

Аталған кәсіпкерлер қалаған авторлық қоғамдармен келісімшартқа тұруы қажет болса, орталық иелері шығармаларды пайдаланғаны үшін, авторларына келісімшартта көрсетілген көлемде қаржы төлеуі тиіс. Ал келісімшартта оның көлемі нақты көрсетілген. Біздің жиын-нан байқағанымыз - қалада әлі күнге дейін жоғарыдағы кәсіп иелері тарапынан тиісінше міндетін орындамай жүргендердің бар екендігі. Ардақ Қаңтарбаев: «Жалпы бұл құқықтық түсін-діру жұмысы түрінде жүргізіліп отырғандықтан, келген қонақтар көкейінде жүрген толғақты сұрақтарын қойып, тиісті жауаптарын алды деп ойлаймын», - деді.

Ал «Ұлытау» мейрамханасының әкімшісі А. Рамазанованың «Мейрамханамызда үлкен теледидар орналасқан. Теледидарда айтылған әндер үшін де ақша төлеуім тиіс пе, мейрамхана-да орындалған әндер мен музыкалық әуендерге төлеп жатырмыз ғой» деген сауалына «Абы-рой» қазақстандық авторлық қоғамының өкілі Темірлан Төлегенов: «Авторлық құқық және сабақтас құқықтар туралы» заңның 12-бабы-на сәйкес, төлеуіңіз тиіс», - деп жауап берді[4]. Мәселенің көтеріліп отырғаны дұрыс. Кез кел-ген автор өз шығармасының қаламақысын алып отыруы заңды. Шетелде бұл жүйе ашық әрі өз деңгейінде нәтижелі жұмыс атқарып жатыр. Егер біздің елімізде де дәл солай жұмыс жүргізілсе, құқығым бұзылды деген әңгіме естілмес еді.

Дөңгелек үстелде көтерілген мәселелер, жауабын таба алмай келеді. Осындай дөңгелек үстелдер көптеп өтіп жатқанымен, әкелер пайдасы аз. Қаншама мәселелер көтеріліп, сол жерде қалып қойып жатады. Осының шешімі тезірек табылса екен деймін. Автормен толықтай келісуіме болады. Расында да, автор-лар өз қаламақысын уақытымен алып отырған жағдайда ғана, келеңсіз жайттар туындамас еді.

Ойымды қорытындылай келе, «Авторлық құқық» саласының ісін әрі қарай жетілдіру үшін, осы саладағы олқылықтардың орнын толтыру біздің, яғни жас ұрпақтың міндеті. Бар жүкті М. Ысқақбай басқарып отырған «Авторлар Қоғамына» артып қоймауымыз керек. Құқық бұ-зылған жағдайда оны тез арада реттеуіміз керек. Өз құқығын білмейтін авторларымыз көп, оны жасырып қайтеміз? Сондықтан құқық саласынан өз сауатымызды аша түсейік. Сонда ғана, өзімізге-өзіміз сенімді әрі нақты жауап бере аламыз.

#### Әдебиеттер:

- 1 Қазақстан Республикасының Конституциясы
- 2 «Азаматтық кодекс», 50-тарау. Авторлық құқық
- 3 [www.Google.ru](http://www.Google.ru)- авторлық құқық
- 4 Алтынай Жолдыбекова // «Авторлық құқық мәселесі әлі өзекті» - Заң газеті. - 04/2012 жыл.

В статье автор рассматривает причины неправильно понимаемых в нашей истории проблем авторского права, на которые до этого никто не обращал внимания. Делается попытка анализа авторского права и особенностей его становления. Результаты этого исследования открывают большие перспективы в профессиональной деятельности.

In this paper, the author examines the reasons misunderstood in our history, copyright issues, which until then no one paid attention. An attempt to reveal what is in copyright, where there was, and especially its development. The results of this study unexpectedly holds great promise in their professional activities. The preservation and implementation of copyright in is still in our country. The author tried to explain this idea.

