

**Дуйшонбаева А. Б.***к.и.н., доцент Ошского государственного университета, Кыргызская Республика***Осмонова Б. А.***ст. преп. Ошского государственного университета, Кыргызская Республика***САЛТТУУ МААЛЫМАТ КАРАЖАТТАРЫ ЖАНА АЛАРДЫН ИНТЕРНЕТКЕ  
ӨТҮҮ ЖАРАЯНЫНЫН ТАРЫХЫ**

*Бул илимий изилдөөдө коомчулукта пайдаланылып келген салттуу массалык маалымат каражаттарынын интернет-онлайн маалымат каражаттарына өтүү жараянынын тарыхы, изилдөөнүн предмети катары каралат. Салттуу маалымат каражаттарынын интернет-онлайн маалымат каражаттарынын ишмердигине келип кириши, техникалык мүмкүнчүлүктөрүнө чакырык таштоо менен медианын түп тамырынан жаңыча изилдөөнүн негизги максатын түздү. Тарыхый изилдөөлөрдө калыптанып калган теребелдүү изилдөө менен бир катар эле таанып-билүүчүлүк, социологиялык, салыштырма, маданий-генетикалык усулдар колдонулду. Жыйынтыгында, азыркы массалык маалымат каражаттарынын техникалык негизин санариптик жана компьютердик технологиялар түзгөндүгүнүн натыйжасында, алардын социалдык-саясий функционалдуулугу өзгөрүүгө дуушар болуп, салттуу маалымат каражаттарын техниканын жолу менен пайдалануу өзгөчө мааниге ээ экендиги белгиленди. Макаладагы материалдар маалыматтык-технологиялар адистигинде окуган студенттерге, окутуучуларга жана коммуникация тармагындагы кызматкерлер үчүн пайдаланууга сунушталат.*

**Негизги сөздөр:** интернет; онлайн - маалымат каражаты; пресс-конференция; интерактивдүү; сайт; контент; аудио-видеофайл; ресурс.

**ТРАДИЦИОННЫЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ИХ ИСТОРИЯ  
ПРОЦЕССА ПЕРЕХОДА В ИНТЕРНЕТ**

*В данной работе в качестве предмета исследования выступает история процесса перехода от традиционных средств массовой информации к интернет средствам массовой информации. Вхождение традиционных средств массовой информации в деятельность интернет-средств массовой информации, а также бросив вызов их техническим возможностям создало новую цель исследований онлайн-медиа-системы. Сложившимися в исторических исследованиях с систематическими исследованиями, использовался ряд когнитивных, социологических, сравнительных, культурно-генетических методов. Составляющих техническую основу современных средств массовой информации, цифровых и компьютерных технологий и их общественно-политический функционал подвергается изменению, в результате было отмечено, что большое значение имеет использование традиционных средств массовой информации посредством технологий. Материалы работы рекомендуются для использования преподавателям, студентам а также обучающимися в сфере информационных технологий.*

**Ключевые слова:** интернет; онлайн-средств массовой информации; пресс-конференция; интерактивный; сайт; контент; аудио-видеофайл; ресурс.

**TRADITIONAL MEDIA AND THEIR HISTORY OF THE INTERNET TRANSITION  
PROCESS**

*This article considers the history of the process of transition from traditional media to network media used in the community as a subject of research. The entry of traditional media into the activities of online media and challenging their technical capabilities has created a new primary goal of exploring the roots of online media. Along with systematic studies that have developed in historical research, a number of cognitive, sociological, comparative, cultural-genetic methods were used. The digital and computer technologies that make up the technical basis of modern media and their socio-political functionality are undergoing change, as a result, it was noted that the use of traditional media through technology is of great importance. The materials of the article are recommended for use by teachers and students studying in the field of information technology.*

