

4. А.В. Иванова Технологии реальной и дополненной реальности: возможности и препятствия применения [Электронный ресурс] URL: [https://www.jsdrm.ru/jour/article/view/787?locale=ru\\_RU](https://www.jsdrm.ru/jour/article/view/787?locale=ru_RU) (Дата обращения 20.03.2024)

5. Волкова В.В. Специфика медиадизайна [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-mediadizayna> (дата обращения 20.03.2024)

УДК 070:344.6

## ОТАНДЫҚ БАСПАЛАРДЫҢ КІТАП ТАРАТУ ЖӘНЕ САТУ ТӘЖІРИБЕЛЕРІ

**Кузембаева Гүлмира Бекболатқызы**

[gulmirakuzembaeva3@gmail.com](mailto:gulmirakuzembaeva3@gmail.com)

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ Журналистика және саясаттану факультетінің 4 курс студенті, Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – Ертасова Гүлжазира Құдайбергенқызы

[guljaz-1105@yandex.kz](mailto:guljaz-1105@yandex.kz)

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ Журналистика және саясаттану факультетінің аға оқытушысы, Астана, Қазақстан

«Кітап дегеніміз – алдыңғы ұрпақтың кейінгі ұрпаққа қалдырар рухани өсиеті. Кітап оқудан тыйылсақ, ой ойлаудан да тыйылар едік» - деген Ғабит Мүсірепов. Шынымен, ойлаудың жүйелі болуы, дұрыс сөйлеуіміз, ақпаратқа мейлінше бай болуымыз кітапқа тікелей байланысты. Сол себепті, кітап адамның ғана емес, кез келген мемлекеттің дамуында маңызды рөл атқарады, өйткені олар қоғамның мәдени деңгейін көтеріп қана қоймай, сонымен қатар адамдардың біліміне, ақпараттандыруына және дамуына айтарлықтай әсер етеді. Тіпті, бір елдің қаншалықты дамыған мемлекет екенін білу үшін оның оқу ортасына, кітап тиражына немесе басылымдардың таралымына қарап білуге болады. Себебі, кітаптар мен басылымдар қоғамның дүниетанымы мен құндылықтарына үлкен әсер етеді. Олар мәдени бірегейлікті қалыптастыруға, ұлттық мұраны сақтауға және ілгерілетуге ықпал етеді. Кітаптар тарихи жадтың, дәстүрлер мен құндылықтардың тасымалдаушысы.

Кітаптарды шығаратын орын – баспа. Баспалар мемлекетке тарайтын, халқы оқитын кітаптардың жарыққа шығуына жауап береді. Олар оқырмандарға берілетін ақпараттың сапасы мен дұрыстығын қадағалап, аудиторияның қызығушылықтары мен қажеттіліктерінің әртүрлілігін ескерулері керек. Басылым қаншалықты өтімді болса, соншалықты халыққа ұнамды әрі ақпараттанған деген сөз. Ал өнімнің өтімді болуы қай бизнесті алсақ та пайдалы.

Жалпы алғанда, дүниежүзіндегі ең танымал бизнес фастфуд тағам түрімен байланысты болса, ең табысты бизнестің бірі кітап шығару екен. Ең табысты деп отырғанымыз, кино индустриясы -133 млрд долларға тең болса, кітап нарығының көлемі-151 млрд долларға тең екен. Бұл дүниежүзі бойынша алған халықаралық баспагерлер қайымдастығының мәліметі. Яғни, шетелде кітап тарату ісі біздің мемлекетіміздегіден әлдеқайда дамыған. Ол оқырманның көп болуымен ғана емес, басылымның сапалы жасалуымен, жақсы жарнамасымен және көзге түсер дизайнымен байланысты.

