ISSN 1563–0242
Индекс 75869
25869

ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

ҚазҰУ ХАБАРШЫСЫ

Журналистика сериясы

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЬ-ФАРАБИ

ВЕСТНИК КазНУ

Серия журналистика

AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

KazNU BULLETIN

Journalism series

№1 (33)

Алматы
«Қазақ университеті»
2013

25.11.1999 ж. Қазақстан Республикасының Мәдениет және Ақпарат министрлігімен тіркелген
Куәлік № 956-Ж

Редакциялық кеңес:

Әбдиманұлы Ө. – филол. ғылымдарының докторы, профессор *(ғылыми редактор)*
Мысаева Қ.Н. – филол. ғ.к., доцент *(ғылыми редактордың орынбасары)*
Әсембаева Б.О. – аға оқытушы *(жауапты хатшы)*
Велитченко С.Н. – филол.ғ.к., доцент *(редактор)*

Ахметова Л.С. – тарих.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Барлыбаева С.Х. – тарих ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Беккер Р. – Н. Коперник атындағы университеттің журналистика және халықаралық қатынастар факультетінің деканы, заң ғылымдарының докторы (Польша)
Браун М. – профессор, Вайоминг университеті (АҚШ)
Валлес Т. – профессор, А. Мицкеевич атындағы университет (Польша);
Жақып Б.Ө. – филол.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, ҚР ҰҒА корреспондент-мүшесі
Ибраева Ғ. Ж. – саяси ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Қамзин К.К. – филол.ғ.д., доцент, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Қозыбаев С.Қ. – тарих ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Мархабаев А-Х.Ф. – филол.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Мельник Г.С. – саяси ғ.д., профессор, Санкт-Петербург мемлекеттік университеті
Медеубек С.М. – филол. ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Нұрғожина Ш.И. – филол.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Ниязғұлова А.А. – филол.ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Окай А. – профессор, Стамбул университеті (Түркия)
Сұлтанбаева Г.С. – саяси ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Тұрсын Қ.Ж. – филол.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Холтзаусен Д. – профессор, Оклахома штаты университеті (АҚШ)
Шыңғысова Н.Т. – филол.ғ.д., доцент, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ

ҚазҰУ ХАБАРШЫСЫ

ЖУРНАЛИСТИКА СЕРИЯСЫ

№1 (33)

Редакторлары: ***Г. Рүстембекова, Г. Бекбердиева***
Компьютерде беттеген ***Гүлмира Шаккозова***

ИБ №6612
Басуға 20.04.2013 жылы қол қойылды. Пішімі 60х84 $^{1}/_{8}$.
Көлемі 17.0 б.т. Сандық басылыс. Офсеттік қағазы. Тапсырыс №895.
Таралымы 500 дана. Бағасы келісімді.
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің
«Қазақ университеті» баспасы.
050040, Алматы қаласы, әл-Фараби даңғылы, 71.
«Қазақ университеті» баспаханасында басылды

© 2013 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 654.197

С.Н. Велитченко

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Республика Казахстан, г. Алматы
E-mail: velit_1988@mail.ru

Текстовые форматы СМИ как предмет медиастилистики

В статье описываются новые форматы современных медиатекстов, их структурные особенности. Рассматриваются такие понятия, как «массовость» медиатекстов, «стандартизация языковых конструкций». Автор поднимает актуальные вопросы современной медиастилистики, рассматривая её основную составляющую – новостной медиатекст. Доказывается, что грамотная текстовая деятельность журналиста в современный период обеспечивает адекватную и этичную коммуникацию.
Ключевые слова: язык СМИ, медиатекст, медиастилистика.

S.N. Velytchenko

Word formats the media as a subject mediastilistiki

The article describes the problems of creation of modern media texts and their format features. The work analyzes such concepts as "massiveness" of media texts and "standardization of language constructs". The author raises the urgent issues of modern mediastilistiki, considering its main component – the news media text.The author proves that literate text activity of a reporter in the modern world provides adequate and ethical communication.
***Keywords*:** mass media language, media text, mediastilistika.

С.Н. Велитченко

БАҚ-тың мәтіндік форматтары медиастилистиканың негізі ретінде

Мақалада қазіргі медиамәтіннің жаңа форматтары, оның құрылымдық өзгешеліктері бейнеленеді. Медиамәтіннің «бұқаралығы», «тілдік конструкцияның стандартизациясы» сияқты ұғымдар қарастырылады. Автор қазіргі медиастилистиканың көкейкесті сұрақтарын көтереді, оның негізін құрайтын жаңалықтардан тұратын медиамәтінді қарастырады. Журналистің мәтінді сауатты жазуы, қазіргі кезде адекваттық және этикалық коммуникацияны қамтамасыз етеді.
Түйін сөздер: БАҚ тілі, медиамәтін, медиастилистика.

Introduction

В современной ситуации, когда СМИ превратились в мощный инструмент социального и политического влияния, актуальным является вопрос инновационной структуры языка СМИ − медийной. Именно медийные структуры определяют в настоящее время приоритеты аудитории, фактически формируя ее спрос − культурологи-

© 2013 Al-Farabi Kazakh National University

ческий, деловой, эстетический и т.д. Новейшие медийные технологии практически избаловали зрителя, слушателя и читателя высокой оперативностью и большим объемом информации. Подобная ситуация позволила говорить об «эффекте привыкания» аудитории к боли и страданиям других людей; о том, что реальная война становится некой «виртуальной реальностью» и т.п.

