

Дуйшонбаева А.Б.

ЭГЕМЕНДҮҮ КЫРГЫЗСТАНДАГЫ МАССАЛЫК МААЛЫМАТ
КАРАЖАТТАРЫНЫН ӨНҮГҮҮ ТЕНДЕНЦИЯСЫ

Дуйшонбаева А.Б.

ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
В СУВЕРЕННОМ КЫРГЫЗСТАНЕ

A.B. Duishonbaeva

MEDIA DEVELOPMENT TRENDS IN INDEPENDENT KYRGYZSTAN

УДК: 9.93

Макалада Кыргыз Республикасынын массалык маалымат каражаттарынын өнүгүү алкагында Интернеттин, Интернет-ММК пайда болуусу, интернет ресурстарынын коомдук турмуштун баардык тармактарында терең, кенен жайылышы кеңири талдоого алынган. Эгемендүү Кыргыз Республикасынын саясий айдыңындагы ММК орду жана ролу чоң. Көз карандысыз Кыргызстандын ММК жетишкендиктеринин бири масс медиа фронтунда мурда салттуу болбогон, жаңы форматтагы, диапазон, тематикадагы жана көз караштардагы каражат – Интернеттин пайда болушу болуп калды. Интернет, Интернет-ММК кыска мөөнөттө пайдалануучулар арасында өз ордун, нугун таба алды. Кыргыз Республикасында кыска мөөнөттө жаңыча иш алып барган, салттуу эмес Интернет сайттары, ресурстары, порталдары сыяктуу Интернет-ММК калыптанды. Мурда жок Интернет-ММК, ресурстары, аны функциялары интернеттин, гипертекстуалдыгы, мультимедиялыгы, интерактивдүүлүгү пайда болду. Ошолордун катарында пайда болгон Интернет, азыркы социалдык институттардын көптөгөн функцияларын турмушка ашырууга ыңгайлуу талаа болуп калганы талашсыз. Акыркы 15-20 жыл ичинде көз карандысыз Кыргызстандын медиа айдыңында интернеттин пайда болуусу, кыска мөөнөттө анын калктын баардык социалдык катмарлары тарбынан кеңири колдонулушу, ага басым кылуусу жана маалыматтарды тез жеткирүү мүмкүнчүлүгү дал ушул салттуу эмес ММК кеңири жана тез жайылуусуна алып келди.

Негизги сөздөр: өнүгүү, коом, эгемендүү, мыйзам, менчик, эркиндиги, мамиле, аракеттери, бийлик, маалымат, мүмкүнчүлүк, чөйрө.

В статье рассматриваются и анализируются в рамках тенденции развития СМИ, независимого Кыргызстана, возникновение, развитие и распространение Интернета, Интернет-СМИ. Средства массовой информации – это один из ключевых инструментов политической системы страны. В суверенном Кыргызстане возникли и появились нетрадиционные, нового формата и диапазона, с новой тематикой, взглядом, не похожие на ранние СМИ – одна из них Интернет, Интернет-СМИ, интернет ресурсы с новыми функциями, отличающиеся гипертекстуальностью, мультимедийностью и интерактивностью, которые требуют дополнительного изучения. Актуальность темы заключается в этом. В годы независимости Кыргызской Республики, особое место занимает Интернет, в качестве средства передачи информации, которое появилось в последние 15-20 лет. Интернет незаметно, но прочно и активно вошла в повседневную деятельность всех сфер жизни и слоев общества. За короткое время нетрадиционные

Интернет ресурсы крепко, убедительно и глубоко вошли в политическую, социальную, культурную, морально-психологическую сферы жизни всех слоев населения.

Ключевые слова: развитие, общество, суверенитет, закон, собственность, свобода, отношения, действия, власть, информация, возможности, среда.

Any country that has chosen its own model of economic development has the right to its own information model. Kyrgyzstan has chosen an open society with a large degree of freedom of speech and press. This is the choice of our society. The print media of Kyrgyzstan is now looking for ways to create new professional organizations. Thus, the mass media Association is born. Like no other country, the print media in Kyrgyzstan is experiencing a rapid process of growth and development. A novelty in the Kyrgyz media is the business press. Mass media is one of the key instruments of the country's political system. The life and activities of print media are regulated by the Law of the Kyrgyz Republic "On mass media". At the same time, many journalists, as well as creative teams in general, simply do not know and do not observe this law, since they do not take into account certain new realities. This research paper examines the tendency of the development of mass media in sovereign Kyrgyzstan in the conditions of the political system of an independent state. It also deals with the role of the mass media in the political space of independent Kyrgyzstan. It examines the emergence and development of Internet media too, their political, economic and social field in the development of information space. The mass media of Kyrgyzstan have developed and will continue to develop in a democratic system.

