

Мұхамедиева Н.Б.,  
Әуезова Ә.Ж.

**Қазіргі қазақ тілді интернет  
журналистика және жарнама  
мәселелері**

Мақалада бүгінгі таңдағы интернет саласында пайда болған жаңа ақпарат көздері туралы айтылады. Қазір интернет газеттер, журналдармен жұмыс жасаудың жолдары талданады. Ақпарат таратудағы жаңа медиа технологияның озық үлгілері жайында сөз етіледі. Интернет БАҚ-тың алғашқы нұсқалары мен жұмыс істеу тәсілдері, қазақ және орыс тілдеріндегі сайттарға талдау жасалады. Аудиториямен тығыз қарым-қатынас орнату ісі: оларды медиа ісіне тарту, қоғамдық мәселелерді талқылауға қатыстырудағы жаңа медианың әлеуметтік маңызына тоқталады.

**Түйін сөздер:** интернет журналистика, жаңа медиа, электронды БАҚ, жарнама.

---

Mukhamedieva N.B.,  
Auezova E.J.

**Modern Kazakh the internet  
journalism and questions of  
advertisement**

In the article of to consider new internet technologies, and also new informative sources modern to MASS-MEDIA. Comes into question the article formats the internet of newspapers, the internet is blogs, analytical web-sites and their informative sources. Informative NT, use of these technologies in the process of distribution of information. The Kazakhstan internet is analysed divisions illuminative on Kazakh and Russian. Connection with an audience, bringing in of them in the medias of space, elucidation of social problems, and also role of NT in it with

**Key words:** online journalism, new media, electronic media, advertising.

---

Мұхамедиева Н.Б.,  
Әуезова Ә.Ж.

**Современная казахская  
Интернет-журналистика  
и вопросы рекламы**

В статье рассматриваются новые Интернет-технологии, а также новые информационные источники современных СМИ. В статье обсуждаются форматы Интернет-газет, Интернет-блоги, аналитические сайты и их информационные источники, использование этих новых технологий в процессе распространения информации. Анализируются казахстанские Интернет-разделы, освещающие в своих материалах события на казахском и русском языках, связь с аудиторией, привлечение ее в медиа-пространство, разъяснение социальных проблем, а также роль новых технологий в этой сфере.

**Ключевые слова:** интернет журналистика, новые медиа, электронные СМИ, реклама.

## ҚАЗІРГІ ҚАЗАҚ ТІЛДІ ИНТЕРНЕТ ЖУРНАЛИСТИКА ЖӘНЕ ЖАРНАМА МӘСЕЛЕЛЕРІ

Шынайы ақпарат жеткізу – бұқаралық ақпарат құралдарының негізгі мақсаты болып табылады. Ал қазіргі таңда ақпарат алудың бірден бір көзі интернет екені даусыз. Қажетті ақпаратты ғаламтордан алып, кәдеге асыратын ортаның саны айтарлықтай өсіп келеді. Қазір интернет газеттер, журналистердің интернеттегі блогтары, түрлі ақпараттық-сараптамалық сайттар саны жылдан жылға артып келеді. Бұқаралық ақпарат құралдарының өкілдері бүгінде заман ағымына сай күнделікті тіршілік құбылыстарының нақ ортасында жүреді, ең сенімді көздерден шынайы мәліметтерді алу құқығына ие, сонымен бірге оқырмандар мен тыңдармандарына хабарларды барынша жедел жеткізу мүмкіндігін игерді. Қазақ журналистикасы саласында жаңа медиа технология дәуірі басталды, яғни қазақ тілді ақпарат тәжірибесіне дәстүрлі журналистикадан бірқатар ерекшелігі бар интернет журналистика саласы енді. Ақпарат таратудың басқа көзіне қарағанда мүмкіндігі зор жаңа медиа технологияның алғашқы қарлығаштары ретінде бүгінде тұрақты аудиториясы қалыптасып келе жатқан (қазақ тіліндегі) Abai.Kz ақпараттық порталын, «Мінбер» (Minber.kz) «Ұлттық интернет» газетін, «Замандас», «Алтын орда», «Masa.kz», «Azattyq.org», т.б. бірнеше интернет ресурстарды атауға болады. Электронды және баспадағы ақпарат құралдарының интернеттегі нұсқалары да жұмыс жасап жатыр. Осы ретте интернет журналистика, яғни жаңа медиа технологияның дәстүрлі журналистикадан айырмашылығы жайында сұрақ туындайды.