Ж. Досхожина

#### Техника информационного воздействия в конвергентных масс-медиа

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

УДК 070

**Аннотация.** Актуальность данного исследования в том, что в современном мировом информационном пространстве зарождается и развивается конвергентная журналистика, которая привлекает к себе пристальное внимание как одна

из важных особенностей перестройки в СМИ. Конвергенция технологий, приводящая к существенному «перераспределению ролей» в традиционных СМИ, изменяет роль и аудитории, и самих передатчиков информации. В связи с этим изменяется вещательная политика и становятся многообразными средства доставки информации и, конечно, видоизменяются манипулятивно-пропагандистские техники и технологии воздействия на аудиторию.

### **Конвергенция. Десубстанциализация речи.**

Но для начала рассмотрим определение термина «конвергенция». **Конвергенция** (от лат. *convergere* - приближаться, сходиться) - термин, принятый в биологии, этнографии, языкознании для обозначения аналогичных процессов схождения, взаимоуподобления. С 1970-х годов это понятие все чаще употребляется для обозначения интеграции информационных и коммуникационных технологических устройств - компьютеров, телефонов, телевизоров. Дальнейшее развитие термин получил в ходе дерегулировании телекоммуникационного рынка в США и вещательного рынка в Западной Европе в 1980-х годах. Но только в 1990-х годах быстрое внедрение Интернета в повседневную жизнь миллионов людей придало дискуссиям о конвергенции широкий практический смысл.

Конвергенция занимает обязательное место в современных дискуссиях о будущем СМИ. Чаще это понятие становится синонимом в разъяснении магистральных преобразований в медиа и информационно-коммуникационной сферах. Ближайшим к конвергенции СМИ понятием является «слияние».

Во-первых, это слияние технологий. Во-вторых, это слияние прежде различных и разобщенных медиа, и наконец, конвергенция - это слияние рынков медиаструктур.

В конвергентной журналистике меняется стиль работы информационной редакции и журналистов. Это принципиально новая схема организации редакционных коллективов по круговому принципу, когда все сидят вместе и создают информацию, а редакторы ведут не отдельные СМИ, а разные темы - каждый свою. В данном случае главные редакторы управляют не редакцией, а контентом. Самым важным элементом здесь становится распространение этого самого контента. Редакторы каждые полчаса разбирают, что и в каком формате, на какой платформе будет размещено. Разные форматы (печатный, онлайн, мобильный, вещательный) продвигают друг друга с помощью кросс-промоушна, обмениваясь рекламными площадями, информацией, анонсами, ссылками на материалы. Процесс выстраивают по

особому порядку, а рядовых журналистов настраивают на оперативную плановую работу.

Мировым лидером в развитии конвергентных технологий по праву считается компания Yahoo. Она заключает контракты с ведущими информационными компаниями, телеканалами, газетами и новостными агентствами, которые предоставляют Yahoo News свои материалы. Например, телекомпания CBS каждые сутки предоставляет интернет-порталу около 60 минут видеоматериалов. Другой, безусловно, яркий пример слияния онлайн и традиционных СМИ - корпорация BBC, которая была одной из первых компаний, осознавших важность онлайн-медиа, и стала первым поставщиком мультимедийного контента. Washingtonpost был одним из первых, кто внедрил новейшие цифровые технологии на сайте издания. В число первопроходцев в этой области вошел и Financail Times. В России попытку создать конвергентную журналистику осуществляет газета «Комсомольская правда», в Казахстане - холдинг «31 канал».