Key words: development, society, sovereignty, law, property, freedom, relations, actions, power, information, opportunities, environment.

Азыркы коомдун турмушунда массалык маалымат каражаттары өзгөчө роль ойнойт. Бүгүнкү күндүн шартында массалык маалымат каражаттары: маалыматтык, аналитикалык, көңүл ачуу сыяктуу түрдүү функцияларды аткарат да, жарандарды маалымат менен камсыз кылуунун негизги булагы болуп эсептелет. Ошону менен катар эле массалык маалымат каражаттары адамдардын аң-сезиминин калыптанышына өз таасирин тийгизип, коомдун рухий турмушунун ажырагыс бөлүгү болуп саналат.

Мындан тышкары Массалык маалымат каражаттары – өлкөнүн саясий системасынын түйүндүү кара-

жаттарынын бири катары каралат. Борбордук Азиядагы башка өлкөлөрдө болуп көрбөгөндөй, Кыргызстандын массалык маалымат каражаттарындагы басылмалар өсүп-өнүгүүнүн ыкчам процессин баштан кечирүүдө. Республиканын журналисттер кошунунун маалыматы боюнча, азыркы учурда республикада 450 гезит жана журналдар иштеп, аларда үч миңден ашык журналисттер эмгектенишет [1].

Өлкөбүздө жалпы улуттук эки газета: “Кыргыз туусу” жана “Слово Кыргызстана”, аларга салыштырмалуу азыраак нуска менен республикалык 40, облустук 10, шаардык 15, райондук 50 газета ишмердигин жүргүзөт. Алардан тышкары жаштардын, аялдардын, ведомстволордун, атайын кесиптик, партиялык, адистештирилген газеталар, көптөгөн көз карандысыз басылмалар бар. Алардын айрымдары популярдуулуктун туруктуу өнүгүүсүнө ээ болушкан. Мисалы, Ош шаарында чыгарылган “Ош парк” жеке менчик гезити 10 миңден 20 миңге чейинки нускада чыгарылат [2]. Бул болжолдуу түрдө жергиликтүү башка басылмалардын, а түгүл аткаруу бийлигинин басылмаларынын нускасынан он эсе жогорку көрсөткүчтү көрсөтөт. Өлкөбүздөгү кыргыз массалык маалымат каражаттарынын арасындагы жаңылык – иштиктүү пресса. Кыргызстандын массалык маалымат каражаттарынын жашоого болгон жөндөмүн атаандаштык аныктайт. Ал мезгилдүү басылмалардын “демографиялык абалын” көрсөтөт.

Көз карандысыз турмушту, жеке менчик басылмаларды баштоочу меценаттар үчүн эл аралык уюмдар (Фонд Сорос-Кыргызстан, “Евразия”, ЮНЕСКО, Кошмо Штаттардын маалыматтык кызматтары, ж.б.) материалдык-техникалык, каржылык, консультативдик жактан ченемсиз колдоо көрсөтүшөт. Өкмөттүк басылмаларга сырттан келген мындай колдоолор минимумга чейин кыскартылгандыктан, мамлекеттик дотацияда отурат. Реалдуу базар экономикасынын натыйжасында, жеке менчик массалык маалымат каражаттарынын позициясынын бекемделиши менен расмий басылмалар банкрот болуунун чегине жетип калганы байкалат. Ошондуктан, алардын көпчүлүгү жабылууну же менчик формасын өзгөртүп, жашоосун нөлдөн баштоону тандоого аргасыз абалда турат.

Мындай тандоонун бай мүмкүнчүлүгү түзүлгөнүнө карабай, калктын басымдуу бөлүгү бирден, бол-

босо экиден гана басылмага жазылуу мүмкүнчүлүгүнө ээ. Бүгүнкү жакыр Кыргызстандын шартында мезгилдүү басылмаларга жазылуу кымбатка турат. Айкындуулук жөнүндө кеп кылууда, бул маанилүү маселе боюнча расмий басылмалар менен көз карандысыз прессалардын ортосундагы айырмачылык акырындап кыскарып бара жаткандыгын белгилей кетишибиз керек. Саресеп салган адамга расмий гезиттердин даражасы канчалык төмөн болсо, ал ошончолук саксынып, айкындуулуктан четтеп, бийликке болгон көз карандылыгы даана байкалат. Бул баарынан мурдагы салттык психология менен түшүндүрүлөт. Аймактагы көпчүлүк журналисттер “кулдук” аң-сезимден арыла албай жүргөндүгү чындык.

