

Это труднейшая, но выполнимая задача. В республике есть потенциал, прежде всего, интеллектуальный и на самом высоком уровне. Есть у молодых казахстанцев возможность учиться, значит, есть перспектива внести свой вклад в решение настоящих проблем.

Сегодня в разрешении социальных и экономических трудностей участвуют и средства массовой информации. Независимо от статуса газеты и журналы, радио и телевидение несут народу информацию. Во многом эта информация - не сплошной радужный калейдоскоп успехов и достижений. Но основные принципы журналистики, как общественной и творческой деятельности, при освещении современной действительности соблюдаются.

ЛИТЕРАТУРА

1. «Казахстанская правда» 17 декабря 1994г.
2. «Казахстанская правда» 16 июля 1995г.

Түйіндеме

Мақалада автор қазіргі журналистердің негізгі принциптерін есепке алып МҚҚ-да әлжуметтік-экономикалық сұрақтарды түсіндіру ерекшелігін қарастырады.

Resume

The author of the article examines the coverage peculiarities of social economic issues in Mass Media with a glance of the basic principles of the modern journalism

ӘӘЖ 070

НАРЫҚ ЖӘНЕ АҚПАРАТ ӘЛЕМІ

М.М. Омаров

С. Торайыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті

БАҚ-тың қолданыстағы жүйесі біртіндеп туындаған: алдымен тек газеттер мен журналдар (қолжазба, баспа), ХІХ ғасырда ақпараттық қызметтер қосылды, ал ХХ ғасырда алдымен радиостансалар, кейін телеарналар студиялары мен телекомпаниялар пайда болған.

Бүгінде бір ғана Қазақстанның өзінде МҚИОС-тың 2002 жылдың 1-қазанындағы мәліметтері бойынша 1161 газет, 448 журнал, 121 теле – және радиоккомпания, 15 ақпараттық агенттік жұмыс істейді. ХХ ғасыр шегінде

БАҚ еркін индустрияға айнала бастады. С.М. Гуревичтің айтуынша, осылайша журналистика өндірістің бір түрі болып қалыптасты. Бизнесі дамытудың барлық заңдары оған да қатысты.

ХІХ ғ. Ағылшын экономисі У. Джевонс нарықты іскер қарым-қатынасқа түсіп, кез келген тауарға байланысты ірі келісімшартқа отыратын адамдар тобы деп түсінді. Заманауи американ экономисі Ф. Котлер сатып алушылардың маңызды рөлін айта келіп, нарықты бар және болуы мүмкін тауар сатып алушылардың жиынтығы деп сипаттайды. Британдық энциклопедияда нарық сатып алушылар мен сатушылар арасындағы тауарлар мен қызмет көрсетулер айырбасын жүзеге асыратын құралдар жиынтығы ретінде көрсетілген. Байланыс тура немесе жеке делдалдар, ұйымдар арқылы жүзеге асуы мүмкін. Көрнекті экономист, Нобель сыйлығының иегері Ф. Хайек нарық көптеген жеке агенттер арасында таралған ақпаратты толық және тиімді пайдалануға мүмкіндік беретін күрделі өткізу құрылғысы деп атап көрсетті.

Нарық – бұл сатушы мен сатып алушының өзара байланысы. Олардың әрқайсысы өз әрекетінде еркін. Сонымен бірге сатып алынушы немесе сатылушы тауардың иесі болу міндетті емес, тапсырыс бойынша да әрекет етуге болады. Сатып алушылар тауарды қайта өткізу үшін сатып алушы (көтерме және бөлшек сауда фирмалары) жекелеген азаматтар, отбасылар, фирмалар, делдалдар, мемлекеттік мекемелер болуы мүмкін.

Нарықтар жүйесін құрайтын нарықтар жиынтығына:

- 1) қаржы-несиелік нарық;
- 2) қор нарығы;
- 3) сақтандыру нарығы;
- 4) тауарлық нарық;
- 5) еңбек нарығы;
- 6) жылжымайтын мүлік нарығы;
- 7) ақпараттық нарық.