Конвергентная журналистика сама по себе становится мощной структурой и чрезвычайно гибкой технологической цепью для развития многоканальных манипулятивно-пропагандистских техник и технологий управления аудиторией. Если она будет продолжать свое развитие в массовой информационной обработке аудитории, не учитывая ответной реакции потребителей, конвергентная журналистика не будет востребована и принята обществом. Поэтому ей необходимо развивать продуктивный диалог в двустороннем движении. Так как становятся очевидными несостоятельность устаревших форм воздействия на аудиторию, как авторские монологи, идеологические призывы, начальствующие распоряжения и коммуникативные практики - «подмена тождеств», «ложное обоснование» и др. Ситуация конвергентной журналистики, все стремительнее охватывая мир, создает ситуацию глобального мирового диалога между источниками информации и ее потребителями. Всякая диалогическая речь создает и сохраняет конкурентную борьбу между говорящими. Диалог

неистребим при нахождении новой целостности и новой структуры обсуждаемого предмета. Все это область человеческого мышления, и она не должна исчезнуть в электронном диалоге конвергентной журналистики. Это будет все тот же оперативный простор мысли, когда новая целостность проблемы обретает собственный мотив. Такое мышление является следствием ясного ума.

Конвергентной журналистике, учитывая реалии глобализирующегося современного мира, необходимо избрать в своем общении с аудиторией демократическую форму мышления, найти взаимопонимание в массах, обозначить общие идейные и мировоззренческие точки соприкосновения с помощью управления - «новое мышление».

Для этого рассмотрим десубстанциализацию речи и попробуем разобраться, почему она претендует на роль краеугольного камня самой конвергентной журналистики.

Еще французские сенсуалисты в 60-х годах прошлого века обратили внимание на способность диалога к кооперации, которая логично вытекает из аристотелевского «парадокса лжеца» - десубстанциализации речи. Над нашим сознанием довлеет мощная аристотелевская традиция, связанная с понятием «субстанция». Слушающий нас партнер на наши доказательства зачастую задает принципиальный вопрос: «Да, что вы говорите? Неужели это так? Вы правду говорите?». Партнер ставит под сомнение все наши доказательства. Его действия радикальны

- он ставит под сомнение нашу систему доказательств в целом, вместе с ситуацией, в которой она существует. Нам не отделаться шуткой или неопределенностью. От нас требуют ответа: «Да» или «Нет». Сам вопрос «Это правда?» может иметь различную степень радикальности. Он может относиться к *ситуации*, в которой находится говорящий и слушающий, но которая, возможно, является частью, более охватывающей ситуации. Слушающий в этом случае пытается «вписать» данную ситуацию в удобный лично для него контекст. Но это подтверждает его готовность продолжать начатый диалог. В целом, он нам *доверяет*.

Но если мы скажем: «Я правду говорю», наш партнер будет обязан продолжать диалог в рамках

наших начальных условий, даже если он понял, что все, сказанное нами, - *ложь*.

В этом случае он будет обязан заставить с помощью менее радикальных вопросов говорящего перейти к новым «начальным условиям», то есть представить в диалоге ложь явно, поскольку сама постановка им вопроса предполагает доверие. Если же он сам попытается изменить ситуацию или оставить ложь необнаруженной, то ответственность за прекращение исходного диалога будет лежать на нем. Если же последовал ответ: «Я говорю неправду», то слушающий, получив разрешение на изменение ситуации, должен новыми вопросами заставить говорящего партнера не только дать правильное представление о ситуации, но также объяснить, почему он лжет. Если он это не сделает, тогда это будет значить, что ему известны основания лжи и он лишает говорящего доверия. В противном случае, разрыв диалога будет его ответственностью.

В случае мощной атаки остается один способ продолжить диалог - вы обязаны согласиться: «Да, я лгу». Если же вы скажете: «Нет, это - правда», то это будет равнозначная контратака, которая вероятно не будет партнером услышана, так как она будет все же воспринята как ложная.

Но следует ответ: «Да, я согласен - это ложь». Таким ответом мы передаем инициативу партнеру, он сам встраивает свой ответ в представляющую систему ситуации, своим согласием он открывает основания своего поведения: он лжет не потому, что он лжет, а потому что он находится в ситуации, которая лжет, то есть является ложной. Иными словами, слушающий наш партнер лишен всяких рациональных оснований действия: ситуация в действительности ложна, поскольку она представляет себя как ложная, она в действительности истинна; но если ситуация в действительности истинна, то поскольку она себя представляет как ложная, она ложна.