Басылма массалык маалымат каражаттарынын турмушу жана ишмердиги бир канча жыл мурун кабыл алынган “Массалык маалымат каражаттары жөнүндөгү” мыйзам менен жөнгө салынат [3]. Бирок көпчүлүк журналисттер, бүтүндөй чыгармачыл жамаат бул мыйзамды сакташпайт. Ошондуктан, адистердин көз карашында, бул мыйзамдын жаңы реалдуулукту эске албаган айрым жерлерине оңдоп түзөтүү киргизүү керек.

Биринчиден, анда негиздөөчү менен редакциялык жамааттын ортосундагы карым-катыштын аныкталышында так жана айкын мыйзамдуулук жетишпейт. Массалык маалымат каражаттарын монополиялаштырууга жол бербөө жөнүндө, журналисттерди социалдык жактан коргоо боюнча эч жерде айтылбайт. Рекламаларга негизсиз чектөөлөр киргизилген. Буга кошумча Проффессионалдык жана этикалык проблемалар бар. Ошондуктан, Кыргызстандагы көпчүлүк массалык маалымат каражаттары сөз болгондо, биринчи эле аларга шарт түзүп анан калган нормалар жөнүндө кеп кылсак, чындык жакын болчудай.

Жаңыдан түптөлө баштаган демократиянын шартында журналисттик ишмердикте укуктук, моралдык, этикалык так критерийлер жетишсиз болгондуктан, сөз эркиндиги, баардыгына жеткен басылмалар болгону менен жеке сөзү үчүн эч ким жооп бербеген парадоксалдык жагдай түзүлдү. Кыргызстандын массалык маалымат каражаттарынын бир топ басылмаларынын жана авторлордун ашынган амбициясын, сынчылдыгын жана өзүн ашыра баалагандыгын, элементардык тактиканын өнөкөт катары жетишсизди-

гин, оппонентке сый мамиле жасалбагандыгын өткөөл мезгилдеги кемчилик катары кароого болот. Окурмандарды маалыматтык чабуул менен дүрбөтүп, өзүнө “имидж” жасаган газеталар аз эмес. Бирок басылмалар жөнүндөгү мыйзам анык бузулуп атса да, эреже катары эч ким жоопкерчиликти мойнуна албайт. Эгерде, арызданган тарап койгон талабынан кайтпай турган болсо, ал жөнүндө жарык көргөн материал төгүндөлүшү мүмкүн. Ошол эле учурда жарандардын ар-намысына шек келтирип, анын кадыр-баркын төмөндөтүүгө аракет жасаган басылмаларга соттун чечими аркылуу айып пул салуу сыяктуу прецеденттер бар. Ошондон улам, массалык маалымат каражаттарынын жетекчилери жана журналисттер мойнуна алгандай эле, журналисттердин ишмердигиндеги этикалык нормаларды иштеп чыгуу зарылдыгы курч маселе бойдон калууда. Бул багытта акыркы мезгилде уюшулган массалык маалымат каражаттарынын жетекчилеринин бирикмеси алгылыктуу аракеттерди жасай баштады. Бул жерде өзүнүн “трибунасына” ээ болбогон гезит жана журналдарда эмгектенген гезитчилердин байлыгы – журналисттердин профессионалдык басылмаларын түзүү жөнүндө сөз болуп жатат. Тагыраак айтканда, маалымат борборлору (бюллетендер, маалымдама материалдар) аркылуу өздөрүндөгү боштуктарды толуктоо аракетин көрүүдө. Бирок жалпы улуттук масштабдагы маселелердин чечилиши карала элек. Анын катарында Массалык маалымат каражаттарынын катарын толуктаган басылмалардын кызматкерлерине профессионалдык билим берүү проблемасы жана аны чечүү маселеси турат. Жүздөгөн жаңы басылмалардын жамаатына келип кирген жаш журналисттердин армиясы атайын билимге ээ болбогондуктан, бул кесиптин чеберчилигин “иштин жүрүшүндө” жеке аракеттери жана катачылыктарды кетируү жолдору аркылуу үйрөнүшөт. Себеби, азыркы журналистиканы Улуттук университеттин, Кыргыз техникалык университетинин жана Ош Мамлекеттик университетинин ж.б.у.с. жогорку окуу жайлардын чакан бөлүмдөрүндө үстүртөдөн окуп үйрөнүшөт.