**Keywords:** internet; media; online; press conference; interactive; site, content; audio-video file; resource.

Маалыматтык коомдун түзүлүшүндө жана жарандык активдүүлүктүн өнүгүшүндө салттык массалык маалымат каражаттары менен Интернеттин техникалык мүмкүнчүлүгүнүн синтезинин негизиндеги Интернеттин өнүгүшү – азыркы аудиторияны маалымат менен камсыздоо процессинде алдыңкы орунга чыкты. Ошондой болсо да, Кыргызстандагы Интернеттин пайда болушу жана өнүгүшү стихиялуу мүнөздү алып жүрүп, теориялык жактан жетиштүү түшүнүккө, ошондой эле юридикалык колдоого ээ болбогондугун белгилей кетишибиз керек. Кыргызстанда интернеттин калыптануу жана өнүгүү жолу тарыхнаамелик маселе катары М.М. Лукинанын, А.А. Никитенконун, К. Таабалдиевдин түптүү эмгектеринде кадыресе иликтенген жана толук ачып берүүгө аракеттер бар. Коомдогу массалык өзгөрүүлөр, Кыргызстандын саясий, укуктук, экономикалык шартындагы Интернеттин өнүгүү тенденциясын изилдөө зарылдыгына алып барат.

Азыркы массалык маалымат каражаттарынын техникалык негизин санариптик жана компьютердик технологиялар түзгөндүгүнүн натыйжасында, алардын социалдык-саясий функционалдуулугу өзгөрүүгө дуушар болду. Себеби, алардын иши реалдуу убакыт режиминде жана “тар чөйрөдө чагылдыруу” принцибинде, тагыраак айтканда, терең адистештирилген чөйрөдө жүзөгө ашырылат. Акыркы мезгилдеги Интернеттин жалпы калк катмарына таркатылышы – бул терең интерактивдүүлүгү, ачык-айкындыгы, алкактык жана убакыттык чектин коюлбагандыгы менен мүнөздөлгөн массалык коммуникацияны жаратты.

Азыркы учурда Интернет өзүнүн социалдык ордуна ээ. Себеби, ал биринчи эле бир топ параметрлери бар “эски” аудиториядан кескин айырмаланып турат. Экинчиден, Интернетке катталган маалымат убактысына ийкемдүү мамиле жасап, өздүк материалдарды ыкчам жана ылдам жаңылап туруу артыкчылыгына ээ. Үчүнчүдөн, Интернет таркатуунун өзгөчө ареалы бар. Андагы маалыматтар жаңы маалыматтык-коммуникациялар боюнча жайылтылгандыктан, ал өз табияты боюнча глобалдуу. Тагыраак айтканда, аудиторияны камтыган кендиги боюнча бөтөнчөлүктү алып жүрөт. Ошондуктан, ал чакан социалдык топторго жеткирүү мүмкүнчүлүгү боюнча локалдуу болгондуктан, баардык топтордун кызыкчылыктарына жана аймактарга бөлүштүрүлгөн. Төртүнчүдөн, маалыматтык көңүл буруу чөйрөсү универсализм менен айырмалангандай эле аудиториянын белгилүү сегменттеринин кызыкчылыгына кызмат кылуу жолу адистештирилип жасалышы менен өзгөчөлөнөт. Бешинчиден, Интернеттин маалыматтык, көңүл ачуу сыяктуу функцияларды аткаруу үчүн мазмундук мүмкүнчүлүгү кеңейүүдө [1]. Салттуу массалык маалымат каражаттарынан Интернеттин кескин айырмаланган параметрлери болуп гипертекстуалдуулугу, мультимедиалуулугу, интерактивдүүлүгү саналат.

Гипертекстуалдуулук – маалыматтын көлөмүн гана кеңейтпестен, анын мазмунун да бирге тереңдетет. Ал ошондой эле тексттин бир эле деңгээлде окулушуна гана шарт түзбөй, ички жана сырткы шилтемелер аркылуу аны тереңдетип кароого мүмкүнчүлүк берет. Ошону менен катар эле ал медиа-продуктыларды өндүрүүчүлөрдүн маалыматтык мүмкүнчүлүгүн да, аны пайдалануучулардын да мүмкүнчүлүгүн күчөтөт. Гипертексттик режимде аткарууда түрдүү булактарга берилген шилтемелер маалыматтардын сапатын жогорулатуудагы баштапкы уникалдуу мүмкүнчүлүктү жаратып, анын толук ишенимдүүлүгүн күчөтөт. Экинчиден, альтернативдик булактарды пайдаланып, фактылардын интерпретацияларына катышып, өз алдынча жыйынтык чыгарууга негиз болот.

