамасы арқылы бүкіл қор нарығына көз жүгіртуге ыңғайлы мүмкіндік беретін «Доу-Джонс индексі» деген ұғым пайда болды.

1889 жылы бұған дейін «Customers' Afternoon Letter» деп аталған биржалық есептеме журналы «The Wall Street Journal» деп аталатын іскерлік газетке айналды. Қаржылық есепті жариялайтын күнделікті мерзімді басылым нарықтың адамдары үшін зор маңызға ие болды. [2]

Іскерлік журналистиканың негізі ХІХ ғасырда қаланғанымен, тарихта алғашқы іскер журналист атағы ХХ ғасырдағы басында Аида Тарбеллге берілген. 1904 жылы оның мұнай алыбы «Standard Oil» компаниясы жайлы мақалалары жинақталып, «Стандард ойл компаниясының тарихы» атты жеке кітапқа басылып шығады. Сол кезде «Standard Oil» туралы ақпараттарға қол жеткізе алатындардың саны шектеулі болғанын ескерсек, жеңіл тілмен жазылған жаңа жанрдағы бұл кітап, журналистиканың ең биік жетістігіне айналды. Сол кездегі ең беделді журналдардың бірі бұл туындыны «мемлекетімізде бұрын-соңды жазылмаған керемет дүние» деп бағалаған [2,31].

Қазақ журналистикасында іскерлік баспасөздің дамуына ерекше мән беріліп отыр. Еліміздегі саяси және экономикалық тұрақтылық іскерлік баспасөздің даму процесін барынша жылдамдатуда. Бұл экономикалық сауаттылығы жоғары ортаның қалыптасып, сол ортаның қажеттілігін қамтамасыз етуден туындап отырған құбылыс.

Қарапайым ортада іскерлік журналистиканың атқаратын қызметін әлі де түсіне

алмайтындар бар. Сол себепті баспасөздің бұл саласы бизнес ортаның ғана қажеттілігін өтейді деген бір жақты пікір қалыптасқан. Бұл заман талабынан тыс пікір. Себебі, бүгінгі күні халықтың барлығы болмаса да, басым бөлігі экономикалық сауатты. Нарықтық қарым-қатынастың белсенді қатысушылары. Елбасы Н. Ә. Назарбаев биылғы халыққа арнаған Жолдауында да, қазақстандықтардың алдына аса зор міндеттер қоя отырып, осы саяси және экономикалық сауаттылықтың нәтижесін ел дамуының негізгі факторы деп айқындап берді. Президент: «тәуелсіздіктің алғашқы жылдарындағы ауыртпашылықтарды артта қалдыра отырып, еліміз экономикалық тұрғыдан артта қалған аймақтан шығып, әлемдегі экономикасы бәсекеге қабілетті 50 мемлекеттің қатарына кірді» - [3] деген пікірін келтірді.

Іскерлік журналистика тек қана бизнес ортаға бейімделген, осы ортаның негізгі ақпараттық платформасы деудің өзі бір жақты пайым. Саясат, экономика және әлеуметтік сала бір-бірімен тығыз байланысты. Бизнес саясатсыз немесе бизнес әлеуметтік саласыз дами алмайды. Бұл салалардың көтерер жүгі әр түрлі болғанымен атқарар қызметі бір. Сондықтан іскерлік журналистиканың қоғамдағы әлеуметтік рөлі орасан зор.

Іскерлік тақырыпты арқау еткен журналистер қауымы экономика мен бизнестің тыныс-тіршілігін анық әрі айқын көрсету арқылы қоғамдық ахуалдың негізгі «ауа-райын» қалыптастырады. Іскерлік материалдардың нақтылығы мен жан-жақтылығы нарықтық қарым-қатынастың қозғаушы күші. Д.П. Гавраның пікірінше, іскерлік журналистика «экономикалық қарым-қатынас жүргізетін субъектілерді ақпаратпен қамтамасыз етуге арналған». Демек, әрбір адам экономикалық субъект болып табылғандықтан, іскерлік журналистика тек қана экономикалық ортаны қамтымайды. Керісінше, қоғамдық ортаның барлық саласын ақпаратпен қамтиды және оны әлеуметтік сипатта жүргізеді. [4]

Академик Сағымбай Қозыбаев: «Меніңше қазір іскерлік журналистика ерекше дамуда. ...Нарық пен демократизация қазіргі журналистикаға көптеген жаңалықтар әкелді. БАҚ-та қаржы тақырыбы мен саяси-әлеуметтік жағдайды қозғайтын аналитикалық баспасөз кең таралып отыр. Сондай-ақ, оқырман және оның лояльділігі үшін бақталастың күшеюі ерекше сәттердің бірі болып саналады. Бұл редакция журналистерін күнделікті материалдың сапасы бойынша жұмыс істеуге, қол

жеткен жетістіктермен шектелмей, қоғамға қызықты жаңа ақпараттар табуға жұмылдырады.