Вместе с тем и политическая ситуация, и экономические проблемы, которые делают прессу ангажированной, и давление, которое оказывается на журналистов различными структурами, не должны заслонять собой вопросы профессионального мастерства владения языком, качества материалов СМИ. Представляется актуальным, что речь в данном случае должна идти именно о текстовом оформлении того или иного сообщения, документального по природе и авторизованного по изложению.

Интересно, что в последнее время наибольшую напряженность обсуждения вызывает взаимодействие свободы творчества с приоритетами конкретного издания или канала, с функционированием в определенном политическом формате, с зависимостью от технологии передачи информации и многое другое. В стороне, на наш взгляд, остается вопрос подчинения текстового оформления уже существующим языковым нормам и вновь созданным. Подобный отход грозит тенденцией к всеобщей универсализации, массовости текстов печатных и электронных СМИ.

Main body

Работа журналиста по созданию материала в современной теории коммуникации определяется как текстовая деятельность. Объектами этой деятельности является реальное событие – медиасобытие и последующее создание медиатекста. Медиасобытие трактуется как «модель действительности, полученная в процессе деятельности журналиста. Медиатекстом называют синтез фактологии, материалов творчества, личностных приоритетов журналиста и форматов издания или канала СМИ.

Безусловно, современный медиатекст ориентирован на массового потребителя и предполагает использование приемов, характерных для современных массовой коммуникации: это и интертекстуальность, и элементы саморекламы, и монтажа, и, конечно же, приемы тиражирования. Кроме того, журналистский текст, являясь частью текстов культуры, имеет современную мировоззренческую основу, где язык является не просто медиатором получения новой информации о мире, о событиях, которые в нем происходят, но и своеобразным камертоном этой информации. Теоретики СМИ, понимая характер инноваций в мире и прессе, все чаще переносят акцент осмысления роли прессы как социального института, функционирование которого определяется общественно-политической ситуацией, на исследование медиадискурса (текста СМИ, взятого в событийном аспекте, в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными факторами) [1].

Применительно к практической деятельности СМИ необходимо отметить, что журналистов сегодня волнует чрезмерный субъективизм дискурса. Он проявляется в том, что журналист вместо объективного описания ситуации начинает заниматься «монтажом фактов», а то и саморекламой, «раскруткой» собственного имени. С другой стороны, не превращает ли журналистику объективное описание ситуации в некий род бытового повествования, без попытки осмысления фактов? Известно, что общественный смысл журналистики проявляется, прежде всего, в информационной насыщенности изложения. Особую важность функция информирования приобретает на этапе перехода к «информационному обществу». За «информационным обществом» стоит и новый виток эволюции цивилизации, и переход к новым телекоммуникационным технологиям, и определенный этап развития общества, когда информация становится одной из основных ценностей в жизни людей. И потому деятельность журналиста направлена не только на познание и описание объекта реальной действительности, но и на выявление его значения. На всех этапах создания текста (возникновение замысла − сбор информации − обработка – текстовое изложение – редактура изложения в соответствии с действующими форматами) журналист обязательно находится в ситуации ценностного осмысления объекта его деятельности.

Современные СМИ используют прием максимальной стандартизации текстов. В особенности это относится к информационным жанрам печати и ТВ. Что касается радио, то здесь языковые конструкции сегодня так же «сформа-

тированы», как и основополагающий принцип деятельности радиовещания. Форматную сферу медиатекстов можно распределить по нескольким направлениям:

- информационные тексты, носящие характер дайджеста;
- тексты печатных и эфирных сообщений, базирующиеся на пресс-релизах с минимальным набором выразительных средств;
- тексты рекламных сообщений, носящие экспрессивный характер;
- промежуточные, унифицированные тексты ТВ и радио: приветствие аудитории, «подводки» к видеосюжетам, интерактивное общение радиоведущего со слушателями, и т.д.
- импровизированный синхронный текст интерактивного общения ведущего эфира ТВ и радио с аудиторией – ток-шоу, конкурсы, и т.д. Стандартность языковых ситуаций в этом случае приводит к созданию устойчивой модели речевого общения. Коммуникация проходит при высокой темповой характеристике речи ведущего. Логика в последовательности вопросов не только не присутствует, более того – не приветствуется. Стиль общения устанавливается ведущим и характеризуется как интерфункциональный, т.е. представляет собой своеобразную контаминацию разговорного, книжного, нейтрального, просторечного стилей и жаргонной лексики.

Незыблемое правило журналистики – добиться такого уровня четкости и конкретности материала, который был бы в состоянии обеспечить адекватную передачу сообщений, то есть без искажения идеи, без семантических и психоэстетических деформаций, без потери даже самых незначительных оценочных нюансов. Конечно же, создание журналистского текста – процесс творческий, большую роль играет авторское видение и понимание проблемы, его суждения и выводы, но безудержное стремление оригинальничать, субъективировать изложение фактов, экспериментировать с лексическим материалом будет явно не к месту. Различные текстовые модели реализуются в соответствующих типах языка: общепринятом и индивидуальном, авторском. Первый – это язык повседневной коммуникации, средств массовой информации, публицистики; второй – язык оригинальных, только данному автору свойственных стилистических средств [2].