Телевизияда бір ақпаратты жасауға тұтас шығармашылық топ қатысады, радиода да солай, мерзімді басылым екібастан баспадан басылып шыққанша біраз уақыт өтеді. Интернет журналистиканың артықшылығы сол, оқиғаның ортасында болған адам журналистің қызметін атқара алады, яғни интернет сайттарға, олардың электронды пошталарына, редакцияларына хабарласып, ақпаратты жеткізуге толық мүмкіндігі бар. Енді ғана бағыт-бағдарын айқындап келе жатқан жаңа медиа туралы түсінік әлі толық қалыптасып үлгірген жоқ. Сондықтан дәстүрлі журналистика өкілдері де, оқырмандар да жаңа медиаға жатсына қарайды, оны уақытша нәрсе, еріккеннің ермегі деп санайды. Батыс елдерінде қарқынды дамып келе жатқан интернет журналистика қазір саясатқа, қоғамдық өзгерістерге, адамдардың

ой-санасына ықпал ете алатын күшке ие болып үлгерді. Ал біздің елдегі медианың нағыз гүлденер кезеңі әлі алда деуге болады. Өйткені ол ешқандай қоғамды жатсынбай тез дамидығын сала [1.236].

Жалпы, Қазақстанға интернет журналистикасының келгеніне көп болған жоқ. Біз және біздің атқарушы билік те осы бір саланы жатырқамай бауырына алды. Осыған орай «Интернетті реттеу туралы» Заң да қабылданды. Оған жаңа заманға сай бірнеше мәрте өзгертулер мен толықтырулар енгізілді. Бүгінде аталмыш заң бойынша елдегі барлық чаттар мен блогтар, форум тағы басқа интернет ресурстары БАҚ ретінде қарастырылатын болған. Бүгінгі қоғамдағы бұқаралық ақпарат құралдарының басты парызы бұқараның санасын билеу, оларға уақыт кезеңдерінің міндеттерін жан-жақты түсіндіру, жас ұрпақты тәрбиелеу және тағы басқа толып жатқан сан-саладағы көкейкесті міндеттерді бойларына сіңіру болуға тиісті. Интернеттің бірқатар коммуникация мен ақпараттық ерекшеліктеріне байланысты жаңа бұқаралық ақпарат құралының түрі интернет БАҚ дүниеге келді. Оның дәстүрлі БАҚ-тан айырмашылығы бірден байқалды. Ол ақпаратты тарату оперативтілігі мен интерактивтілігіне басты мән берді.

Интернет БАҚ-тың алғашқы нұсқасы 1987 жылы АҚШ-та пайда болған. «The San Jose Mercury News» газеті тұңғыш рет көпшілік қауымға электронды нұсқаны ұсынды. Қазіргі таңда, АҚШ-тағы күнделікті басылымдардың тиражы жарты жылда қазан айынан наурыз айына дейінгі аралықта 2,5%, ал апталық (жексенбілік) газеттердің тиражы 3,1% азайған. Керісінше, онлайн БАҚ күннен күнге қарқынды түрде даму үстінде. Сауалнаманы Американың газеттер ассоциациясы (Newspaper Association of America, NAA) 770 күнделікті, 660 апталық газеттер бойынша жүргізген. Ассоциация мәліметтеріне сүйенсек, АҚШ-та газет сайттарын пайдаланушылар тоқсан ішінде 56 млн. немесе интернетке кіретін адамдардың 37% құраған. Ал, Қазақстанда әзірге 3 мыңға таяу интернет сайттары тіркеліпті. Оның 20-25% БАҚ құралдарының меншігі болса, қалғаны әр түрлі бағытта жұмыс істейді. Оның ішінде банк те бар, сауда нүктелері де бар, ішінара жекелеген адамдардың сайттары да кездеседі [2. 1186].

1991 жылы Алматылық «Парасат» фирмасының базасында Relcom торында аймақтық байланыс орнатылып, бастапқыда тек электрондық пошта қызметін атқарды. Relcom бұл алғашқы кеңестік компьютерлік тор. 1990 жылы теле-

фон байланысымен Финляндия арқылы халықаралық ақпараттық компьютерлік кеңістікке шықты. Казнет зерттеушілерінің айтуына қарағанда Қазақстаннан алғашқы хаттардың бірі 1991 жылы 10 сәуір күні «Казстройсистема» атты Мәскеу тауарлық биржаға жіберілген еді. Кейін «Парасат» пайдаланушылар ішінен қазақстандық биржаларды, бірнеше БАҚ-ты, ҚазМУ, Стратегиялық зерттеулер институтын және тағы басқа мекемелерді айтып кетуге болады. 1992 жылы Казнет Relcom (Санкт – Петербург) компаниясының байланысы арқылы Интернет тұрақты түрде орнатылды. E-mail, WWW, FTR, USENET, IRS сервистері толық көлемде пайдаланушылар үшін жұмыс атқара бастады. Ал қазақ торының туған күні 1994 жылы 19 қыркүйекте Халықаралық тордың ресми түрде ұлттық KZ доменінің тіркелу күні болып саналады.