Мультимедиалуулук – түрдүү форматтагы маалыматтарды чагылдыруу мүмкүнчүлүгүн түзөт. Башкача айтканда, ал ар башка белги системасында – вербалдык, графикалык, үн, сүрөт, видео жана анимациялык маалыматтарды берүү мүмкүнчүлүгүнө ээ. Албетте, бул маалымат алмашууга толук мүмкүнчүлүк берип, маалыматтык контенттин кабыл алынышын жеңилдетет. Ошондуктан, көптөгөн редакциялар аудиторияга тексттик, аудио, фото жана видео материалдарды берип, бул көрсөткүчтү өз ишмердигинде натыйжалуу пайдаланууга аракет кылышат. Аудиторияга баардык платформада кызмат көрсөткөн редакциялардын модели “конвергенттик редакция” аталышына жетишкен. Көптөгөн изилдөөчүлөр, окумуштуулар, алардын катарында журналисттердин өздөрү да аны массалык маалымат каражаттарынын салттык басылмалардын жаңы платформага өтүшү жана өнүгүүнүн кезектеги этабы катары баалашат.

Интерактивдүүлүк – пайдалануучулар менен, анын ичинде айрым жеке өкүлдөр, ошондой эле бүтүндөй аудиториянын ортосундагы маалыматтык тажырыйба алмашуу катары белгиленет. Ал баардык массалык маалымат каражаттарына мүнөздүү болгондуктан, аудитория менен кызматташуунун реалдуу көрсөткүчү болуп эсептелет. Интернеттин интерактивдүүлүгү ылдамдык тездиги жана аудиториянын активдүүлүгү аркылуу айырмаланат. Аудитория менен редакциялардын ортосундагы байланыш чаттардагы, форумдардагы жана комментарийлердеги маалыматтар аркылуу жүзөгө ашырылат [2].

Кыргызстандын Мамлекеттик байланыш агенттигинин маалыматы боюнча 2014-жылы өлкөдө 1400 массалык маалымат каражаттары (ММК) каттоодо турган (алардын ичинен 1200ү басылмалар, 200 электрондук ММКлар). Бул басылмалардын жарымы ай сайын чыгарылуучу же адистештирилген басылмалар, ошол эле учурда аудиториянын арасында суроо-талапка ээ болбогон гезит-журналдар. Мындай басылмалар Интернетте өздөрүнүн өкүлү болушунун зарылдыгы жок экендигин билишет.

Интернетте ишмердик жүргүзгөн баардык түзүлүштөрдү формасы боюнча төмөнкүдөй эки топко бөлүштүрүүгө болот: а) өз алдынча түзүлгөн Интернет; б) иштеп жаткан салттык массалык маалымат каражаттарынын Интернет түрү. Интернет жакшы жасалга менен коштолуп, үзгүлтүксүз жана өтө ыкчам жаңыланып турат. Анда, эреже катары, толук иштелип бүткөн макала болбойт. Тагыраак айтканда, маалымат алуу мүмкүнчүлүгү чегине чыкканда гана материалдын жаңыланышы токтойт. Мындан тышкары электрондук газеталар түрдүү багыттагы материалдарды ыкчам издеп табууга негиз болгон гипертексттик форматтагы белгиде көрсөтүлөт.