Эл аралык уюмдардын эксперттери Кыргызстандын басылмаларындагы сөз эркиндигин абдан жогору баалашат. ЕККУнун ММК боюнча өкүлүнүн кеңешчиси Стенлинин сөзү боюнча: АКШда бийлик менен Массалык маалымат каражаттарынын ортосундагы

маселелерди, Кыргызстанда ээ болгон көрсөткүчтөй эле АКШ бийлиги менен Массалык маалымат каражаттарынын ортосундагы алаканы “кастык мамиле деп айтышат. Ошондой эле бул мамиле өзгөрүлбөй турган туруктуу мамиле болуп саналат. Себеби, бийлик менен Массалык маалымат каражаттары бири-бирине окшобогон, эки башка тапшырманы аткара турган уюмдар. Ошондуктан, кандай гана демократиялык өлкө болбосун, бийлик менен Массалык маалымат каражаттарынын ортосундагы мамиледе белгилүү деңгээлде карама-каршылыктар болуп турат.

Башка тарабынан алып караганда, ал же бул өлкөдөгү сөз эркиндигинин деңгээли боюнча жыйынтык чыгаруудан мурун бул фактордун эске алынышы да азыр көптүр мааниге ээ деп ойлойбуз: Экономикалык өнүгүүнүн өздүк моделин тандап алган ар бир өлкө өзүнүн жеке маалыматтык моделин пайдалануу укугуна ээ. Бул багыттан алып караганда, Кыргызстан табигый ресурстарга жарды өлкө болгондуктан, жогорку деңгээлдеги сөз эркиндигине жана басылмаларга жол ачып, ачык коомду тандап, адам ресурсуна басым койгон. Бул биздин коомдун тандоосу.

Кыргызстандын Массалык маалымат каражаттарынын катарын толуктаган басылмалар азыр жаңы профессионалдык уюмду түзүү жолун издеп жатат. Ошентип, республикалык Журналисттер кошунуна атаандаш болуп эсептелбеген Массалык маалымат каражаттарынын ассоциациясы түзүлдү. Ачык коом принциптерине таянып, кыргызстандык Массалык маалымат каражаттары Борбор Азиянын Массалык маалымат каражаттары менен аймактык кызматташууну жолго коюуга аракетин колго алышты. Бирок азырынча коңшулаш республикалар тарабынан бул демилгени колго алуу боюнча өзгөчө кызыкчылык жарала элек.

Кыргызстандагы гезит-журналдар кең чөйрөдөгү көз караштарды, көрүнүштөрдү жана фактыларды чагылдыруу аркылуу сөз эркиндигинин, адеп-ахлактын калыптанышына негизги ролду ойнойт. Ырасында, бул 6,5 миллион калк жашаган өлкөдөгү радикалдык өзгөрүүгө барышы негизги жеңиштердин бири экендигин көпчүлүк тааныган.

“Кыргызстандагы Массалык маалымат каражаттарынын өнүгүү проблемасы Массалык маалымат каражаттарынын ортосундагы жана интернет ресурстарынын ортосундагы атаандаштык, бири-бири менен

болгон таймаш менен байланышта” экендигин айтат ИА "24.kg" [4]. Анын көз карашы боюнча, Массалык маалымат каражаттарынын, анын арасында маалыматтык агенттиктердин ортосундагы атаандаштык жөн гана жаңылык издөө жолу менен жүрбөй, аларды сайттарга ыкчам жайгаштырууда да көрүнөт.

Мындай атаандаштыкты Кубан Таабалдиев ИА «24.kg», «АКИпресс», «Кабар» арасында бар деп болжолдойт. Кг айдычындагы мындай шартта жаңы агенттиктерге жана маалыматтык ресурстарга туруштук берүү оңойго турбайт. “Кабардын” жетекчиси Кыргызстанда маалыматтык материалдарды камсыз кылууда эмгектенген жана аналитика жазган журналисттер жетишсиз экендигин белгилейт [5]. Анын сөзү боюнча, эгерде, аналитика жазуу боюнча маселе жок деп эсептелсе, “оперативдик журналистика” эки бутунан тең аксап, жылбай турат. Маалыматтык

агенттиктердин кызматкерлери фактыларды толук чечмелей алышпайт да, айрым деталдардар катачылыктарга жол беришет.

Адабияттар:

1. Газета “Моя столица” 31, 6. 11. 2001г.
2. Закон “О Средства массовой информации» 1992 г.
3. Материалы международной организации «СМИ Центральной Азии: настоящее и будущее». - Бишкек, 1999.
4. Таабалдиев К. «Новые вызовы для кыргызстанских средств массовой информации» «Кабар» "24.kg".
5. Таабалдиев К. «Новые вызовы для кыргызстанских Средств массовой информации» «Кабар» "24.kg".
6. Дуйшонбаева А.Б. Роль средств массовой информации в суверенном Кыргызстане. / Известия ВУЗов Кыргызстана. 2014. №. 9. С. 126-131.
7. Досалиева Б.А. Средства массовой информации и политическая культура в Кыргызстане: Взаимное влияние. / Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана. 2016. №. 4. С. 167-170.