Осы тұста отандық баспалар туралы айтып өтсек. Отандық баспа ісінің тарихындағы елеулі оқиғалардың бірі 1936 жылы Қазақ КСР Мемлекеттік баспасының құрылып, республикадағы ең ірі баспаға айналуы болды. Мұнда ғылыми әдебиеттен бастап көркем әдебиетке дейін әртүрлі тақырыптарда кітаптар шығарылды. 1991 жылы Қазақстан тәуелсіздігінің дамуымен баспа ісі жаңа міндеттер мен мүмкіндіктер ортасына айналды. Көптеген баспалар пайда болды, олар өздерінің кітап жобаларын әзірлеп, жасады. Бүгінде

Қазақстанда қазақ және орыс тілдерінде ғана емес, өзге тілдерде де кітап шығаратын баспалар бар. Қазақстандағы баспа ісі елдің мәдени өмірінің белсенді және дамып келе жатқан саласы деп айтсақ қателеспейміз. Әртүрлі жанрлар мен атаулардағы кітаптар дүкендердегі, кітапханалар мен оқу залдарындағы кітап сөрелерін толтырып, қоршаған ортаға қолжетімді мәдени мұраны жасауда. Ұрпақтан ұрпаққа мәдени мұра басылып шығуда, ал оны тарату мен сату процесі қалай жүруде?

Өнім саның жоғарылату стратегиялары мен маркетингтік стратегиялар Қазақстандағы баспалардың кітаптарды таратуы мен сатуында шешуші рөл атқарады. Кітап жәрмеңкелері, әдеби фестивальдар мен авторлық іс-шаралар баспалардың өз басылымдарын ұсынатын және оқырмандармен қарым-қатынас жасайтын негізгі орындары. Осындай іс-шараларды ұйымдастыру және қатысу арқылы баспалар олардың ұсыныстарына қызығушылық тудырып, аудиториямен тікелей байланыс орната алады. Сонымен қатар, оқу орындарымен және мәдени ұйымдармен серіктестік оқуды насихаттауда және кітап сатуды қолдауда өте пайдалы. Біздің мемлекетімізде кітапты тарату бірнеше бағытта жүзеге асырылады: кітапханалар мен оқу орындарында, кітап дүкендерінде, интернет-дүкендерде тарату. Алайда, мұндағы мәселелер мынада: әр қала тұрғынының сұранысы әртүрлі, бөлшек сауда түрі жолға қойылмаған, нарықтағы барлық басылымдарды кітап дүкендері сатып ала алмайды. Бүгінгі таңда кітаптың таралуы ақпараттық технологиялар бағытында да, цифрландыру бағытында да даму процесінде байқалады. Мысалы, «Flip.kz», «Setbook» және т.б. интернет-дүкендері дамыған. Бұны жүйелі түрде жазып өтсек, кез-келген баспада кітап таратудың бірнеше әдістері бар.

Олар:

1. Өтімділігі жоғары болу үшін танымал авторлар кітаптарын шығару
2. Оқу орындарымен серіктестік
3. Кітап көрмелері мен фестивальдерге қатысу
4. Онлайн маркетинг
5. Түрлі жеңілдіктер
6. Авторлармен байланыс
7. Әлеуметтік желілер
8. Электрондық кітаптар мен аудиокітаптардың болуы

Бұл тарату әдісі жекеменшік баспалардың кітап таратыдағы лайфхактары десек те қателеспейміз. Кез келген кітап шығармасы бұрын баспалар осы принциптердің бір-екеуін қолдану арқылы кітаптың таралымын өсіреді. Бұл жүйені отандық жекеменшік баспалар да қолданады. Оған дәлел ретінде осы әдісті нақты қоладанатын отандық баспаның бірі «Мазмұндама» баспа үйін талдап өтсек. Америкада негізі қаланған бұл баспа ашылғанына санаулы жыл болса да 400-ден астам кітап шығарып үлгерген. Баспаның кітап тарату тәжірибесі туралы айтып өтсек. «Мазмұндама» баспасы, үстінде айтылған, кітап тарату жолдарын қолдану арқылы әлі күнге дейін өзекті кітаптарды шығаруды тоқтатпауда. Бұған дәлел ретінде әр бөлігіне бір-бір мысалдан қарастырсақ.

