

4. Надлежит скрупулезно выбирать бумагу для печати разнообразных изданий многообразными способами и технологиями.

Литература:

- 1 Шахкельдян Б.Н., Загаринская Л.А. Полиграфические материалы - М.: Книга, 1988.
- 2 Киппхан Гельмут. Энциклопедия по печатным

средствам информации. - М.: МГУП, 2003.

- 3 Марозулова Н., Стефанов С. Расходные материалы для офсетной печати. - М.: Русский университет, 2002.
- 4 Лоуренс А. Вильсон. Что полиграфист должен знать о бумаге. - М.: ПРИНТ-МЕДИА центр, 2005.
- 5 Гудкова Т.И., Загаринская Л.А. Полиграфические материалы. - М.: Книга, 1982.

Автор өз мақаласында баспа ісінің негізгі құралдарының бірі - қағазды және оның қасиеттеріне қойылатын талаптарды талдайды. Мақалада қағаздың анықтамасы беріледі, оның шығу тарихы, қағазды дайындау тәсілдері, негізгі физикалық және геометриялық қасиеттері, қағазды сақтау шаралары мен басуға дайындау, қазіргі кездегі баспа ісіндегі болып жатқан өзгерістер мен қағаз түрлерінің қолданылуының байланысы қарастырылады. Сонымен қатар қағазды баспа ісінде дұрыс қолданудың толық сипаттамалары беріледі.

Author in his article analyzes features and requirements for the paper. Paper is one of the basic materials in publishing and printing business. In the article observed the methods of its production, the papers history and its origin, taking certain direction of the paper fibers, the connection between the changes in publishing and printing business and the choosing the types of paper basic physical and geometrical characteristics and storage and preparation of the paper to print. Also given recommendations for use the paper in printing.

Е. Шалкибаев

Современные медиа порталы Казнета: проблемы и перспективы

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 070

Аннотация. На сегодняшний день многие казахстанцы уже не ждут вечерних новостей по телевизору, реже слушают радио и в крайних случаях покупают газеты, так как всю информацию или большую ее часть они получают из интернета. Но многие отечественные пользователи редко посещают медиа порталы в доменной зоне kz, предпочитая им более популярные западные и российские ресурсы. Теперь это становится огромной проблемой для медиа политики нашей страны, так как реципиенты получают информацию извне и больше подвержены риску медиа влияния со стороны России и западного мира. И чтобы не допустить монополию мировых СМИ на территории нашего медиа рынка, требуется создавать собственные качественные медиа порталы.

Медиа портал Казнета.

В настоящее время остро стоит вопрос о том, каково же будущее СМИ, останутся ли традиционные СМИ четвертой властью или же интернет полностью заменит их? Сейчас эти вопросы можно отнести к ряду риторических, однозначного ответа и быть не может.

На самом деле, в идеальной модели интернет и традиционные СМИ в плане достижения своей цели должны быть, скорее всего, союзниками, а не соперниками. Цели могут быть разные: информировать, развлекать, заставлять задумы-

ваться, голосовать и т.д. Интернет поддерживает идею статьи, темы или всего выпуска традиционного печатного издания, не противореча ему, обогащает его комментариями, опросами и т.п.

И в таком балансе традиционных СМИ и интернета выигрывают все: и интернет, которому не многие доверяют, называя его информационной свалкой, и традиционные СМИ, которые уже считаются стариной для молодежи и служащие лишь в качестве хлопушки.

Именно с такой целью многие издания (в основном печатные) заводят себе электронные версии, чтобы идти в ногу со временем и не отставать от мира. Плюсов у них очень много: от откликов, предложений от читателей до экономической выгоды. Материал непосредственно из журналов и газет являлся интернет контентом (содержанием) таких сайтов, но, как говорил Ге - раклит, - все течет, все меняется. Постоянства нет, так и в данном случае. Если раньше материал из газет, телевизионных сюжетов, радиопрограмм перепечатывался в интернет и заполнял собой вакуум, то сейчас наоборот. Недостаток финансирования, сложность с поиском материала, ограниченность доступа к высшим эшелонам власти, звездам, бизнесменам заставляет новоиспеченных журналистов брать информацию из интернета, несмотря на то, что информация не была проверена на достоверность.