Даже действуя в профессиональном текстовом пространстве, журналист имеет возможность создавать яркие, самобытные произведения. Но положительный результат будет достигнут только в том случае, если автор сполна и, главное, творчески использует имеющийся потенциал текстообразования, выберет верное направление в моделировании материала. Ведь уже на стадии первоначальной обработки эмпирических данных автор определяет (или пытается выстраивать) общую структуру изложения материала, его жанр и форму.

Письменные тексты, как известно, классифицируются по способам изложения и видам следующим образом: повествование, описание, рассуждение. В повествовательном тексте рассказывается о каких-либо событиях и фактах последовательно, с отражением происходящего во времени. Описательный текст нацелен на воссоздание картины реальной жизни, возможно, с тщательной прорисовкой отдельных фрагментов и эпизодов. А текст, в котором доминирует аспект рассуждения, содержит исследование предметов и явлений, обосновывает какие-либо положения с привлечением других, полностью или частично уже обоснованных положений и утверждений, то есть путем аргументации. Применение рассуждения приемлемо, в первую очередь, для аналитических публикаций. Диалектически с видовыми характеристиками письменных текстов связаны методы их построения. Так, материалы из группы информационных жанров, как правило, создаются с предельно рациональным и экономичным расходованием текстообразующего материала, минимальными интертекстуальными включениями, ровной стилевой организацией. Здесь прежде всего ставится задача добиться наибольшей полноты осуществления коммуникативного акта.

У методов построения аналитических текстов – иная специфика. Согласно концепции А. Тертычного, выделяются, во-первых, методы познавательно-ориентированного построения: фиксация какого-нибудь отдельного факта, описание взаимосвязанных явлений, фиксация всего познавательного акта и, наконец, описание «схемы» доказательного рассуждения. Во-вторых, выделяются методы коммуникативно-ориентированного построения текста: обусловленные представлением о соответствии текста

ожиданиям аудитории, обусловленные представлением о способах и формах отражения действительности, ожидаемых аудиторией [3].

Схема действий автора выглядит следующим образом. Исходя из поставленной задачи написания именно журналистского текста, он выбирает сначала соответствующий тип речевой деятельности. В данном случае единственно возможный вариант – язык повседневной коммуникации, без труда понимаемый читательской аудиторией. Затем, конечно с учетом жанрового фактора, стремится в общих чертах наметить видовую модель будущего текста, что во многом обусловливается характером собранного эмпирического материала. Наконец, автор подыскивает конкретный метод его конструирования.

Однако современная практика, например телевидения, показывает, что сегодня часто приходится сталкиваться с заданностью, застывшей однажды определенностью текста и видеоряда. Простой, но весьма показательный эксперимент: мои студенты анализировали информационные сюжеты на одну и ту же тему, прошедшие в эфире различных телеканалов Алматы. Результат удивил студентов, но не автора этих строк: практически 100% аудиолингвовизуальная идентичность! Различие только в фамилиях корреспондентов и операторов. И этому есть адекватное объяснение: современные медиатексты ТВ в большинстве своем формируются из стандартных языковых конструкций пресс-релизов, которые являются основополагающими для журналиста. Таким образом, весьма проблематично говорить о совершенствовании и развитии медийного словаря – жесткие рамки новостных сюжетов диктуют соответствующий шаблон и «клишированность» текстов.

В настоящее время все большее количество исследователей испытывают сомнения относительно положительных качеств средств коммуникации. Как пишет профессор Ольга Колыхалова в статье «Язык и права человека в современном мире» [4], эти сомнения коренятся в том, что живой контакт с истинными культурно-значимыми феноменами утрачивается, полноценное усвоение информации замещается адаптированными, упрощенными формами; активное отношение к информации вытесняется ее пассивным потреблением, регламентированным и нормированным восприятием. Средства массовой информации под маской массового просвещения стали формировать унифицированное мировоззрение, усредненные модели мира путем внедрения в сознание людей не системных знаний, а суммы специально подобранных и **тщательно организованных** [выделено мною. – *С.В.*] сведений. При этом информационная насыщенность подменяется занимательностью, что, безусловно, формирует облегченное отношение к любой информации. Формируется упрощенное представление о мире, что способствует возрастанию социального инфантилизма.

Еще Ю.М. Лотман отмечал: «Превращение события в текст означает пересказ его в системе того или иного языка, т.е. подчинение его определенной заранее данной структурной организации. Событие, <…> будучи пересказанным средствами языка, неизбежно получает структурное единство. Единство это, принадлежа лишь плану выражения, неизбежно переносится на план содержания. Таким образом, сам факт превращения события в текст повышает степень его организованности. Более того − система языковых связей неизбежно переносится на истолкование связей реального мира» [5]. Сегодня к этому определению вполне можно добавить: система языковых связей **формирует** [выделено мною. – *С.В.*] истолкование реальных связей реального мира. И если словарь журналиста убог и однообразен, взят из других текстов и сообщений, начинают говорить о предвзятости прессы, об ангажированности изданий, о непонимании той или иной проблемы и, в конечном итоге, о непрофессионализме журналиста.

Кроме того, нельзя забывать и о том, что в ходе текстовой деятельности журналиста активизируется внимание к языку как средству «материализации» данных о мире. И в этом нет ничего сверхъестественного. Если мы все время слышим об «исламской угрозе», о «конфликте цивилизаций», о «мародерах» и «партизанах», то мы начинаем воспринимать информацию о событиях в мире исключительно через эту призму. И кто создает такие языковые модели? Конечно же, журналисты.