Таким образом, наш собеседник оказывается в ситуации «парадокса лжеца». Но так как вопрос диалога остается открытым, он обязан продолжить беседу уже в менее радикальной манере. Он вам скажет: «Хорошо. Давай дальше разбираться». Это будет означать, что представляющая система в целом и ситуация нами выведены из-под удара партнера. Диалог продолжается. «Парадокс лжеца» - это защитный механизм нашей речи, предохраняющий ее непрерывность. В стремлении

доказать свою правоту и противостоять от натиска лжи или подделки собственно разворачивается борьба человеческих интересов.

Это вопрос чрезвычайной важности в нашем современном мире и в конвергентной журналистике, в частности. Аристотелевская подсказка о традиции субстанции - учиться принимать позицию партнера натолкнуло общество на модернизацию феномена «парадокс лжеца» в новый вид управления, которые современные политологи, а после журналисты в общественных дискуссиях ввели в широкий оборот под термином - «новое мышление». Так, управление «парадокс лжеца» логично превратился в современную коммуникативную практику «новое мышление» и становится мощнейшей манипулятивной технологией в конвергентных масса-медиа.

Действительно, человеческое мышление вообще и принципы «нового мышления» как вида управления, в частности, предлагают современной личности научиться видеть шире проблемные ситуации, в которых он живет, энергичнее входить в них - успешно их преодолевать и находить общие точки соприкосновения на самые разнообразные вопросы бытия. В итоге, такой вид управления, как «новое мышление», образует диалогическое сотрудничество, которое возможно, если коммуникация между партнерами этически ориентирована.

Таким образом, десубстанциализация речи между источником и потребителем в конвергентной журналистике, на наш взгляд, будет центральным местом управления и антиуправления - манипуляцией и пропагандой, допускаемой каждой стороной. Однако управление «новое мышление» все больше становится центральной идеологией развитого общества, ибо она позволяет каждой стороне сохранять свои позиции.

Но в то же время конвергентная журналистика широко и комплексно использует известный набор манипулятивно-пропагандистских методов и приемов. Таких, как: отбор информации, актуальность и новизна, выбор информационных тем, который уже сам по себе есть акт влияния на аудиторию, разработка драматургии сюжета, которое включает в себя интригующее начало, «завязку» драмы, основное противоречие и акценты, заключение. Все это несет смысловую нагрузку, влияющую на восприятие. Порядок подачи

информации. Это первый шаг в создании пропагандистских мифов. Интонация ведущего или журналиста, их стиль формируют отношение к информации. Также конвергентная журналистика модернизирует манипулятивную пропаганду - одну из жестких, агрессивных воздействий на людей с целью резкого изменения их мировоззрения, разложения их сознания, изменения их социального поведения. «Чтобы обеспечить эффективное воздействие манипулятивной пропаганды, - пишут Э. Макаревич и О. Карпухин, - нужно сначала нарушить связи человека с традиционными ценностями и структурами, т. е. лишить его корней, превратить в «массового» человека. «Массовый» человек податлив, он наилучший объект для средств массовой информации, используемых манипулятивной пропагандой. Надо помнить, пропаганда эксплуатирует, прежде всего, человеческие инстинкты: страх, ненависть, зависть, стремление к обладанию, чувство самосохранения. Она манипулирует символами, стремится привить человеку примитивные взгляды, идеи, потребности, побуждающие к определенным поступкам» [1, с. 107].