Тем самым мы можем наблюдать новую тенденцию - интернет материал уже правит балом, и он же формирует традиционные СМИ. Но не всегда интернет материал плохой, а традиционные СМИ берут все из интернета, они могут сосуществовать и по отдельности. Самое худшее в этом случае, что может произойти, - это если мы утратим границу между новыми и традиционными СМИ, если наши серьезные журналы, как «Эксперт. Казахстан», начнут цитировать блоги и записи в твиттере. Но пока этого не произошло и не ожидается, хотя многие известные журналисты уже ушли в интернет. Например, Серик Акишев, ведущий нового шоу «Умная Игра», ведущий различных мероприятий, продюсер, который сейчас завел программу на YourVisionTV - «За Кадром» и ведет свой блог. В основном журналисты опираются на правило, озвученное главным редактором РИА Новостей, Светланой Мироной: «Нужно идти туда, где находится читатель. Если читатель у вас в Твиттере или Фейс-буке, то вы должны быть там».

Вообще идеальной формой интернет медиа принято считать новостные медиа порталы, а не просто электронную версию издания, форумы, новостные сайты, видео порталы, аудио-подкаст платформы.

Чем же переманил аудиторию интернет портал? Почему интернет материалам, порталам, блогам дали статус СМИ?

Новые СМИ, безусловно, предлагают людям гораздо больше возможностей, по сравнению с традиционными. В печатном издании нельзя сразу же высказать собственное мнение о прочитанном или завести полемику с автором по поводу публикации. В электронном варианте это, наоборот, приветствуется.

Отечественные новые СМИ пока бесплатны, а, следовательно, доступны для читателей. В Великобритании онлайн издания предполагают небольшую плату за чтение, но тем не менее результаты исследования YouGov показали, что 28% английских пользователей сократили траты на покупку газет и журналов и стали больше читать новости в Интернете, сообщает Telegraph. Авторы исследования отмечают, что в среднем затраты на доступ к онлайн-контенту в виде новых медиа составляют 2 фунта стерлингов в месяц, в то время как расходы на традиционные средства массовой информации составляли от 5 до 20 фунтов [1].

В ходе опроса потребителей, которые еще ни разу не платили за чтение онлайн-изданий, только 11% выразили готовность отдавать деньги за доступ к цифровому контенту. Еще 11% заявили, что подумают об оплате чтения новостей в онлайн в ближайший год [2].

Плюсом является не только экономия денег, но и экономия времени, так как на сайтах легче и быстрее можно найти интересующий вас материал.

Еще одним фактом в пользу интернет СМИ, социальных сетей является масштабность и быстрота передаваемых сообщений. И что самое удивительное у медиа порталов аудитория больше и разнообразнее, чем у традиционных СМИ, так, например короткое сообщение с орфографическими и синтаксическими ошибками, опубликованное на каком-нибудь социальном сервисе (на том же твиттере), может иметь больше читателей, чем статья в крупной и известной газете.

Интернет в Америке и Европе уже захватил медиа рынок, практически вытеснив традиционные СМИ, образовывая единое интернет пространство этих стран. В Казахстане такой объединенный национальный сегмент сети Интернет называется Казнетом.

Казнет довольно быстро развивается, но еще в недостаточном количестве и качестве, отставая от Рунета (Российского интернет пространства).

Рождение Казнета относят к 19 сентября 1994 года. Именно в этот день в Международном сетевом информационном центре регистрируется домен верхнего уровня «.KZ» [3].

И вот 30 ноября 2011 года Казнет обретает свой логотип. Эмблемой казахстанского сегмента Интернета выбрана работа костанайского художника Юрия Новоселова [4].

Казнет менее систематизирован, в отличие от своих зарубежных братьев: сайты создаются хаотично, в основном пытаясь охватить все важные и не очень тематики, функционалы (от мобильных версий вплоть до блогов, чатов). Получается некий винегрет в смеси с оливье.