1. Өтімділігі жоғары болу үшін танымал авторлар кітаптарын шығару. Бұған Оралхан Бөкей, Мұхтар Әуезов, Шерхан Мұртаза сынды тарихи тұлғалардың кітаптарын «Qazaqsha 100 Bestseller» сериясымен шығаратыны дәлел.

2. Оқу орындарымен серіктестік. Қазірдің өзінде баспа «Qazbilim» орталығының мемлекет бойынша тараған бүкіл нүктелеріне кітап шығаруда. Бұдан бөлек Алматы қаласындағы бірнеше университеттер мен мектептерден тапсырыс қабылдайды.

3. Кітап көрмелері мен фестивальдерге қатысу. 2014 жылдан бері үздіксіз ұйымдастырылып келе жатқан ауқымды KitapFest фестивалін алуға болады. Былтыр фестивалге 50-ден астам кітап дүкені мен баспа қатысқан. Бұл тізімді «Мазмұндама» баспасы да бар.

4. Келесі, онлайн маркетинг. Баспа басшысы Шыңғыс Мұқан өзінің әлеуметтік желісінде баспаның жаңа өнімдеріне жарнама жасайды. Бұл – онлайн маркетингтің бір түрі.

5. Түрлі жеңілдіктер. Баспадағы ең көп жеңілдік «Балалар және жасөспірімдер кітапханасы» сериясына жасалады. Оған жылда бірнеше рет 30 пайыздың-50 пайызға дейін жеңілдік жасалып отырады.

6. Авторлармен байланыс. Автордан жарнама. Бұл тарату әдісіне баспаның өзі ұйымдастыратын кітап таныстырылымдарын мысалға алсақ болады. 13 наурыз Сәуле Досжанның «Біртуар» және «Ауылдан шыққан миллионер» кітаптарын шығарып, Алматы қаласында таныстырылымын ұйымдастырып берген.

7. Әлеуметтік желілер. Баспа telegram, instagram, tiktok және facebook әлеуметтік желілерінде өте белсенді. Tiktok желісі арқылы таралымы артқан кітаптар тізімі аз емес.

8. Электрондық кітаптар мен аудиокітаптар. Баспаның сайтына жазылу арқылы кез келген кітаптың онлайн немесе аудио нұсқасына тапсырыс беріп алу қолжетімді.

Тура осындай талдауды «Фолиант», «Қасым» секілді танымал баспаларға да жасауға болады. Олар еліміздегі авторларды насихаттауда ғана емес, сонымен бірге қазақ жұртшылығын халықаралық әдебиеттермен таныстыруда да маңызды рөл атқаруда. Бұл баспалар оқырмандарға барынша пайдалы болу үшін кітап тарату тәжірибесін пайдаланып, көркем әдебиеттерді, танымал әлем әдебиеттерін, оқу материалдарын және аударылған әдебиеттерді қоса алғанда, көптеген басылымдар шығаруда. Бұл жекеменшік баспалар туралы десек, елімізде мемлекет тарапынан келетін сұраныс бойынша ғана кітап шығаратын баспалар бар. Бұл туралы Шыңғыс Мұқан пікір білдірген.

«Біздің нарықта қазір баспалардың екі шоғыры қалыптасқан. Бірі өгіз аяңмен келеді, бірақ олардың дамуы табиғи. Бұл баспаларға көбірек ізденуге тура келеді, өйткені олардың жағдайы елдегі кітап оқу мәдениетіне тікелей байланысты. Олар кітап сатудың түрлі жолдарын іздестіреді, әлеуметтік желіде де белсенді. Ал мектептер үшін оқулық шығарумен айналысатын алпауыт баспалардың жайы бөлек. Олардың жағдайы жақсы. Мемлекет тарапынан сұраныс тұрақты. Бұл баспалар тарапынан айтарлықтай белсенділік байқалмайды, себебі олардың өмірі нарыққа, яғни халыққа емес, мемлекеттік тапсырысқа байланысты. Бұл – менің жеке пікірім», - дейді «Мазмұндама» баспасының басшысы.