В современной коммуникационной ситуации журналистика должна тщательно следить за созданием текстов, содержащих дефиниции философии, политологии, культурологии и т.д. Это связано и с общей культурой каждого отдельно-

го журналиста, и не в последнюю очередь − с тиражированием медиатекстов.

Возникающие в ходе текстовой деятельности новые смыслы и оценки ориентируют в процессах, происходящих в реальном мире. Реальный мир сегодня очень сложен и противоречив. И очень важно понимать, что сегодня назрела необходимость в создании новых языковых моделей, встроенных в существующие нормы языка. Новые речевые модели внедряются в сознание аудитории через каналы СМИ, и задача журналиста − дать им точное, правомерное, этическое толкование.

Развитие языка современных СМИ связано с ярко выраженным динамизмом, существенными изменениями норм речевого поведения и правил языковой эстетики. Журналист с самого начала постижения специальности всегда ориентирован на публичную вербальную активность. Вместе с тем, в публичной коммуникации многие обладают сниженным или неустойчивым знанием литературной нормы. Однако литературная норма сегодня − вопрос достаточно растяжимый. Современный журналист озабочен, прежде всего, тем, чтобы, увидев (услышав, прочитав) его, аудитория бы запомнила его имя надолго. В этой связи требование коммуникативной успешности при установлении контакта с максимально широкой аудиторией обуславливает усредненность используемых языковых средств. А некоторые исследователи даже ставят тексты современных СМИ в один ряд с «второсортной литературой», говоря о некой «массовости» языка СМИ. И это не стилистическая тавтология, а констатация реального положения вещей.

Использование новых форм вещания − программы прямого эфира, спонтанные интервью, интерактивное общение с собеседником активизирует речевое взаимодействие, делает общение более непринужденным, раскованным. С одной стороны, язык СМИ всегда был своего рода образцом языка для аудитории. С другой − принимая во внимание сиюминутность, спонтанность, однотипность речевого сообщения, сегодня можно говорить о таких необходимых качествах языка, как наглядность, точность, образность, и т.д., и в то же время – об эксклюзивности, небанальности и даже афористичности. Примером подобных телевизионных текстовых образований можно считать программы Леонида Парфенова − журналиста, который создал собственную стилистику и эстетику текста.

Сегодня большинство СМИ ориентировано на развлечение аудитории. Вместе с тем недопустимо сводить язык журналиста к ненормативной спонтанной лексике, которая к тому же не настолько богата, чтобы не запутаться в собственном языке. Сегодня в язык СМИ вошли разговорные, жаргонные, арготические элементы, что затрудняет процесс коммуникации и делает его однобоким и примитивным.

Опыт автора статьи показывает, что студенты-журналисты, обучаясь профессии, стремятся работать по печально известному принципу: «будьте проще, и люди к вам потянутся». Кстати, и многие «деятели эфира» объясняют свою эфирную незатейливость принципом документального в журналистике − «мы только отражаем жизнь и ведем себя так, как в действительности». Между тем современному журналисту совершенно непозволительно забывать при этом, что документализм определяется, во-первых, как метод отображения действительности, а во-вторых, как способ познания. Гносеологическая сложность документализма или «правды жизни» заключается в том, что для журналиста это − метод отображения при помощи достоверных сведений, невымышленных событий, явлений, основанных на познании действительности журналистом. Для аудитории документализм, информация − это способ познания и действительности, и познавательных процессов журналиста. Поэтому журналист должен быть не просто «передатчиком информации», «диджеем», «ведущим эфира» или еще кем-то. Журналист должен быть эксклюзивной языковой личностью, способной адекватно отражать новые методы и способы работы в эфире. Пока создается ощущение, что не журналист формирует эфир, а эфир порабощает журналиста, превращая его в «текстовую озвучку». Здесь можно упомянуть и о профессиональном умении применять язык универсальный, предполагающий воздействие на самую широкую аудиторию, которая, в свою очередь, имеет различное воплощение речевой культуры.

На современном этапе представляется необходимым обучать студентов-журналистов работе с кодифицированной современной лексикой, регулируемому речевому поведению**.** Речь идет

о соблюдении норм универсального языка, самоконтроле за использованием языковых средств, изучении феномена «разговорного литературного языка». Подобный «конвергентный язык», как нам кажется, вполне имеет право на дефиницию: структурированная языковая конструкция, имеющая композиционное единство, последовательность изложения и обладающая контролируемой экспрессивностью.

Как это ни парадоксально, но сегодня абсолютно каждый текст стремится выражать какие-то чувства. И как бы ни протестовали против эмоциональности журналистики теоретики, современный зритель не хочет видеть равнодушного журналиста. Пусть ему дадут пищу для размышлений − продемонстрируют то, что почувствовал автор при создании того или иного сюжета, а согласиться или возразить − решит он, потребитель этого продукта. Только при наличии такого «диалога» − коммуникации на уровне чувств и ощущений − можно говорить об эффективности текстов СМИ.