То есть в идеале рецепт «приготовления» интернет медиа должен быть простым и в лучшем случае рассчитанным на какой-то определенный круг пользователей, иными словами, желательно ему быть точечным, а не гнаться за двумя и более зайцами.

Еще одной проблемой развития медиа порталов в Казнете является попросту малая рас-крученность наших сайтов. Так, немногие пользователи знают о проекте Lyakhov.kz - большой энциклопедии Казнета: информационно-просветительский портал, в разных формах существующий в Сети с 24 декабря 1996 года, в форме Lyakhov.KZ - с 22 апреля 2001 года. Основатель и главный редактор Портала, а также автор всех его тематических сайтов - алматинский веб-издатель и журналист Александр Е. Ляхов. Также о проекте [CountZero \(zero.kz\)](http://CountZero(zero.kz)), первом счетчике в нашей зоне интернета, созданным директором компании NeoLabs Александром Усковым. Зато многие знают о казахстанском портале Nur.kz (ярком примере всего смешанным со всем: социальная сеть, переводчик, новости, музыка, знакомства, блоги и т. д.), блог-платформе Your-Vision, tengrinews, то есть говорить о полной нераскрученности нельзя.

Помимо того, что пользователи не знают большинства действительно достойных внимания ресурсов, согласно нашему опросу, большинство, а именно 86% процентов респондентов уверены, что в Казнете, как и на телевидении, нет уникальности, оставшиеся 14% уверены в обратном. На самом деле, Наши любят копира-стить (от слов сору и paste, что в переводе означает копировать и вставить) у России и Запада. Неужели нельзя создать что-то свое качественное? - сетуют наши

пользователи. Следует заметить, что это особенность интернета: копировать материал и размещать его у себя на ресурсе без указания первоисточника. Причем не только наши копируют из Рунета и друг у друга, но и представители Рунета зачастую не прочь поживится живыми материалами Казнета. Автор этих строк сам находил российские ресурсы с материалами нашего [voxpordi \(voxordi.kz\)](http://voxpordi(voxordi.kz)), первого в Казахстане сайта фоторепортажей), великолепного проекта Алишера Еликбаева, несомненно, одной из ярких личностей Казнета.

«Копипаст» - очень динамичное понятие и со временем приобретает слегка иные формы, становясь таким явлением, против которого невозможно бороться ни на уровне суда, ни на уровне угроз. Можно, конечно, ужесточить наказания, но это не будет работать. Ведь из курса основ права, который проходят во всех университетах на всех специальностях еще в бакалавриате, мы знаем, что право работает, когда есть неотвратимость наказания. Вам могут грозить большим сроком за «копипаст» какого-либо материала, но если вы знаете, что откупитесь, либо вас вообще искать никто не будет, вы все равно будете заниматься этим. Если же вас оштрафуют раз-два, вы уже будете задумываться о том заниматься ли этим или нет. В последнее время «копипаст» становится уже «рерайтингом» (от слова re-write - переписывать по новой). Иными словами, «плагиатчики», сохраняя смысловую нагрузку журналистских материалов, пишут немного другими словами, изменяют порядок слов и предложений.

И проблема кроется не в качестве содержания сайтов, материалов, а в том, как разработчики подают свой продукт. Александр Усков в своем интервью хорошо отметил тот факт, что очень много местных пользователей вообще не заходят в Казнет. Они сразу идут в Рунет или Интернет. Это касается как новостных медиа, так и социальных сетей. Этот факт подтверждает и наш опрос, который показал, что все опрошенные в возрасте от 16 до 30 лет зарегистрированы в социальных сетях Рунета (вконтакте, мой мир, одноклассники), из них лишь 19% также зарегистрированы в NurKz, 52% из них пользуются зарубежными социальными сетями, такими, как facebook.com, twitter.com. Также директор компании NeoLabs говорит о том, что некоторые ресурсы, например Колеса .kz,

раскручиваются за счет очень сильной «офлайн» рекламы - они просто продаются на прилавках. Другие стали известными путем построения вокруг коммуникационных сообществ, как тот же «Центр тяжести».