Қазақстанда кітап тарату мен сату жағдайы бірде көл, бірде шөл. Ғабит Мүсірепов: «Таратпасақ кітап шығарудың қажеті не?», - деген. Расында, қазір Қазақстанда шамамен 300 баспа мен 800 баспахана жұмыс істейді. Оның 70 пайызы жылына 5 кітаптан шығаруда. 80 пайызы білім ордаларына арналған кітаптар шығарады. Бірақ, мектептердегі кітап жетіспеу мәселесі әлі өзекті. Бізде сату мен тарату жолдарында жүйе бар және сол жүйені, әдісті қолданатын баспалар да бар. Бірақ, мәселе бұнымен жойылар емес. Бұл тұста қандай мәселе барын қарастырып көрейік. Осыдан он шақты жыл бұрын «қазақша кітап өтпейді» деген шу болып, осы тақырыпта күнделікті талқылаулар болған. Кейін бұл талқылау «кітап өтпейді емес, қазақша кітаптар жетпейді», - деп өзгерген. Екі жағдайды да қарасақ қуанатын жаңалық емес. Кітап таратуда әртүрлі ландшафттарды, соның ішінде қала орталықтары мен шалғай аймақтарды қамтитын кең аумағын ескере отырып, тиімді тарату жүйесін құру өте қиын. Баспалар кітаптардың қалалық кітап дүкендеріне де, елден алыс орналасқан шағын сауда нүктелеріне де баруын қамтамасыз ету үшін мұқият стратегия әзірлеулері керек. Негізі, кітап тарату ісін мемлекет бір жүйеге түсіргені дұрыс. Қазақстанның барлық қаласында кітап дүкені болуы керек деп айтқанмен, оны ашуға қомақты қаржы қажет. Онда мүмкін мемлекеттен салынатын салықты алып тастармыз? Мәселен, Бельгия мен Латвияда, Ресейде кітап басып шығару өндірісіне салынатын қосымша құн салығы 5 пайыздан аспайды. Ал Ұлыбритания, Ирландия, Норвегия, Польша елдерінде кітапқа салынатын салық мүлде алып тасталынған. Сондықтан бұл елдердегі кітап бағасы біздегіден арзан, көпшілікке қолжетімді. Бүгінгі таңда Францияда – 3 500, Германияда – 4 700 кітап дүкені жұмыс істейді. Ал біздің еліміздегі ірі кітап дүкендерінің

саны мыңды былай қойғанда жүзге жете қояр ма екен? Әрине, кітап дүкенін ашқан кәсіпкердің шаруасы бірден жүрмейде, өйткені ғима-рат табу, оны жалға алу, қызметкер ұстау – оңай емес. Сондықтан ел үкіметі осы салада еңбектеніп жүрген кәсіпкерлерге белгілі бір деңгейде жеңілдік жасаса дер едім. Өйткені бұл жерде мемлекеттің де мүддесі бар. Елімізде баспадан шыққан қазақ тіліндегі кітаптарды таратудың жанашыры болмай тұр. Біз бұған жанашыр болғымыз келгенмен, ауқымымыз жетпейді. Мәселен, «Меломан» кітап дүкені орысша кітаптарға көңіл бөледі де, қазақ тіліндегі кітаптарға немқұрайды қарайды. Тіпті нарықта сұранысы жоғары қазақша кітаптарды аз данамен ғана сатылымға қояды да, ол оқырман сұранысын қанағаттандырмайды. Сондықтан мемлекет кітап дүкені бар немесе кітап дүкенін ашсам деп жүрген азаматтарға нақты қолдау көрсететін жүйе қалыптастырып берсе, алғыстан басқа айтарымыз жоқ. Өйткені баспадан жарыққа шыққан кітаптарды тарату ғана емес, одан түскен қаржыны бір орталыққа жинайтын да жүйе керек.