Литература

1 Сметанина С.И. Медиатекст в системе культуры. – СПб., 2002.
2 Там же.
3 Тертычный А.А. Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход. – М., 1998.
4 Колыхалова О.А. Язык и права человека в современном мире // http://www.hrinstitute.ru/kolyh.html
5 Лотман Ю.М. Текст и функция / Избр. статьи: в 3 т. – Таллин, 1992. – Т. 1. – С. 99.

References

1 Smetanin SI Mediatext in the culture system. – St. Petersburg, 2002.
2 Tam je.
3 Tertychnyi AA Analytical Journalism: cognitive-psychological approach. – Moscow, 1998.
4 Kolyhalova OA Language and human rights in today's world / / http://www.hrinstitute.ru/kolyh.html
5 Lotman, YM The text and the function / Fav. Article: 3 tons in Tallinn, 1992. T. 1. S. 99.

УДК 070(574)

Н.С. Кенжегулова

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Республика Казахстан, г. Алматы
E-mail: Naiman-karabi@mail.ru

Пути реформирования рынка СМИ в рамках государственной программы

В статье автор обсуждает актуальную проблему реформирования рынка. В наше время – это главное, так как масс медиа нуждается в преобразовании в соответствии со «Стратегией «Казахстан – 2050» и политическим, экономическим изменениями в Казахстане. СМИ в современном мире меняются и становятся более коммерческими и независимыми от государственной системы в связи с глобализацией и интеграцией масс медиа.
Ключевые слова: реформирование рынка СМИ, новые информационные технологии, Интернет журналистика.

N.S. Kenzhegulova

Ways to reform the media market in the state program

The author discusses the current issue of the reform of the market. In our time – this is important because the mass media is in need of transformation in accordance with the state program "Strategy" Kazakhstan – 2050 "and the political, economic developments in Kazakhstan. Media in the modern world is changing and becoming more commercial and independent of the state system of globalization and integration of the mass media.
Keywords: reform of the media market, new information technology, Internet journalism.

Н.С. Кенжеғұлова

Мемлекеттік бағдарламаның аясында БАҚ нарығын реформалау жолдары

Мақалада автор БАҚ нарығының реформасы туралы мәселе қозғайды. Қазіргі таңда БАҚ саласында бұл ең өзекті мәселелердің бірі, себебі 2050 мемлекеттік бағдарлама аясында экономикалық, саяси, әлеуметтік өзгерістерге байланысты қаралады. БАҚ қазіргі жағдайда жаһандану және интеграциялық процестерге байланысты мемлекеттік құрылымдардан тәуелсіздікке және коммерциялизацияға ұшырай бастады.
Түйін сөздер: БАҚ нарығының реформалануы, жаңа ақпараттық технологиялар, Интернет журналистика.

В рамках реализации государственной Программы-2050 возникает актуальная проблема реформирования рынка СМИ, модернизация его для достижения статуса Прессы социальной ответственности.

Новые информационные технологии в области СМИ, планирование индустриализации страны в целом подводят не только к новому более высокому развитию экономики страны, но и к достижению прогрессивных, гуманизированных интеллектуальных высот в развитии общества, это новаторские технические и технологические возможности, кардинально новый виток интеллектуального эволюционирования общества. В таких условиях масс-медиа страны не может оставаться в рамках Либертарианской, тем более Авторитарной Прессы, поэтому наступила Эра перехода к Прессе Социальной ответственности. Новый виток в развитии СМИ требует обновления, реформирования всей системы журналистики в целом. Этот сложный и уникальный процесс требует не только больших усилий как со стороны общественности и общества, но и перестройки сознания основных слоев населения страны, также требует кропотливой и неустанной работы

работников средств массовой информации. И в первую очередь тут требуется работа маркетологов, занимающихся изучением и планированием рынка СМИ. «Однако в такой специфической области человеческой деятельности, как журналистика, маркетинг приобретает особые черты» [1] Журналистика как производство сочетает в себе духовное производство с материальным. Продуктом духовного производства является информация, а продуктом материального производства являются материальные носители журналистской информации – газеты, журналы и другие периодические издания. На рынке эта продукция становится товаром и услугой, которые приобретает потребитель, то есть читатель.

Как известно, рынок СМИ имеет несколько составляющих, своеобразную структуру. В первую очередь, следует учитывать тот фактор, что рынок средств массовой информации делится на две части. Это – рынок ресурсов, к нему относятся: финансовый рынок, рынок рабочей силы, издательский рынок, технический рынок материалов, рынок информации и идей, рынок распространителей. Во вторую часть входят: рынок периодических изданий и рынок потребителей информации.

Каждый из этих рынков в силу изменения политической, экономической и социальной ситуации как во всем мире, так и в стране, требует пересмотра их деятельности, и даже во многих случаях кардинального реформирования. Например, рынок рабочей силы или труда разделяется согласно исследованиям известного российского ученого Гуревича С.М. на три части. Первая – самая важнейшая – это рынок творческих работников, то есть журналистов. Вторая – рынок технических сотрудников и третья – это рынок сотрудников для редакционных коммерческих структур. Если в первые в две части рынка в настоящее время сотрудников можно набрать из выпускников факультета журналистики, то на третьем рынке явно ощущается дефицит кадров. Ввиду того, что значение этого сектора рынка быстро возрастает с усилением финансово-коммерческой деятельности редакций газет и журналов, им все больше требуется опытных, образованных, высокопрофессиональных специалистов в области маркетинга и менеджмента, финансов, рекламы и коммерции.