Еще одной проблемой можно назвать слабую законодательную поддержку интернет-проектов. Хотя последнее время государство всерьез обратило внимание на интернет как медиа, но все еще не достаточно сделано. Большой проблемой не только для медиа порталов, но и для всего Казнета в целом стало принятие поправок в закон «О защите интеллектуальной собственности Республики Казахстан» от 12 января, который, несомненно, произвел в сети большой шум. Многие аналитики и пользователи отечественной сети уже стали «хоронить» молодой Казнет. Но это был лишь обязательный этап, через который должен был пройти Казнет и должен был произойти естественный отбор, который отсеял много «слабых» интернет ресурсов, оставив только достойных представлять отечественное интернет пространство. И возможно говорить о том, что многие авторы стали задумываться о качестве своих материалов, а не просто об объеме.

Кстати принято, или, по крайней мере, раньше было принято, что хороший журналист не высказывает и не навязывает свое мнение читателям, слушателям, но в последнее время можно заметить невооруженным взглядом, что происходит обратное.

Иначе как объяснить популярность блогеров и почему их считают журналистами новых медиа? Ведь если посмотреть со стороны, то главная разница между традиционными и новыми СМИ заключается в том, что профессиональные журналисты основывают свою позицию на фактах и не стремятся высказывать личную точку зрения, в отличие от блогеров и «гражданских журналистов», которые так живо «пропагандируют» свою идею. В этом случае приходится перечитывать различные мнения по одной теме, на поиск которых уходит дополнительное время.

В нашем опросе 40% опрошенных считают, что социальные сети нельзя относить к новым СМИ, правильнее их отнести к источникам информации, такие, как твиттер. Последний, в свою очередь можно, называть новым информационным агентством или источником информационных поводов. Поэтому традиционные и новые СМИ должны

мониторить их, так как это самый быстрый способ доступа к информации о предстоящих событиях, как сказал главный редактор интернет-издания Газета.ру Михаил Котов: «Социальные сети - это дороги, с помощью которых информация из одной части света очень быстро распространяется по всему миру» [5].

Проще всего рассмотреть все конкретные проблемы порталов, проанализировав и сравнив с зарубежными аналогами. К примеру, электронные версии газет «The Times» (<http://www.thetimes.co.uk>) и «Казахстанской Правды» (<http://www.kazpravda.kz/rus/>). Рассмотрев плюсы и минусы электронных версий, можно утверждать, что западные «представители» намного удобнее в эксплуатации, чем отечественные. Чтобы найти информацию на сайтах доменной зоны «.kz» (кроме разве что nur.kz, zakon.kz и tengrinews.kz), необходимо затратить в три раза больше времени, чем, если бы мы искали информацию на западных медиа порталах, все это связано со структурами сайтов и поисковой системой. Но и от дизайна сайта очень многое зависит, и в этом отечественные медиа порталы тоже уступают, они не столь привлекательны, чтобы заставлять пользователей возвращаться на сайт не только за информацией, но и для приятного времяпрепровождения, и в основном используют лишь синий и желтый цвет в оформлении. Также отечественным ресурсам в этом вопросе не хватает и хорошего качества материала как по содержанию, так и по внешнему виду статей, так как зарубежные материалы читать удобнее. Из всех этих недочетов (которые, между прочим, лежат на поверхности и видны невооруженным глазом) нужно делать выводы и исправлять ошибки в перспективе.