Екінші мәселе – кез келген автор өзінің көңілі толатын шығармасын мемлекеттік тапсырыспен емес, авторлық құқығын сақтау үшін өзі шығаруды ойлайды. Сондықтан мемлекет кітап шығаруға қаржы бөлгеннен гөрі, нарықта сұранысқа ие кітаптарды сатып алып, соларды кітапханаға таратқаны пайдалы деп ойлаймын. Сол кезде кітаптың да таралымы көбейеді. Мәселен, бізде тек мемлекеттік тапсырыспен кітап шығаратын бірқатар баспа бар, олардың кейбіреуінде ешқандай кітап дүкені жоқ. Тіпті өз өнімдерін насихаттамайды да. Бірақ олар тапсырыс алудың жолын жақсы меңгерген. Егер бізден министрлік «нарықта қандай кітап оқылымды, сұранысы жоғары?» деп сұраса, оның нақты есебін айта аламын. Соның негізінде мемлекет сұранысқа ие кітаптарды сатып алса, жұмыс алға жүреді. Енді біреулер қазақша кітаптардың оқылуы мен таралуына қазақ тілді органның аздығы себеп деп айтады. Мен бұған келіспеймін. Мысалы, Моңғолияда бар жоғы 4 миллион халық тұрса да, онда 5000-10000 данамен шыққан кітап бір-екі айдың ішінде тез сатылып кетеді. Бір жағынан, Моңғолия дамыған емес, дамушы мемлекет. Қысқасы, ел үкіметі осы салада жүрген кәсіпкерлерді қолдап, аяқтандырып жіберсе, біз оны ілгері дамытамыз.

Қазір, қосымша жақсы мүмкіндік онлайн кітап дүкендері бар дейміз. Онлайн кітап дүкендері мен цифрлық платформалар санының өсуі Қазақстандағы кітап тарату динамикасын өзгертті. Баспалар өздерінің онлайн желілерін орнату және электрондық коммерция платформаларымен бірлесіп жұмыс істеу арқылы осы өзгерістерге бейімделді. Бұл кітаптардың ауқымын кеңейтіп қана қоймай, сонымен қатар оқу мәдениетін, әсіресе технологияны жақсы білетін жас ұрпақты кітапқа қызықтыруда. Бұл бір жағынан өте пайдалы, жастар кітапты онлайн оқуда дейміз. Бірақ, мәселе әлі бар қағаз кітап таралымы дұрыс емес. Қашанда қағаз кітаптың орны бөлек, оны сезініп, беттерін қолмен ұстап, парақтап, ләззат алып оқығанға не жетсін. Уақыттың талабына сай онлайн кітаптарды оқу мүмкін қысқа әңгімелер үшін ғана тиімді шығар. Электрондық кітапханадағы кітаптар автобус немесе такси секілді қысқа ғана жолда оқып бітіретіндей ғана құрал деп есептеймін. Оны оқып бітіремін дегенше беті 100рет қозғалып, 100 хабарлама келіп, 100рет ойын шашырап не оқып отырғанынды ұмытып та қаласын. Сонымен қоса көзіне де, өзіне де төзімділік керек. Бұндай темппен әдебиеттерімізді оқысақ не болмақ? Цифрлық жүйе, әлеуметтік желі адамдарға тек саясат туралы пікірталастарды оқуға немесе соған ұқсас қысқа жаңалықтардан хабардар болуға ғана пайдалы. Ол жақта жаңалықтан сәл ұзақ ақпаратты сауатты жазатындар саусақпен санарлық. Бұған себеп іздеп, қатесін түзесен жауаптары: «басылып кетті, байқамай қалдым» айналасынан кетпейді. Бұған басты себеп – кітап оқымау. Немесе оқығанның өзінде психология, даму кітаптарын оқып шетел мәдениетіне еліктемей қазақ әдебиетін оқу керек дер едім. Кітап – фундаменталды білім, ол – адамның білім суы, өркениеттің басты құралы және құжаты. Көркем әдебиет – жазушы қиялынан туындайтын, тіл байлығынды, сөздік қорынды жетілдіретін туынды. Әдеби шығарма арқылы эмоцияға берілесіз, қиялданасыз, күлесіз,