Эту проблему можно решить только одним путем – подготовкой для рынка сотрудников редакционных коммерческих структур специальных кадров на факультетах и отделениях журналистики университетов, включением в классификатор и программы обучения будущих журналистов таких новых дисциплин, как: маркетинг СМИ, менежмент СМИ и других дисциплин экономического плана. Но это, в свою очередь, требует написания учебников и учебных пособий, предназначенных именно для этого сектора.

Также одна из проблем качественной и высокопрофессиональной деятельности СМИ связана с издательским рынком [2]. С его помощью создается та материально-техническая база, без которой невозможен выпуск периодических изданий. До сих пор характер и задачи отношений между редакцией и издательством точно не обозначены каким-либо конкретным документом. На сегодняшнем этапе развития общества они определяются положениями Закона о Средствах массовой информации. Но этого недостаточно, требуется специальный документ, конкретно обозначающий действия каждого из сторон, их права, обязанности, финансовые затраты и т.д. и т.п.

По мнению исследователя Гуревича С.М.: «Быстрое увеличение количества периодических изданий привело к возникновению дефицита на издательском рынке». У нас в Казахстане в затруднительном положении находятся малотиражные издания – они не могут конкурировать с многотиражными изданиями на этом рынке, так как издательства предпочитают заключать договора с крупными, более обеспеченными в коммерческом отношении партнерами. Небольшие газеты, зачастую имеющие свою аудиторию и даже определенный статус, бывают вынуждены в таких случаях оказаться банкротами, что может нанести значительный урон идеологической и воспитательной работе среди населения.

Технический рынок СМИ имеет тоже свои проблемы, которые необходимы решить в ближайшем будущем. Далеко не все издательства владеют своей полиграфической базой – многие вынуждены искать ее на стороне, обращаясь к помощи более крупных, мощных издательств. Для разрешения этой проблемы необходимо создание новых типографий, в том числе и частных, основание крупными изданиями собственной полиграфической базы и оснащение старых предприятий современной, более эффективной техникой [3]. Эту проблему также можно решить созданием при редакциях специальных центров, в которых можно сосредоточить новейшую наборно-верстальную технику.

При их помощи можно изготовлять печатные формы, что уменьшит нагрузку на типографию. Большая роль в этом отношении отводится редакционно-издательским системам, созданным на основе компьютеров. Они обеспечивают полную технологию, связанную с процессом подготовки и выпуска номера.

Для эффективного использования новейших технических средств также требуются опытные, высококвалифицированные специалисты, владеющие специальными знаниями. Они должны также получать знания, специфическую подготовку и практические навыки в процессе обучения на факультетах журналистики.

В связи с этим в сфере образования, то есть подготовки журналистских кадров тоже необходимы серьезные, фундаментальные преобразования. В настоящее время на существующих факультетах и отделениях журналистики всех вузов страны готовят журналистов как чисто творческие кадры, хотя журналистика в современных условиях обретает совершенно новые черты. По мнению многих исследователей, будущее журналистики напрямую связано с новыми медиа, то есть Интернет-журналистикой. Это мультимедийная, блоговая, конвергентная журналистика. И сама жизнь уже диктует свое. «Конверге́нтная журнали́стика (*англ.* Convergence journalism) – это процесс слияния, интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс» [4]. Сегодня современные медиа-компании расширяют свой спектр информационных и развлекательных продуктов и используют при этом «новые» формы подачи медиапродукта: онлайн газета, радио в интернете, веб-телевидение.

Все это говорит о том, что журналист на сегодняшний день должен обладать качественно новыми навыками. То есть на повестке дня современной системы образования журналистов стоит вопрос подготовки «универсального журналиста». Особенности навыков универсального журналиста следующие: работа с видеомонтажом, с цветом, компьютерная обработка фотографий, анимация, инфографика, работа со звуком. Все эти художественно-изобразительные средства свободно интегрируются в медиа. Сегодня уровень технологий создания продукта СМИ позволяет реализовать любые творческие идеи. Нынче одной из наиболее успешных концепций развития медиаиндустрии и отношений между СМИ и аудиторией стала мультимедиа. Специалисты определяют его как «интеграцию двух или более коммуникационных средств и каналов с компьютером. А это специалист по новым медиа должен обладать многими навыками в области не только чистого творчества, но и техники, технологии. Значит, на факультетах журналистики должны готовить не только пишущих журналистов, но и новых полиграфистов, специалистов по информатике с творческими уклонами.

Для достижения высококачественной и высокоэффективной работы рынок СМИ требует всестороннего изучения и совершенствования во многих отношениях, и это должно стать делом ближайщего будущего.

Для реформирования рынка СМИ также необходимы во многих отношениях коренные преобразования во всей системе – не только в основной структуре, но и инфраструктуре отрасли. В этих преобразованиях могут быть затронуты многие факторы, касающиеся СМИ, – это и правовые вопросы и проблемы экономики, социальные и политические взаимоотношения в обществе, но самое главное – это информационная политика объектов СМИ, которые напрямую зависят от интеллектуального уровня развития как общества в целом, так и отдельной личности.

Литература

1 Гуревич С. Газетный рынок. – М., 1999. – С. 29.
2 Васман А. Стратегия рынка: 10 шагов к успеху. – М., 1996. – С. 89.
3 Горчикова И.Н. Менеджмент. – М., 1995. – С.46.
4 Михайлова О.П. Особенности конвергентной» журналистики. – СПб., 2012. – С. 49.