Медиа сегментиндеги Интернетте маалыматтык агенттиктер негизги орунда турат. Кыргызстанда Интернетке өткөн салттык массалык маалымат каражаттарынын арасында маалыматтык агенттиктер лидерлик кылат. Улуттук ири маалыматтык агенттиктер башка массалык маалымат агенттиктерине эксклюзивдик маалыматтарды берип, кызмат көрсөтүү багытындагы өзгөчөлөнгөн функциясынан четтеп, өз алдынча массалык маалымат каражаты болуп түзүлүүдө. Басылма түрүндөгү жана электрондук массалык маалымат каражаттары өзүн-өзү эксклюзивдик маалыматтар менен камсыз кылуу үчүн мыкты деңгээлде өнүккөн. Ошондуктан, бүгүнкү күндөгү маалыматтык агенттиктер таасирдүү адамдардын кебин жеткирүү, маалымат жайылтуу үчүн аянтча бериши менен башка массалык маалымат каражаттарынан айырмаланып турат. Интернет түрү ошондой эле аларга ньюсмейкер онлайн аянтында кызмат көрсөтөт. Маалыматтык сайттардын ишмердигиндеги мындай өзгөрүү тенденциялары башка өлкөлөрдүн медиа системаларында да байкалат. Маселен, РИА «Новости», Associated Press, Reuters Group и BBC News сыяктуу чет өлкөлөрдө корреспонденттик кенен желеге ээ болгон эл аралык ири агенттиктер өзгөчөлөнүп, улуттук массалык маалымат каражаттарына эксклюзивдик маалыматтарды берет. Кыргыз медиа айдынында телевизиондук интернет-булактары салыштырмалуу жаңы көрүнүш болуп эсептелет. Учурда иштеп жаткан улуттук 10, аймактык 25 телеканалдардан бешөөндө гана өзүнүн интернет түрү бар. Телевидениенин Интернетте актуалдуу болбой калышына төмөнкүдөй бир катар себептер бар:

1. Кыргыз медиа системасы жетиштүү өнүгө алган эмес. Ошондой эле өлкөбүздө Интернет эми гана өздөштүрүлө баштады. Ошондуктан, өлкөдө салттык массалык маалымат каражаттары ушул күнгө чейин актуалдуулугун жогото элек;

2. Жалпы республикалык, ошондой эле аймактык телеканалдардын интернет түрүндөгү өздүк каналын иштеп чыгууда материалдык-техникалык базасынын мүмкүнчүлүгү чектелүү;

3. Өлкөдөгү калк катмарынын көпчүлүгү тез ылдамдыктагы Интернетке ээ боло элек. Эл аралык Internet World States уюмунун отчетуна ылайык, Кыргызстан Интернет ылдамдыгы боюнча дүйнөдөгү 167 өлкөнүн арасында 47- орунда турат [3];

4. Интернет пайдалануучулардын орточо эсеп менен жарымы видео жана аудио маалыматтарды маалыматтык сайттардан, айрым мультимедиялык тиркемелерден алууну жакшы көрүшөт. Ошон үчүн, аудиториянын суроо-талабын эске алганда, интернет-телевидение актуалдуулукка ээ боло албай калууда.

Кыргызстанда конвергенттик массалык маалымат каражатын түзүүгө «Чалкан.kg» аракет

жасаган [4]. Ал өздүк мультимедиялык журналисттик продукцияларды даярдап, медиалык, интеллектуалдык, коперейтингдик кызматтардын толук спектрин аткарат. Маңызы боюнча «Чалкан.kg» - бул газета, сайт, интернет-телевидение, продакшн-студия жана конференция сервиси. Тагыраак айтканда, ал маалыматтык агенттиктер жасагандай эле маалыматтарды чагылдыруу үчүн аянча берет. Бүгүнкү күндө кыргыз медиа системасында “конвергенттик массалык маалымат каражаты” түшүнүгү жаңылык болгондуктан, ал стратегиялык өнүгүү жолуна жетише элек. Ошондон улам “Чалкан.kg” интернет долбоордун ийгиликтүү көрсөткүчү, Интернеттеги старт алган алгачкы кадам болуп саналат [5].

Массалык маалымат каражаттары чөйрөсүндөгү дагы бир инновациялык көрүнүш – бул веб-радио. Интернеттин жайылуу чегинде коомдо радиостанциялардын веб-түрү салттык радиого атаандаштык жарата баштады. Радио берүү үчүн Интернеттин артыкчылыгы глобалдуу желенин радио сигнал жетпеген аймактарга жетип баргандыгында, же болбосо ал сигналдын трансляциясынын кымбаттыгына байланыштуу экономикалык жактан актабагандыгына байланышат. Мунун өзү Интернетте өз алдынча түзүлгөн радиолордун, ошондой эле тиркеме катары түзүлгөн радиолордун өнүгүшүнө жол ачат. Мисалы, Манас-Түрк университети ай сайын чыга турган өзүнүн “Манас” журналынын катарында “Манас радиосун” түзгөн. Ал күтүлгөн натыйжадан ашып түшүп, жаштардын арасында популярдуулукка жетишкен. Бүгүнкү күндө ал өлкөдөгү популярдуу 10 топ радионун катарына кирди. Мындай сайттар үн архивдерин, интерактивдик каражаттарды, жаңылыктарды, рекламаларды камтып, түз эфирде угууга мүмкүнчүлүк берет.