жылайсыз. Психология мен бизнес тақырыпта «сен кереметсің» - дегеннен басқа эмоция жоқ. Алаш ардақтысы Міржақып Дулатұлы «Әдебиеті жоқ халықтың дүниеде өмір сүруі, ұлттығын сақтап ілгері басуы қиын. Әдебиеті, тарихы жоқ халықтар басқаларға сіңісіп, жұтылып жоқ болады. Қай жұрттың болса да жаны – әдебиет, жансыз тән жасамақ емес», - деп түсіндіріп кеткен. Әдеби шығармаларымызды электронды нұсқада оқытқымыс келсе аудиокітап деген түрі дамып келеді. Қолымыздағы кішкене құрылғыға қалың кітаптарымыз сыйып кетеді. Көзіміздің төзімділігін тексермей аудио нұсқада дамытсақ екінші мәрте таралымды екі еселеп алуға мүмкіндік туар еді. Ол үшін өзін-өзі қызықтап, әсірелеп, эмоцияны өтірік төгетін емес, шығарманың атмосферасын, ойдың тереңдігін сезіндіре алатын мамандар оқулары қажет. Артқы фонда шығарманың дыбысы болса, дауыстап тұрған маман шынымен жүрекке жеткізе оқыса аудиокітап та пайдалы болып шыға келер еді. Осы тақырыпта өзімнің әлеуметтік желіде онлайн сауалнама жүргізген едім. Сауалнамаға 27 адам қатысты. Сауалнамада бәріне ортақ «Сізге кітапты қандай нұсқада оқыған тиімді?» деген сұрақ қойылды. «Кітапты қолға ұстап оқу, электронды нұсқада жүктеп алып оқу, аудиокітап тындаған тиімді және мүлдем оқымаймын» деген төрт түрлі жауап нұсқасы берілді. Нәтижесінде, 68 пайызы қолға ұстап оқу нұсқасын, 19 пайыз электронды кітапты белгілеген, 4 пайыз аудиокітап десе, қалған 9 пайызы мүлдем оқымаймыз деп белгілеген. «Кітап мүлдем оқымаймын» нұсқасын таңдаған жастардан себебін сұрағанда жауаптары 4-ке бөлінді.

Кітаптардағы қателерден жалығып кеттім, оқуға деген қызығушылығымды жойып жібереді

Салмағы ауыр кітаптарды тасып жүре алмаймын және оқып отыратын уақыт жоқ

Жаңадан шыққан кітаптар туралы ақпарат аз секілді, бұрында оқыған кітаптарым алдымнан шыға береді

Қызығушылығым басқа, мен оқығым келетін кітаптар қолыма жетпей қалады

Бұл төрт жауаптың да түбінде бір мәселе бар секілді. Кітаптың сауатсыз, қатемен жарыққа шығуы, кітаптар тым ауыр, дұрыс жарнама жоқ және кітап тиражы аз, яғни сол баяғы кітап жетіспеушілігі.

Қорытындылай келе, бүгінгі күні кітап тарату ісіне енді ғана көңіл бөлініп келеді. Соның негізінде, басты мақсат кітап шығару емес, басты мақсат кітап маркетингі, оның оқылуы, оқуға ыңғайлы болуы болса нұр үстіне нұр болар ма еді?! Қазынамыз бен рухани біліміміздің қайнар көзі – кітаптың өтімділігі баспаның ғана қызығушылығында емес, оны сатып алып, оқу халықтық қызығушылығында болу басты мақсат деп ойлаймын. Жекеменшік баспаларда қаншалықты көп кітап өтсе, соншалықты көп кітап жаңадан шығарылады деген сөз. Себебі кітап бағасы баспагердің оны шығаруға кеткен шығынына байланысты. Мысалы, кез келген аударма кітапты алайық. Баспагер оны шығару үшін авторлық құқығын алады, безендіруіне авторлық құқық алады, оның бәрі өте қымбат тұрады. Кітаптың қағазы, тиражы деген нәрселер бар. Сапасы неғұрлым жақсы болған сайын бағасы да қымбат болмақ. Мемлекет қолдауымен шығатын кітаптар арзандау, баспагер өз қаржысына шығарған кітапты арзан сата алмайды. Кітап өндірісі автор, баспа, баспа менеджменті және кітап саудасы секілді төрт циклден тұрады. Бізде осы циклдің алғашқы екеуі бар да, соңғы екеуі дамымаған. Бұған кез келген адамның үлесі болуы керек. Кітапты оқу құралы деп қана емес, шөлдегенде суымыз, қарын ашқандағы асымыз секілді қажеттілік ретінде қарауымыз керек. Ол үлкен бизнес көзі. Оны дамыту да, көбейту де, тарату да, өткізу де өз қолымызда. Оған тек уақыт керек...