References

1 Gurevich S. Gazeta i rynok. – M., 1999. – S .29
2 Vasman A. Strategia marketinga: 10 shagov k uspehu. – M., 1996. – S. 89
3 Gorchikova I.N. Menedzhment. – M., 1995. – S.46.
4 Mihailova O.P. Osobennosti konvergentnoy zhurnalistiki. – Sankt-Peterburg, 2012. – S.49.

ӘОЖ 654.191

К. Қабылғазина

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail: Kabylgazina.klara@mail.ru

Ұлтаралық интеграция – даму кепілі

Мақалада Қазақстан мемлекетінің қысқа тарихи мерзімде әлемдегі аса қарқынды дамушы елдер қатарына қосылып отырғандығы жөнінде сараптама жасалады. Қазақстан халықаралық қауымдастықтың да белсенді мүшесіне айналғандығы, қоғамда мемлекетаралық ықпалдастық, әріптестік, достық жағдайлардың сипат алуы еларалық бірлесудің ықпалы екендігі сараланады. Қоғамдық интеграцияны жүзеге асырудың, ынтымақтастықтың маңызына баға беріледі.
Түйін сөздер: интеграция, қарқынды даму, ықпалдастық.

К. Kabylgazina

Interethnic Integration – key to development

In article is given the analysis that Kazakhstan in short historical term joined to the ranks of quickly developed countries. Kazakhstan became active body of the international community and influential between the countries and also strengthened friendship, the partnership and it is the highest analysis of influences of the international communities. The assessment is given for the importance of an unification and actuating of integration in society.
Keywords: integration, active development, interaction.

К. Кабылгазина

Межнациональная интеграция – залог развития

В статье делается анализ о том, что Казахстан в короткий исторический срок вступил в ряды быстро развивающих стран. Казахстан стал активным органом международного сообщества и влиятельным между странами, укрепил дружбу, партнерство, и это является высшим анализом влияний международных сообществ. Дана оценка значимости единения и приведения в действие интеграций в обществе.
Ключевые слова: интеграция, активное развитие, взаимодействие.

Қысқа тарихи мерзімде Қазақстан әлемдегі аса қарқынды дамушы елдер қатарына қосылып отыр. Қазақстан халықаралық қауымдастықтың да белсенді мүшесіне айналды. Қазіргі қоғамда мемлекетаралық ықпалдастық, әріптестік, достық жағдайлар сипат ала бастады. Осы тұста қоғамдық интеграцияны жүзеге асырудың, ынтымақтастықтың маңызы күн санап артуда. Бұрынғы Кеңес одағы тұсында Қазақстан интеграциялық үдерістерден тыс қалды. Өйткені жабық жүргізілген саясат республикадан тыс болып жатқан ақпараттарға жол ашпады. Ұзақ жылдар бойы жүргізілген бір ғана идеологияның әсерінен мемлекет жан-жақты дамудан шет қалды. Кейіннен Кеңес одағы ыдырап, мемлекетіміз тәуелсіздік алған соң барып қана басқа дамыған мемлекеттер өміріне көз тігіп, халқының әлеуметтік жағдайы жоғары болып отырған елдерге зер сала бастадық. Өмірдің, заманның беталысын жіті байқаған Қазақстанның Президенті Нұрсұлтан Әбішұлы Назарбаев еуропалық интеграцияға және түркі тілдес елдер қоғамдастығына баса назар аударды.

Қазақстан егемендік алған соң ең ауыр қиындықтарға тап болды. Ол – халықтың тұрмысы мен көңіл-күйіне тікелей әсері бар экономика саласында туды. Халықтың тарихи санасында болмаған нарықтық жолға түстік. Экономиканы

ырықтандыру, қоғамдық мүлікті жекешелендіру, колхоздар мен совхоздарды тарату процесі басталды. Бағаға шек қойылмай, хаосты жағдайға жетті. Нәтижесінде бұрынғы қалыптасқан шаруашылық жүйесінің 40 пайызына дейін жоғалып кетті. Ауылда да, қалада да халықтың тұрмысы күрт төмендеді, жұмыссыздық жайлады. Әрбір заттың бағасы он-жүз еселеп өсті. Жұмыссыздықтың аяғы қылмыстық әрекеттерге апарды. Өз ішімізде, басқа да елдермен қалыптасқан экономикалық байланыс үзілді, көптеген кәсіпорындар жұмысын тоқтатты немесе жартылай ғана жұмыс істеуге мәжбүр болды. Мұндай күйге қазақстандықтар неге түсті деген сұрақ туады. Одақ тарау барысында кеңестік идеология құлаған соң, сол идеологияға негізделген экономика да құлаудың алдында тұрды. Өйткені Қазақстанда шығатын заттың әр бөлшегі әр жақтан әкелінетін, өнімді шығару үшін бірі болса бірі болмай қалатын жағдайда тұрдық.Экономика саласында жалғыз бізге ғана емес, басқаларға да күйреу қаупі туды.Оған қоса нарық экономикасы бізге жат құбылыс болатын. Оның қыр-сырын білетін мамандар да жоқ еді. Халық қорқа қарады.Және де басымыздан өтіп жатқан тарихи формация да қолайлы болмады. Әлем тарихында капитализмнен социализмге өткен елдердің тәжірибесі бар, ал кері қайтқан, социализмнен капитализмге түскен ел болған жоқ, ол осы егемендік алған елдер еді. Оған әлемдік тәжірибе куә. Бұрында «біз феодализмнен бірден капитализмді аттап социализмге өткен елміз» деп біздерді кеңес мектебінде оқытатын еді.Енді тағы сондай келелі өзгерісті бастан кешіріп отырған қазақ халқы да нағыз толерантты халық екенін көрсете білді.