Бұл республикалық басылымдарға ғана қатысты емес. өз көзқарасымен шектелмей, баспасөз беттерінде республиканың маңызды мәселелерін көтеретін аймақтық баспасөз жедел қалыптасуда» [5] - деп пікір білдіреді. Сонымен қатар ғалымның пікірінше, оның ішінде қазақ іскерлік журналистикасының экономикалық сауаттылығы артқан. Тақырыптық аясы кеңіген. Экономиканы бағытты дамытудағы рөлі артқан. Демек, экономикалық тақырыптар сапалы жарық көруде. Бұл тұжырымы құптарлық. Бірақ экономиканы дамытумен қатар іскерлік журналистиканың әлеуметтік рөлін де назардан тыс қалдырмау қажет.

Қазақ іскерлік журналистикасының тәуелсіздік алғаннан кейінгі даму жолы біркелкі болмады. Бұл кеңестік жүйеден нарықтық ортаға бірден ауысқан бұрынғы КСРО мемлекеттері журналистикасының барлығына тән құбылыс. Нарықтық қатынастан хабары жоқ халықтың нарықтық қатынасқа бейімделуі әлеуметтік теңсіздікті тудырып, оның себеп салдарын да айқындап берді. Нәтижесінде, экономика және бизнес саласына деген жалпы халықтық қызығушылық артты. Бұл жаңа қоғамда өмір сүрудің басты қағидасына айналды. Ол қызығушылық сапалы ақпараттық сұранысты тудырды. Сол себепті кешегі іскерлік журналистика бүгінгі іскерлік журналистиканың әлеуметтік бағдарын анықтап берді. Сонымен қатар іскерлік журналистиканың әлеуметтік сипаттағы алғышартын қалыптастырып, негізгі міндеттерін нақтылады. Іскерлік баспасөз республикалық және өңірлік деңгейде әрбір тұрғынды сауатты әрі уақтылы экономикалық жаңалықтармен және сараптамалық материалдармен қамтамасыз ете отырып, әлеуметтік ортаның бірқалыпты даму тенденциясын қалыптастырды. Қарапайым тұтынушының тұтынушылық деңгейін көтеріп, тауар мен баға таразысын анықтады.

Қазақ іскерлік журналистикасының әлеуметтік әлеуетін арттыру жергілікті халықтың менталитетіне де байланысты. Ел тұрғындарының басым бөлігі ауыл азаматтары екенін ескерсек, қала халқына қарағанда олар баяғы «ұзын-құлақтың» хабарларына көбірек мән береді. Бұл тенденция экономикалық көзқарастың бұрмалануына, нәтижесінде қоғамдық түсінбеушіліктерге алып келуі ықтимал.

Еліміздегі іскерлік журналистиканы сөз еткенде, алдымен осы саланың мәнін айқындап алғанымыз жөн. Кешегі кеңестік елдер арасында

іскерлік журналистика саласына байланысты біркелкі пікір жоқ. Іскерлік журналистиканың әлеуметтік сипаты мүлдем болмайды деген де зерттеушілер бар. Пікір алуандылығы түрлі пікірталастардың туындауына себепкер.

Іскерлік журналистика Б. Я. Мисонжниковтың пікірінше, «жалпы журналистика саласының арнайы саласы, негізгі қызметі іскерлік басылым қалыптастыру, оның ішінде саяси-экономикалық оқиғалар мен дәйектерді сараптамадан өткізу» [6]. Демек, ешқандай әлеуметтік көтерер жүгі жоқ. Е. И. Мордовскаяның да пайымы Б. Я. Мисонжниковтың пікіріне ұқсас. Ол іскерлік журналистика «экономика мен бизнеске қатысты адамдарға қызмет көрсетуге арналған» дейді [7].

Іскерлік журналистиканың тек қана белгілі бір ортаға арналғандығын қарастыратын зерттеушілердің ішінде М. Пинскеромның көзқарасы біршама қызықты. Ол қоғамды үшке секторға бөледі: біріншісі – билік, екіншісі – бизнес, үшіншісі – мемлекеттік емес қоғамдық ұйымдар. Зерттеушінің ойынша, іскерлік журналистика осы екінші секторға арналған. Ол: « Біз екінші сектор туралы жазба қалдырғанда, зерттеу жүргізгенде, анализ жасағанда, мұның барлығын іскерлік журналистикаға жатқызамыз» - дейді [8].

Сонымен бірге, іскерлік журналистиканың әлеуметтік сипатын айқындайтын да ғалымдар бар. Олар іскерлік журналистиканың негізгі тақырыбы экономика мен бизнес дей отырып, әлеуметтік сипатын да айқындайды. «Іскерлік журналистика» жинағының авторлары (А. Афанасьева, М. Блинова, Д. Борисяк ) іскерлік журналистикаға байланысты түсінікті толыққанды ашылған деп айта алмайды. «Не ресейлік, не шетелдік ғылымда бұл түсінікке байланысты тура айтылған уәж жоқ. Бақытымызға қарай, іскерлік бұқаралық ақпарат құралдарының тақырыптық аясы тек қана қаржымен немесе экономикамен шектелмейді. Бірақ сөзсіз корреспонденттер өз жазбаларын іскерлік көзқараста қарастырады. Мәселен, АҚШ-тың шығыс жағалауына төнген дауыл туралы ақпаратты іскерлік дей аламыз ба? Бір жағынан әрине, жоқ. Алайда дауыл екінші жағынан Мексика шығанағында орналасқан мұнай платформаларына қауіп төндіреді, шикізат өндіру процесін тоқтатып, нарыққа түсу мөлшерін азайтады. Бұл шикізат бағасын арттырады»[9]. Демек, іскерлік тақырыптың әлеуметтік бағыты басымдылыққа ие. Бұл пікірді Д. П. Гавра да қолдайды және іскерлік журналистиканың аудиториясын үш түрге бөледі. « Іскерлік журналис-