Казнет – Интернет желісінің қазақ және орыс тілдеріндегі қазақстандық бөлігі. «Казнет» термині мына негізгі ұғымдардан тұрады:

- KZ және жаңадан пайда болған Қазақстан аумағының доменді зонасының Интернет ресурстары; Қазақстандық провайдерлер көлемінде орналасқан басқа да аймақтық аумақ ресурстары; Қазақстандық тыңдаушыларға бағытталған шетелдік ресурстар; Қазақстандық ұйымдардың шетелдік өкілдер ресурстары; Казнет тарихына қысқаша шолу жасап кетсек: 1994 жылдың 19 қыркүйегінде жоғары деңгейлі KZ. домені ресми түрде тіркелді. 1997 жылы қазақстандық сайт «Business Website of 1997» халықаралық байқауында бірінші халықаралық марапатқа ие болды. 1996 жылдың 24 желтоқсаны күні Александр Е.Ляхов «Lyakhov.KZ – Большая энциклопедия Казнета» ақпараттық-ағартушылық порталының негізін салды. 1997 жылы «Қазақстандық Интернеттің бейресми әкесі» саналатын Александр Ляхов «Весь WWW Казахстан» қазақстандық веб-ресурстар каталогының жобасын іске қосты. 1998 жылы Интернеттің қазақстандық бөлігінде алғашқы виртуал дүкені мен Guide Park тауарлар каталогы пайда болды; 1998 жылдың маусымында Интернетте қазақ тілінде алғашқы сайт пайда болды; 1998 жылдың қыркүйек айынан бері Қазақстанда Интернет арқылы тұрақты радиохабар жүргізілді. Алматы қалалық радиохабар түйінін Алматытелеком МОТ сервері арқылы RealAudio технологиясын қолдана отырып хабар тарату жүзеге асырылды. 1998 жылдың қазан айынан бастап, тұңғыш рет Казнетте университет ресурстарына «ҚазМУ электронды каталогы» (авторы Мамбеталиев Қ.) қол жеткізуге мүмкіндік бере-

тін онлайн жүйесі іске қосылды. Аталған жүйе қазір Iib.kazsu.kz сайтында қолданылады. 2009 жылы Қазақстандағы басты ақпараттық Интернет жүйесінің дамыған ұлттық сегменттің қалыптастыру, соның ішінде желілік ақпараттық ресурстарды дамыту, ақпараттық-коммуникациялық инфрақұрылымды ұйымдастыру, осы саладағы инвестициялық және инновациялық белсенділікті көтермелеу мақсатында «Қазконтент» АҚ компаниясы құрылды [3].

Интернет БАҚ-тардағы аудиториямен байланыстың оңтайлы әдісінің болуы ақпарат тұтынушының ой мен сөз еркіндігіне мүмкіндік береді. Мәселен, тұрақты жұмыс жасап жатқан «Абай.kz» ақпараттық порталы, «Мінбер» ұлттық интернет газеті, «Замандас», «Masa.kz», «Bag.kz» сайттарындағы түсіндірме (комментарий) жазушылардың өздері ашық пікірталасқа барып, айтысып жатады. Не болмаса, материал туралы өз ойларын ортаға салады. Мұның өзі белгілі бір деңгейде сөз еркіндігі бар екенін аңғартады. Қарап отырсақ, қазір «мен» деген БАҚ-тың барлығында дерлік веб-сайт, портал, жекелеген журналистік блогтар мен форумдар, рейтинг-сауалнамалар тіпті әлеуметтік желілер бар. Бұл дәстүрлі БАҚ-тың өзі жаңа медиа арқылы ақпарат нарығына шығып отыр дегенді білдірсе керек. Алайда, телевизия мен радионы былай қойғанда, баспасөздің веб-парақтары жаңа медианың қалпына (стандарт) көп келе бермейді. Веб- беттердегі посттардың тым шұбалаңқылығы, визуалды ақпараттың жұтаңдығы байқалады.