Анализ организации и направленности пропагандистских акций, осуществляемых в процессе проведения психологических операций, позволяет выделить некоторые черты в качестве общих правил или определенных принципов:

- осуществление информирования по всем возможным каналам, которые достигают объектов психологических операций;
- использование в пропагандистских акциях любых аргументов и доводов, которые могут служить достижению целей проводимых психологических операций;
- постоянное составление (формирование) и распространение сообщений с искаженной, ложной или специальным образом подобранной информации, в том числе в виде слухов, исходя из того, что «что-нибудь, да останется»;
- дифференцированный подход к объектам пропагандистских акций по возрастному, национальному, профессиональному и другим признакам;
- изменение содержания пропагандистских материалов, способов и средств их подачи в зависимости от обстановки: от незаметного и

скрытого манипулятивного воздействия, до прямых побудительных призывов к активным действиям;

- постоянный учет психологических особенностей и состояний людей для того, чтобы расширить аудиторию объектов пропагандистских акций путем использования специальных приемов манипулятивного воздействия.

Одной из эффективных техник информационного воздействия на большие группы людей является инициирование вторичной информационной волны. Суть его заключается в проведении пропагандистской акции такого характера, что она заставляет осветить ее в ряде средств массовой коммуникации. Возможен вариант, когда не содержание самой акции, а ее освещение в некоторых средствах массовой коммуникации делается таким образом, что это заставляет достаточно большое количество средств массовой коммуникации комментировать первоначальные сообщения, тем самым многократно усиливая мощность информационно-психологического воздействия. Происходит распространение информационного сообщения в других СМИ. Конвергентная журналистика имеет возможность освещать одну и ту же новость в разных форматах, тем самым создавая своеобразную вторичную информацию. Все это позволяет достичь и усилить эффект информационно-психологического воздействия на целевые аудитории.

Могущество конвергентных масс-медиа заключается, прежде всего, в их *комплексности, системности, масштабности и целенаправленности*, что связано со следующими причинами. Во-первых, информационные сообщения готовятся специалистами, прошедшими соответствующую подготовку и ориентирующимися на особенности восприятия той или иной информации. Использование определенных механизмов психики людей позволяет во многом предвосхитить необходимую реакцию аудитории. Во-вторых, время сообщения информации, канал ее распространения и другие особенности «доставки» адресату не являются случайными, а диктуются определенным расчетом, который осуществляется соответствующими специалистами. В-третьих, коммуникатор готовится к общению, чтобы вызвать у аудитории симпатию, желание слушать (смотреть, читать) именно его, а не другого человека.

Необходимо отметить, что конвергентная журналистика имеет массу положительных моментов, так как обладает отличительным качеством - она ищет обратную связь с аудиторией, то есть создает диалог от частного обмена мнениями до развития дискуссий планетарного масштаба. От того, как конвергентная журналистика будет использовать и развивать этот диалог, зависит, насколько журналистика продвинется в своем истинном назначении - в создании подлинной коммуникации между СМИ и аудиторией. Так, общение свободных индивидов великий философ прошлого века Карл Ясперс характеризует как высшую ступень коммуникации. Любая коммуникация, с его точки зрения, направлена к разуму, а значит к истине. Такая позиция, надеемся, в будущем будет сближать массовую коммуникацию с подлинной коммуникацией.

Во избежание отчуждения, господствующего в мире и описываемого многими течениями в современной философии как отношение между субъектом и его функцией, складывающиеся в результате разрыва их изначального единства, необходима истинная коммуникация. Вот, что писал об отчуждении немецкий философ и психоаналитик Эрих Фромм: «Конкретные связи одного индивида с другими утратили ясный человеческий смысл, приобрели характер манипуляций, где человек используется как средство... Не только экономические, но и личные отношения между людьми приобрели тот же характер отчуждения, вместо человеческих отношений они стали напоминать отношения вещей. Личность ощущает себя во всех отношениях чужой, она становится отчужденной от себя самой. Она не чувствует себя центром своего мира, создателем своих собственных действий. В наши дни средства словно превратились в цель, и не только «Бог умер», как утверждал в XIX веке Ф. Ницше, но и человек умер, а живы только организации и машины» [2, с. 106-107].