Радио, как и печатные СМИ, не могло остаться в стороне от прогресса, стали появляться интернет радиостанции, и широкое развитие получили подкасты (подкаст это звуковой файл (чаще всего в формате MP3), который распространяется бесплатно через интернет для массового прослушивания своей целевой аудитории). После распада СССР радио в Казахстане стало самым отстающим средством массовой информации, и в развитии интернет радио происходит практически тоже самое. К примеру, если сравнивать отечественные интернет радио и подкаст платформы (не затрагиваем порталы Рунета) с такими же немецкими порталами, то мы удивимся этой большой разнице. В Казахстане насчитывается

около 200 online радиостанции, в Германии же официально зарегистрировано около 1437 web-радиостанций, и около 2700 радиостанций, созданных пользователями сети. Но удивительней даже не эти цифры, а поражает скудность типов отечественных радиостанции (Казахстанские радиостанции в основном имеют только развлекательный характер), слабая интерактивность. В Германии online радиостанции не только сохранили все жанры традиционных СМИ, но и образовали новые, среди них, пожалуй, можно выделить:

- политическое радио;
- архивное радио (можно пересушивать старые подкасты, выступления политиков, старые передачи на радио);
- индивидуальное радио (с возможностями самому настраивать порядок песен и программ);
- обучающее радио (существуют радиостанции, на которых можно слушать лекции из университета по радио, есть целые лекционные под-касты по различным тематикам);
- экспериментальные формы радио (радио представлено в виде карты мира, где можно выбрать страну/город и даже улицу и послушать записи пользователей с тех мест) и т.д.

В Германии, как и в Канаде, Великобритании, развита система DAB (DAB standart): аппарат такой системы позволять слушать интернет радио в машине, на даче и вообще везде, даже в дороге между городами (где у нас обычно даже обычное радио не ловит). Также в Германии, как и во всем западном мире, хорошо развиты подкасты.

Причем популярные подкасты создаются обычными пользователями сети, у нас же могу выделить только Матрицу (<http://matrix-ca.tv/projects/podcast.html>), доступный раньше Podkazt (<http://podkazt.kz/>) и Namba (<http://podcast.namba.kz/all.php>), так как в основном наши пользователи ушли в Рунет, создавать свои подкасты на podfm (<http://podfm.ru/>).

Что касается телевидения, то тут и говорить нечего, кроме отдельных видеоблогов (к ним относится и YvTv (<http://yvision.kz/yvtv>), интерактивному онлайн-телевидению) и одного интернет сериала onLive (<http://on-live.kz/>), полноценного online телевидения на данный момент в Казнете не представлено.

Из всех этих недочетов и проблем следует искать перспективные пути дальнейшего развития.

Перспектив очень много, но первоначальным этапом наши политики утверждают, что следует нам догнать уровень западных соседей, а в скором времени и перегнать [6]. Да, возможно это зависит не только от политиков и их отношения к интернету (которое, кстати, очень положительное, судя по присутствию премьер-министра страны в Твиттере, и многих политиков на Your-Vision и т.д.), но и от нас, молодых, амбициозных, патриотичных пользователей сети интернет в большей мере. Создавая качественные медиа проекты, материалы, заполняя контент блогов не только развлекательными, бессмысленными рассказами, но и глубокой аналитикой, мы поднимаем Казнет на новый уровень.

Литература:

- 1 <http://www.gipp.ru/opennews.php?id=29691>
- 2 <http://www.gipp.ru/opennews.php?id=29691>
- 3 <http://skazhu.kz/?p=51>
- 4 <http://tengrinews.kz/internet/202750/>
- 5 <http://rus.ruvr.ru/2011/06/24/52356688.html>
- 6 <http://newskaz.ru/society/20110110/1037337.html>

Осы мақалада автор Казнеттегі медиа ресурстардың қазіргі кездегі жағдайын көрсетеді. Копипаст пен ерекше порталдарды шынымен білмеуі, отандық порталдардың мәселелері қарастырылады. Отандық интернет ресурстар шетелдік радио, газеттердің баламаларымен салыстырылады. Тұтас алғанда Казнеттегі медиа кеңістіктегі мәселелерден басқа, автор медиа нарықтың әрі қарай дамуына және кеңеюінің алғышарттарын атап, жаңа сапалы медиа жобалардың жас энтузиастардың, блогерлердің дамуын көрсетеді.