Қазіргі таңда ақпарат тарату мүмкіншілігі бойынша интернет торабы алдыңғы қатарға шы-

ғып отыр. Газет, теледидар, радионың түгелге жуығы интернет торабында сайт немесе өз парақшаларын ашып, электронды ақпарат құралдарының саны күннен-күнге өсуде. Ал интернеттегі әлеуметтік желілердің қолданушыларының орта жасы 7-ден 48-ге дейін болып отыр. Қазір кез келген ұялы телефонда әлеуметтік желілерге қосылу үшін қосымша бағдарламалар орнатылатын болды. Кез келген компанияның өз тауарларын жарнамалау мақсатында әлеуметтік желіде парақшалары бар. Тіпті Үкімет мүшелері, көптеген лауазымды тұлғалар интернетте өз парақшаларын, блогтарын ашып, сол арқылы өздерінің қызметіне байланысты ақпарат беріп отырады. Қазіргі таңда интернет сайттар немесе блогтарына шолу жасаған жағдайда, алуан түрлі пішінмен, дизайн және мәтіннен құралған түрлі жарнамаларды көзіміз шалады. Бүгінгі таңда, тіпті, жарнамасыз ешбір интернет парақшасын елестету мүмкін емес. Соңғы уақытта Қазақстанда жарнама іс-әрекеті қызу өрістеуде. Жарнаманы өндіруде, зерттеуде әлеуметтік, әлеуметтік-психологиялық, қабылдаудың ұлттық этникалық (әдет-ғұрып, өнеге және діни салттар) ерекшеліктерін, экономикалық жағдайларды ескеру қажет. 24 сағат бойы жұмыс істеп тұрған жарнама мекені – Интернет. Жаңалық пен сараптамалық сайттарда да, жеке күнделік пен видео-сервис-терде де жарнамаға кезігуге болады. Интернеттегі жарнама нарығы Қазақстанда жаңадан даму үстінде. Қарап отырсақ, еліміздің интернет кеңістігінде жарнаманың дамуы интернет пайдаланушылар саны мен жарнама берушілердің белсенділігіне байланысты болып тұр.

#### Әдебиеттер

- 1 «Қазіргі кездегі журналистік білім беру: инновациялар, жаңа технологиялар». Оқу-әдістемелік құралы. – Алматы. 2012 ж, 23б.
- 2 Қисымов С. «Журналистиканың функциялары мен принциптеріне жаңаша көзқарас» ҚазМУ хабаршысы; Жур. Сер. 1999 ж. 118б.
- 3 Уикипедия– ашық энциклопедиясынан алынған мәлімет. www.wikipedia.kz
- 4 <http://kerekinfo.kz/blog/kaznet/10165.html>
- 5 Справочник журналиста Казахстана. –Алматы: Санат. 2002. 208б.
- 6 Қазақстан журналистерінің тәжірибесінен. -Алматы. 2008 ж. 74б.
- 7 Қозыбаев С.К. Масс- медиа как индикатор свободы общества. Вестник КазГУ. Сер. Жур. 91б.
- 8 Омашев Н., Бегімтаева Р. Қазіргі шетел журналистикасы. –Алматы, 2000. 141 б.
- 9 <http://www.inform.kz>. 12 қараша 2010.

### Referenses

- 1 «Khazyrgi kezdegi zjurnalistyk bilim bery: innovatsiyalar, janga tehnologyalar» okhy-adystemelyk khyraly. – Almaty. 2012, – 23 b.
- 2 Khisymov S. «Zhyrnalistikanig funksiyalary men prinsypterine janasha kozkharas» KazMU khabarshysy; Zhyr. Ser. 1999. – 118 b.
- 3 Wikipedia– ashykh ensiklopediyasynan alyngan malimet. www.wikipedia.kz
- 4 <http://kerekinfo.kz/blog/kaznet/10165.html>
- 5 Spravoshnyk jurnalista Kazakhstana . Almaty.Sanat. 2002. 208b.
- 6 «Kazakhstan jurnalistteryning tazhyribesynen» Almaty. 2008 g. 74b.
- 7 Khozybayev S.K. «Mass- media kak indikator svobodni obshestva» Vestnik KazGU. Ser. Jur. 91b.
- 8 Omashev N, Begimtayeva R. «Khazirgi shetel jurnalistiksy» Almaty – 2000. 141 b.
- 9 <http://www.inform.kz.12> kharasha 2010.