Маалыматтарды кең чөйрөгө жайылтуу мүмкүнчүлүгүнөн сырткары Интернет жамааттык коммуникация үчүн, актуалдуу маселедеги темаларды кең чөйрөдө ыкчам талкууга алынышы үчүн зор мүмкүнчүлүк берет. Жаңылыктардын тематикалык топторго бөлүнүшү колдонуучулар массасына жеткиликтүү болуп, катышуучулардын арасында тематикалык кат алышууга жол ачкан интерактивдүү электрондук конференциялардын (дискуссиялык топтордун) түзүлүшүнө алып келди.

Салттык массалык маалымат каражаттарына караганда Интернет экономикалык аспект боюнча да пайдалуу экендиги менен айырмаланат. Тагыраак айтканда, салттык басылмадагы массалык маалымат каражаттарындагыдай ал өндүрүшкө киргизүүчүлөрдү, калыпка салуучуларды талап кылбагандыктан, штаттык бирдиги аз. Баардык маалыматтар көз ирмемде табылып, гипертексттердин терең окулушуна түзүлгөн шарт окурмандарды тарта алгандыктан, аудиториянын көпчүлүгү Интернетти пайдаланышат.

Мамлекеттик байланыш агенттигинин изилдөөсүндөгү маалымат боюнча, 2014-жылы Кыргызстанда Интернет пайдалануучулардын жалпы саны 3 миллион 815 миң адамды түзгөн. Алардын ичинен 2 миллион 141, 7 миң адам жеткиликтүү интернетти туруктуу пайдалануучулар болуп саналат [6]. Ал эми 6,543 миллион калкы бар өнүгүү жолундагы өлкө үчүн бул натыйжалуу көрсөткүч болуп эсептелет. Бул көрсөткүчтөгү пайдалануучулар Интернеттин потенциалдуу аудиториясы катары таанылат. Каттоодон өткөн массалык маалымат каражаттарынын 70%га жакыны өзүнүн интернет –түрүнө ээ. Ал эми ай сайын же чейрек сайын жарык көргөн басылмалар өздүк материалдарын Интернет пайдалануучулар үчүн адистештирилген форматта топтоп даярдашат. Тагыраак айтканда, массалык маалымат каражаттарынын көпчүлүгү бүткүл дүйнөлүк коммуникациялык желеде өздөрүнүн өкүлчүлүктөрүн дайындашат.

### **Жыйынтыктар:**

1. Салттык басылмадагы массалык маалымат каражаттарындагыдай татаалдыкты колдонуу замандын талабы болбой калгандыгын аныктоо мүмкүн болду. Андыктан, интернет-маалымат каражаттарына өтүү жараяны, бүгүнкү күндө экономикалык аспект боюнча пайдалуу жана мобилдүү экендигин аныкталды;

2. Кыргызстанда медиа системасындагы салттуу маалымат каражаттары коомчулукта жетиштүү денгээлде таралган эмес. Ошого байланыштуу өлкөбүздө интернет-маалымат каражаттарына өтүү жараяны өздөштүрүлүп, анын коомдо өтө зарыл экендигин аныктоо менен актуалдуулукка ээ экендиги белгиленди.