In this article the author shows the current situation of media resources in Kaznet. The problems of local portals have been researched: problem of copy-pasting and missing really original portals from the user's view. Author compares the domestic resources of the Internet radio, newspapers with foreign counterparts. In addition to general problems in the media space of Kaznet, the author

notes the preconditions for further development and expansion of influence on the media market: the creation of qualitatively new media projects by young enthusiasts, developing blogs.

Л. Байтерекова
СМИ и молодежь

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 654.19; 002.2

Аннотация. На сегодняшний день мы не можем представить свою жизнь без средств массовой информации. Мы постоянно следим за новостями по телевизору, читаем интересные статьи в прессе, общаемся с друзьями в интернете. Т. к. большинство населения это молодежь и она является ярым потребителем СМИ, а СМИ в свое время имеет влияние на молодежную аудиторию. Также мы выяснили, что существует позитивное и негативное медиа-воздействие на молодых людей, и все чаще сейчас говорят о негативном воздействии средств массовой информации, которое выражается в их неадекватном поведении в обществе. И для того чтобы негативного влияния было меньше, я считаю, что нужно ввести цензуру, независимо кому от этого будет не выгодно и не смотря на то, в каком обществе мы живем.

Роль СМИ. Негативное влияние.

Живя в современном мире, мы постоянно сталкиваемся со средствами массовой информации. Они настолько прочно основались в нашей повседневной жизни, что мы даже представить себе не можем своего существования без них. Для нас стало, довольно, обыденным смотреть последние новости по любимому телеканалу, узнавать счёт футбольного матча на спортивном сайте через Интернет, слушать прогноз погоды на день на волнах любимейшей FM-радиостанции.

Но какую роль СМИ занимают в жизни современного человека? Какой характер имеет влияние СМИ на образ жизни людей, на их поведенческие стереотипы, привычки и т.д.? И, вообще, существует ли это влияние?

Я считаю, что проблема влияния средств массовой информации на поведение молодежи - очень актуальна в нашем современном обществе, т. к. на сегодняшний день большую часть населения составляет молодежь (более 60%), а СМИ является «четвертой властью», которая имеет огромное влияние на формирование мнения молодежи, на воспитание подростков и т.д.

Молодежь - это такая социальная группа, которая по максимуму использует СМИ и жадно черпает информацию разного содержания. Потому что молодые люди очень любознательны и хотят быть в курсе всех событий, происходящих не только в их городе, но и во всём мире. Молодежь проявляет заинтересованность информацией, и это - факт.

Современный подросток, молодежь оказываются включенными в новую как для него, так и для общества реальность, которую он осваивает спонтанно, часто без целенаправленной помощи

наставников. Эту роль «наставников» в медиатизированном обществе берут на себя различного рода посредники в виде средств массовой коммуникации: прессы, телевидения, радио, интернета, мобильной связи. Они становятся сегодня для молодежи естественной средой обитания и имеют большое значение в социализации личности [1].

Т. е. здесь автор говорит о том что «нас» с самого начала не предостерегают от каких-либо программ или телепередач. Нынешняя молодежь настолько свободна при выборе тех или иных медиа средств (т. к. есть из чего выбирать, будь это интернет или же телерадиовещание).

Французский молодежный телесериал. (1992-1994)

Средства массовой информации создают двойственное взаимоисключающее влияние на образ жизни молодого человека: с одной стороны, они выступают как фактор, стимулирующий формирование здорового образа жизни у молодежи, с другой - провоцируют развитие вредных привычек, химических зависимостей, способствуют развитию психологического дискомфорта и пр.

Существует мнение, о том, что не следует преувеличивать роль СМИ в формировании образа жизни молодежи, списывая все существующие в молодежной среде проблемы на счет «тлетворного влияния запада» и коммерциализации радио, телевидения и прессы. В советские времена, когда в СМИ не было абсолютно никакой рекламы, а цензура не пропускала ничего, что могло бы отрицательно сказаться на личности или образе жизни молодого человека, в Украине имели место такие явления, как курение, пьянство, и беспорядочные