тика ауқымды мағынада – барлық аудиторияға, екінші түрі кең мағынада – экономикалық журналистика, үшінші түрі тар мағынада – бизнес өкілдеріне арналған бизнес журналистика» [10]. Д. П. Гавра іскерлік тақырыптың негізгі мақсаты экономика деп толыққанды мойындайды. Бірақ әрбір іскерлік тақырыптың әлеуметтік бөлігі болатынын жасырмайды.

Іскерлік журналистиканың әлеуметтік сипатын республикалық және жергілікті іскерлік баспасөз беттерінен анық байқауға болады. Бұл жылдан –жылға өсіп келе жатқан үрдіс. Әрине, жарыққа шыққан іскерлік басылымдардың барлығында әлеуметтік сипат толыққанды ашылған дей алмаймыз. Мәселен, «Экономика» газетін алатын болсақ, бұл басылымның тақырыптық және мазмұндық колориті өзара байланысып жатыр. Экономика, саясат және әлеуметтік сала бір мақала аясына жымдасуы мүмкін. әрбір оқырман өзіне қызықты ақпарат

ала алады. Мұндай ерекшелік елімізде шығатын қазақ тілді іскерлік баспасөзге ғана тән десек қателеспейміз.

Ел экономикасының қарқынды дамуы өңірлік іскерлік журналистиканың да бой түзеуіне жол ашты. Облыстардағы экономикалық ахуалдың бірқалыптылығы және динамикалық дамуы жаңа басылымдардың пайда болуына себепкер болды. Халықтың қаржы, бизнес, экономика тақырыптарына деген сұранысы іскерлік емес газет-журналдардың да тақырыптық аясын кеңейтті.

Іскерлік журналистиканың әлеуметтік сипаты экономика мен бизнес саласын қамтитын газет-журналдардың әлеуетін арттыратыны сөзсіз. Бүгінгі оқырман өте талғампаз болғандықтан, сапалы әрі салиқалы, сараптамалық материалдарға ғана назар аударады. Демек, жалпы іскерлік журналистиканың дамуы ондағы әлеуметтік компонентке байланысты.

#### Әдебиеттер

- 1 Уикипедия ашық энциклопедиясы.
- 2 www.bull-n-bear.ru
- 3 Қазақстан Республикасы Президентінің ресми сайты.
- 4 Е. Яковлева. Студентам факультета журналистики СПб ГУ . www. Compuapt.ru
- 5 «BizMedia. Kz» іскерлік журналистика орталығы сайты.
- 6 Б. Я. Мисонжников. Деловое издание в лабиринте рынка. Журналистика: исследования – методология – практика: Сб. статей. СПб., 2000, 124-125 беттер.
- 7 Е. Мордовская Указ. соч. 15 бет.
- 8 Л. Канатова. «Класс деловых российских журналистов еще не сложился : интервью с М. Пинскером СМИ-НН. 21 октябрь , 2002 ж.
- 9 А. Афанасьева, М. Блинова, Д. Борисьяк. М. 2012 жыл.
- 10 Д. Гавра. Деловая журналистика: к определению понятие. СМІ в современном мире. Петербургское чтение : Межвуз. науч – практ, конф., 24-25 сәуір 2007 жыл: Сб. докл. СПб., 2007 жыл.

#### References

- 1 Wikipedia
- 2 www.bull-n-bear.ru
- 3 Hazahstan Respyblikasi Prezidentinin resmi saiti
- 4 E.Iakovleva. Studentam fakulteta zurnalistiki SPbGU.
- 5 www.compuapt.ru
- 6 "BizMedia.kz" iskerlik zurnalistika ortaligi saiti.
- 7 B.Ia. Misonzinov. Delowoe izdanie w labirinte rinka. Zurnalistika: issledovaniia - metodologiia - praktika: Sb. statei. SPb., 2000, 124-125 better
- 8 E. Mordovskaia Ukaz. Soch. 15 bet
- 9 L. Kanatova. "Klass delowih rossiiskih zurnalistow eshe ne slozilysya: interviu s M. Pinskerom SMI-NN. 21 oktiabr, 2002z.
- 10 A. Afanasewa, M. Blinowa, D. Borisiak. M. 2012 zil.
- 11 D. Gavra. Delovaia zurnalistika: k opredeleniu poniatie. SMI w sowremennom mire. Peterburskoe chenie: Mezwuz. nauch - prakt, konf., 24-25 sauir 2007 zil: Sb. dokl. SPb., 2007zil