### **Қолданылған әдебиеттер тізімі**

1. Елеукенов Ш., Шалғынбаева Ж., Қазақ кітабының тарихы. Алматы: Санат, 1999.- 152, 176 б.б.

2. Интернет сайты: [https://forbes.kz/economy/business/azastandayi\\_ktap\\_naryiyin\\_alay\\_damyitua\\_boladyi/](https://forbes.kz/economy/business/azastandayi_ktap_naryiyin_alay_damyitua_boladyi/) Қазақстандағы кітап нарығын қалай дамытуға болады? – Forbes Kazakhstan
3. Абдиева Р.С. Кітап мәдениеті. – Алматы: Қазақ университеті, 2013, 25 б.
4. Мухатаева Қ. Отандық және шетелдік баспа ісі. - Алматы: Қазақ университеті, 2018, 48 б.

UDC 070:343.9

## **JOURNALISTIC INVESTIGATION AND ITS SPECIFIC METHODS IN CRIMINAL JOURNALISM**

**Kussainova Adel**

[Adel200155@gmail.com](mailto:Adel200155@gmail.com)

1st year master student «Journalism and Political Science» faculty,  
L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, the Republic of Kazakhstan

### **Abstract**

Criminalistics manifests itself as the youngest direction today in the journalism of Kazakhstan, the domestic viewer does not often choose a program where there are investigations or harsh stories of reality. Basically, the average layman has created for himself the image of the TV as a lifeline from the truthful and harsh reality. The topic of crime on television will be touched upon, something that not everyone wants to see when they come home from work, but why coverage of forensic science is important for society. How popular is the chosen direction in Kazakhstan. The relevance of the topic lies in the fact that humanity has always faced crime and there is no escape from it, the main task of the media is to inform its viewers about its consequences, to attract public opinion to the problem, so it is important to update the topic of murders and crimes in order to reduce the level of crime. Now days, television is perceived by a person as something entertaining, something that can help to relax, no one wants to watch about difficult, but important topics for society. The question is how to change the perception model and voluntarily lead a person to conscious viewing of criminal programs, even if he came for an entertainment show.

**Key words:** methods, journalistic investigation, crime journalism, journalist, television, information.

In criminal journalism, there are quite a lot of different sources of information, journalists use various tricks in their materials to present the news to their consumers. As in the last chapter, we gave an example with photo essays, when photos with bloody scenes peaked in popularity. Every year more and more journalists experimented with news where crime is present. For example, interviews with killers, where the reader looked at the information in a completely different way, he could feel the emotions of the main character, what guided him during the crime, how he feels after the deed and other details. So journalism fluttered in the topic of forensic science, but it was not always possible to get reliable information. Even as an example, we can again recall the USSR, where much was hidden from the media, so law enforcement officers were not always open to comment or a press release. Some were simply not profitable to give information about a high-profile case, especially if it concerned politics or people in power. Therefore, journalists took the initiative and themselves began to look for material that led to the truth during the study. Investigative journalism is considered the youngest direction in modern media. It is dedicated to finding solutions to urgent problems, such as corruption, drug