## Адабияттар тизмеси:

3. Лукина, М.М. Интернет – средства массовой информации. Теория и практика [Текст] / М.М. Лукина. – М.: Аспект-Пресс, 2010. – С. 187.
4. Никитенко, А.А. Три модели журналистики [Текст] / А.А. Никитенко // Вестник Воронежского гос. университета: «Филология. Журналистика». Серия гуманитарных наук. - М.: ВГУ, 2009. - №1. – С. 119.
5. World State. Мировые СМИ [Элект. ресурс]. Сайт Международного агентства. – 2012. – режим доступа: <http://www.internetworldstats.com/asia/kg.htm> (дата обращения 12.03.2012).
6. Таабалдиев, К. Новые вызовы для кыргызстанских средства массовой информации [Текст] / К. Таабалдиев / «Чалкан.kg» маалымат агенттиги. – 2011. - № 8.
7. Таабалдиев, К. Новые вызовы для кыргызстанских средства массовой информации [Текст] / К. Таабалдиев / «Чалкан.kg» маалымат агенттиги. – 2011. - №7. 6. Сеть журналистики. Пять альтернативных бизнес-моделей для журналистики [Элект. ресурс]. Международная журналистская сеть ijnet. – 2006. – режим доступа: <http://ijnnet.org/ru/stories/100670> (дата обращения 25.03. 2012).

DOI:10.54834/16945220\_2022\_3\_75

Поступила в редакцию 13.10.2022 г.

УДК 391.687

Таикулова Ш.Б.

к.ф.н., доцент Кыргызско-Узбек. Межд. универ. им. Б. Сыдыкова,  
Кыргызская Республика

## КЫРГЫЗ ЭЛИНИН УЛУУЛУГУН ДАҢАЗАЛАГАН МУРАСТАР

*Бул жумушта изилдөөнүн предмети катары өлкөбүздүн тоолуу аймактарында сакталып калган кыргыздын материалдык эмес маданий мурастары эсептелет. Изилдөөнүн максаты – кыргыз элинин күнүмдүк жашоосунда колдонулган буюмдардын өзгөчөлүктөрүн жана аларды жасоо жолдорун салттуу ыкмада жасап көрсөтүү менен материалдык эмес маданий мурастардын жайылуусуна салым кошуу. Изилдөөнүн методу болуп салттуу буюмдар жөнүндө оозеки маалымат алуу жана буюмдардын үлгүсүн жасоо эсептелинет. Ааламдашуунун шартында ар бир улут өзүнө таандык, бирок унутта калып бара жаткан улуттук баалуулуктарын кайрадан калыбына келтиргенге аракеттер жасалып жаткандыгын көрсөтүү. Улуттук маданий мурастарды сактоо жана жайылтуу улуттун улут болуп сакталып калуусуна чоң өбөлгө болору аныкталды. Иштин практикалык маанилүүлүгү талаа материалдарынын негизинде каада-салтты билген байбичелер менен сурамжылоо жүргүзүүнүн натыйжасында алынган маалыматтарды жаштарга устат-шакирт программасы аркылуу жеткирүү болуп саналат. Макаладагы материалдар жогорку окуу жайлардын студенттерине жана чыгармачыл балдар борборлоруна пайдаланууга сунушталат.*

**Негизги сөздөр:** улуттук баалуулуктар; кол өнөрчүлүк; мурас; өнөр; буюмдар; кийимдер; көчмөн жашоо; чебер.

## НАСЛЕДИЯ ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ВЕЛИЧИЕ КЫРГЫЗСКОГО НАРОДА

*В данной работе предметом исследования является нематериальные культурные наследия кыргызов, сохранившиеся в горных регионах нашей Кыргызстана. Цель исследования – способствовать распространению нематериального культурного наследия путем подтверждения особенностей изделий и способов их изготовления, используемых в повседневной жизни кыргызского народа. Выявлено что в условиях глобализации каждый народ пытается восстановить свои национальные ценности, которые постепенно забываются и исчезают. Определено, что сохранение и распространение национального культурного наследия станет большим вкладом в сохранение нации. Практическая значимость работы заключается в донесении информации, собранной путем проведения опроса у старшего поколения, знающего традиции на основе полевых материалов до молодежи через программу «мастер-ученик». Получено результаты рекомендуются высшим учебным заведениями и детским творческим центрам.*

**Ключевые слова:** национальные ценности; ремесла; наследие; мастерство; изделия; одежда; кочевой быт; ремесленник; мастера.