Жоғарыда аталған жүйелердің әрқайсысының өз құрылымы бар. Осы иерархияның төменгі жағында тұрған нарық туралы сөз еткенде, республикамыздағы ақпараттық қызмет өте қысқа мерзімде қосалқы индустриядан өндірісі мен инфрақұрылымы дамыған қуатты индустрияға айналғанын айта кеткен жөн. Қазіргі заман жағдайында аталмыш индустриясыз тіршілік ету мүмкін емес.

Ақпараттық қоғам құру үшін интеллектуалды-технологиялық база қажет. Ақпараттық база осындай база болып табылады. Бұл – кәсіпкерлік қызметтің салыстырмалы жаңа саласы. Ақпараттық индустрия немесе бизнес, еркін бизнес сала болумен қатар, бір уақытта банктер, биржалар және тағы басқалармен бірге барлық кәсіпкерлік қызметтің инфрақұрылымына енеді. Кез келген фирманың ақпараттық қызметі ақпараттық, бағдарламалық, техникалық және коммуникациялық

қамтамасыз етуден тұрады. Ол фирманың нарық стратегиясы – сату стратегиясы – ақша алу циклында нарықтық стратегия бойынша шешім қабылдауына негіз болады. Қабылданған шешімдерге тұтынылған және өндірілген өнім пішіні және нарық сипаттамасы бойынша түзетулер енгізу арқылы мәліметтер базасында қызмет көрсетіледі.

Әлемдегі ақпараттық бизнес көлемі 2000 жылдың басында (млрд. долларға шаққанда): ақпарат бойынша – 21,3, техника бойынша – 35,1, бағдарламалар бойынша – 4,4, коммуникация бойынша – 160,4-ке жетті. АҚШ пен Жапонияда жұмыспен қамту бойынша ақпараттық өндіріс материалдық өндіріс саласын артқа тастады. АҚШ-та 2000 жылдардың басында барлық жұмыс істеушілердің 60%-ға осы салада болды. Ақпараттық бизнеспен айналысатын фирмалардың саны бүгінде 1000-нан асады. Ақпараттық бизнестің өсу қарқыны, жұмыспен қамту және басқа да экономикалық көрсеткіштері дәстүрлі салалардан тұрақты түрде алда келеді.

Ақпараттық бизнес саласы өте кең, оған ақпаратқа тікелей немесе жанама қатысы бар әралуан қызмет түрлері енеді. Сонымен қатар инфрақұрылым қызметінің көлемі жиі өзгеріп, өсіп отырады. Ақпараттық бизнес есеп техникасына тікелей байланысты өнімдер мен қызмет көрсетулер өндірісінен бастап компьютерге мүлде қатысы жоқ адам қызметінің барлық жаңа салаларын қамтиды. Ақпараттық бизнес инфрақұрылымын сипаттай келе, әр елдің мамандары оның мазмұнын әрқелкі топшылайтынның есте сақтау қажет. Мәселен, ресейлік ғалымдар инфрақұрылымның төмендегі негізгі элементтерін атап көрсетеді: әртүрлі типтегі ВЦ; абоненттерге ақпараттық ресурстарға қол жеткізетін абоненттік бекеттер; басқаруды электронды-есептік және ақпараттық әлеуетпен қамтамасыз ететін ұйымдастыру элементтерінің жиынтығы; бағдарламалық және ақпараттық қамтамасыз етуде ВЦ сұраныстарын қанағаттандырушы саланың құрылымдық элементтері, сонымен қатар әртүрлі қамтамасыз ету элементтері.

АҚШ-та экономиканың әртүрлі салаларын компьютерлендіру түрінде ақпараттық бизнесті дамыту сызбанұсқасы жасалған. Л. Дэ жасаған сызбанұсқа ақпараттық инфрақұрылымды түсіну үшін қолайлы. Оған әралуан қызмет түрлерін сипаттайтын сегіз сегмент енеді, бірақ олардың бөрінің тура немесе жанама түрде ақпаратқа қатысы бар.