Именно особым способом понятая коммуникация, общение и диалог рассматриваются в качестве альтернативы отчужденному миру. Исходя из этого философского положения, можно сказать, что конвергентная журналистика в начале нового XXI века обнадеживает тем, что она способна создать в глобализирующемся мире посредством «нового мышления» диалог со всей планетой. Возможно, конвергентная журналистика возвысит

роль каждого в отдельности журналиста и даст ему шанс познать концепцию Иммануила Канта - «звездное небо надо мной и моральный закон во мне». Ведь журналист даже при самой изощренной эксплуатации его может и остаться все же свободным в творческом мышлении. Потому что у каждого журналиста есть свободный выход во всемирную сеть, где он может высказать свое личное слово и получить ответ, тем самым создавая диалог - один из важнейших моментов истинной коммуникации.

#### Литература:

- 1 Макаревич Э., Карпунин О. Игры интеллигентов, или Социальный контроль масс. - М.: Эксмо, 2003. - 480 с.
- 2 Фромм Э. Бегство от свободы. - М.: Прогресс, 1990. - 271 с.
- 3 Ясперс К. Введение в философию: пер. с нем / под ред. Михайлова А.А. - Минск: Изд-во ЕГУ ЗАО «Пропилеи», 2000. - 191 с.
- 4 Кант И. Основы метафизики нравственности // Кант И. Сочинения в 6 т. Т. 4. ч. 1. - М.: Мысль, 1965.
- 5 Шиллер Г. Манипуляторы сознанием: пер. с англ. - М.: Мысль, 1980.
- 6 Вартанова Е.Л. К чему ведет конвергенция СМИ / Е.Л. Вартанова. - М.: Информ. О-во, 1999.
- 7 Санжар Н. Коммуникативная практика - «новое мышление» как современный вид управления // Философский альманах «Современность: мир мнений». №2. - 2007. - 151 с.
- 8 Володина Ю. Гигантомания на медиарынке [Электронный ресурс]: учеб. пособие - М.: Независимая рос. исслед. Компания, 2007. - Режим доступа: <http://www.romir.ru>

Бұл ғылыми мақалада автор ақпараттық техниканың конвергенттік Масс-медияға ықпалын жан-жақты зерттеп жазған. Ақпараттың түрлі құлық іс-әрекетін талдап, соңында қоғамның миын басқаруға ықпал ететінін де назардан қалдырмаған.

In this research work author analyses basic techniques of the information influence, in particular, in convergence mass-media. The author discloses the essence of manipulation's mechanisms, such as a control and an anti-control. The researcher comes to the conclusion that convergence in mass-media widens and redoubles the information influence.

Г.С. Толықбаева

### Қазақстандағы білім, ғылым саласында ақпараттық технологияның мәні, білім деңгейін көтерудегі рөлі

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

УДК 316.77(4/9)

**Аңдатпа.** Бүгінгі таңда елімізде білім мен ғылым салаларында жүйелі өзгерістер жасалып жатқандығы шығарманың өзекті мәселесі болып табылады. Осындай соны өзгерістер мен ақпараттардың қарқынды ағыны заманауи іргелі пәндік білім мен ғылым салаларында да мән-мазмұны жағынан сан түрлі сипаттарымен танылып, білім беру мен ғылымдағы мақсаты сандық көрсеткіштен сапалы арнаға бет бұрыс жасауда. Білім алушылар бойында қоғамдық өмірге белсенділік таныту мен өзін-өзі іске асыра білу мақсатында өздігінен білім алу, ақпараттарды саралау және тиімді пайдалану білігін қалыптастыру бағдары айқын танылып отырғандығы мақалада сараптама сөз етілген. Қазақстанда білім берудің ұлттық жүйесі өте маңызды, қарқынды өзгерістердің сатысында тұрғандығы ізденушінің бұл туындысында анық айтылған.

#### Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар. Электронды оқулықтар.

Бүгінгі таңда елімізде білім мен ғылым салаларында жүйелі өзгерістер жасалып жатыр. Осындай соны өзгерістер мен ақпараттардың

қарқынды ағыны заманауи іргелі пәндік білім мен ғылым салаларында да мән-мазмұны жағынан сан түрлі сипаттарымен танылып, білім беру мен