Осы сызбанұсқаның блоктары төмендегідей:

Мазмұнды ақпарат:

- кинофильмдер;
- газеттер, журналдар;
- ақпараттық бюллетендер, жекелеген тізімдер, анықтамалық көрсеткіштер;
- кітаптар, баяндамалар, публикациялар, жазбалар;
- бейнедискілер, пленкалар.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СЕРИЯ

Қосалқы қызметтер:

тәуекел капитал, банктер;
жасанды интеллект жүйелері, жүйелерді жобалау;
жүйелердің жұмыс уақытын бөлу;
бағдарламалау;
құжаттарды электрондық жеткізу, мәліметтерді енгізу;

нарық және бизнес шарттарын зерттеу, жарнама агенттіктері;
биржалық маклерлер, қызметтер бюросы.

Ақпараттық технология:

компьютерлер, терминалдар;
кеңселік қондырғы;
оптикалық аппаратура;
шағын фильмдер, лазерлік дискілер;
баспа қондырғысы, есеп бланкілері;
ксерокөшірме.

Интегралдық технология:

терминалдар;
жеке коммутаторлар;
сөйлеу жүйелері, факстар;
сандық мәліметтер.

Байланыс құралдары:

радио, телевизия, телефон;
жеткізу жүйелері;
бейнедискілер, волокондық оптика;
пошта байланысы құралдары.

Байланыс арналары:

арнайы жеткізу, пошта;
телеграф, телефон;
халықаралық байланыс құралдары, спутниктік байланыс, коммерциялық байланыс құралдары;
кабельдік телевизия;
жылжымалы және блоктық аппаратура.

Теле – және радиотаралым арналары:

радиожүйе, аймақтық жүйелер;
тележүйе, телефакс;
қысқа толқынды байланыс.

Мағыналық қызметтер:

ақпараттар қызметі;
электрондық және электрондық емес мәліметтер банкі үшін қорытынды ақпараттар;

қор биржасы туралы ақпарат, ақпараттық мақләрлер;
кітапханалар, бейнеханалар;
статистикалық индекстер;
мәліметтер банктері иелері;
сөйлеу жүйелері.

Сызбанұсқадағы қоғамдық өмірдің барлық саласы үшін ақпаратты жарыққа шығару, жинау, жеткізу, өңдеуде есеп техникасы мен байланыс жүйелерін қолданатын ақпараттық технологияны маңызды сегмент деп есептеу қажет. Ол инфрақұрылымның базалық элементтері енетін және ақпараттық бизнес дамуының стратегиялық мақсаттарын анықтайды. Ақпараттық технология ақпараттық бизнестің бір бөлігі (немесе элементі), оның технологиялық негізі және инфрақұрылымның жекелеген секторы, яғни автономды дамушы бөлігі ретінде де қарастырылады. Ақпараттық технологиялар саласындағы мамандар ақпараттық өнімнің рөлінің артуы; өзара байланыс мүмкіндіктерінің дамуы (сәйкестік); аралық қоңырауларды жою (өзіндік); жаһандану, конвергенция секілді тенденцияларды болжайды.

Әрнекті ақпарат түріндегі ақпараттық өнім – адамзат білімінің көзі болып табылады. Нақтылай айтсақ, одан әрі тарату үшін олардың өндірушілері жасаған мәліметтер жиынтығы немесе заттық не заттық емес пішінде өмір сүре алатын ақпараттық қызмет өнімі. Ақпараттық өнімнің сегіз түрі бар: жаңалықтар, деректі бағдарламалар, білім мен пікір, мәліметтер мен айғақтар, хаттамалар, ойындар, көркем және драмалық шығармалар, музыка және әзіл-оспақ. Өнімнің бір бөлігі тұтынуға бағыттаса, тағы бір бөлігі кез келген бизнес үшін өмірлік қажеттілікке айналады. Соңғысы ақпараттық қызмет көрсетулерге, яғни ақпараттық бизнесті, сонымен бірге ақпараттық технологияларды дамытуға байланысты. Бұл 2000-жылы АҚШ-та 40%-ға жуық интеллектуалдық жұмысшы өздерінің жұмыс орындарында ақпараттық технологияларды қолданғанымен түсіндіріледі.

Резюме

В этой статье рассмотрены несколько видов информации, относящихся к сфере информационного бизнеса. Показана их взаимосвязь.

Resume

This article examines several types of information relevant to the field of the information business. Their interrelation is demonstrated.