Нарық жолына түсуге бет бұрған елдерге халықаралық ұйымдардың жәрдемі көп көмектесті. Халықаралық валюта қорының, Бүкіләлемдік банктің миссионерлік рөлі ерекше болған еді. Олар Қазақстанның болашағына сеніммен қарады. Ал Қазақстан болса халықаралық қауымдастыққа өзінің бейбітсүйгіш ел екенін, басқа елдермен ашық әрі өзара тиімді саяси,экономикалық қатынастарға дайын екендігін, өз елінде ұлтаралық келісім мен ішкі ұлттық бірлігін сақтай білетіндігін, демократиялық даму жолының туын берік ұстаған, әлем қорындағы парасат пен құндылықтарды жоғары бағалап қана қоймай, оларды дамытуға ат салысатын ел екендігін көрсете білді. Әсіресе Қазақстан ашық демократиялық қоғам құрып жатқан ел бола білгендігіне олардың көзін жеткізе алды. Соның арқасында тәуелсіздік жылдарында елімізге 120 млрд. доллардан астам инвестиция келген екен.ТМД елдері бойынша бұл ең үлкен көрсеткіш екендігін бұқаралық ақпарат құралдары жазды. Дербес ел, мемлекет, халық болып, әлем елдерінің көшінің соңында жүре бермей, қайта сол елдермен терезесі тең ел болу үшін ел басшысының әр жылғы халыққа жолдауы арналды. Соның нәтижесінде, ел бірлігінің арқасында 170-тен астам мемлекеттермен экономикалық, мәдени, рухани байланыстар орнады. Осы тұрғыда аса маңыз беретін мәселе – түркі тілдес халықтардың интеграциясына жол ашылды.

Түбі бір түркі ағайындар қай кезеңде де ағайыншылықтарын жоғалтқан емес. Сол пікірге куә бір оқиғаны еске алудың реті келгендей. Түріктердің тамаша демалыс орындарының бірі – Бодрумда демалудың сәті түсті. Туыстас елдің тұрмыс-тіршілігіне еуродәстүр мысқалдап ене бастағандай. Есіктен кіргеннен ағылшынша қарсы алып, басқа бір әлемге енгізіп жібергендей болды. Алайда келген қонақтарға ілтипат қолыңдағы жүгіңді ала салғаннан бастап жүріп береді. Тамаша бөлмелер, кіршіксіз тазалық, жайылып жастық, иіліп төсек болып тұрған қызметшілер. Емін-еркін әрі мол дастархан мәзірі. Осындай қонақжайлылықтан кейін адами құқықтарды алаңсыз пайдаланып, құрметті сезіндік. Осындай сәтке бой үйренген соң, әңгіме-дүкен құратын орта іздей бастадық. Сөйтіп, Бодрум қаласын қыдырыстап жүрген сәтте Германияның Мюнхен қаласында тұратын Әлихан Жаналтайды жұбайымен кездестірдік. Бір-бірімізге ерулік берісіп, ұзақ әңгімеге жол ашылды. Әлихан әріптес өздерінің бұл өлкеден қалай орын тепкені жөнінде әңгімеледі.

Сонау аумалы-төкпелі жылдарда біресе ашаршылық, біресе жұт жайлап, біресе ақтар мен қызылдар алма-кезек ауысып, халық кімнің дос, кімнің қас екенін біле алмай дағдарып, алмағайып өмір сүрген кездерде Әлиханның ата-бабасы Қытай асып, одан Пәкістан, Үндістанға бет алады. Барған жерлерінің бәрінде бұларды ешкім қабылдауға ниет білдіре қоймайды. Аштық, суық, небір жолда кездескен апаттардан аман қалған азын-аулақ адамдар енді Түркия мемлекетіне бағыт алады. Осы жерде ғана қазақтарға түбі бір түрік ағайындар қол ұшын береді. Азып-тозып келген адамдарға

қарындарын тойғызуға жәрдем етеді, баспана салуға жер береді, жұмысқа орналасуға көмек жасайды. Сөйтіп, тұрып қалған ағайындар осы күнге дейін түрік халқына алғыстарын білдіреді. Әрине, «жас өледі, жарлы байиды» ғой... Әлеуеттеніп алған қазақтар өздерінің өндіріс орындарын ашып, балаларына білім беріп, күнкөріс көзін жетілдіре бастайды. Әлихан болса балаларына еуропалық білім беру мақсатымен Мюнхенге қоныс аударады. Ол өлкелердің бір ерекшелігі – ауыс-түйіс жасап, көшіп-қонып жүре беруге мүмкіндік жасалған. Ата-аналары Стамбулда, саяжайы Бодрумда, үйі Мюнхенде дегендей. Бұл – ежелден тегіне тартып тұратын түркі ағайындардың тарихта, адамдардың санасында қалған бір ғана әрекеттерінің көрінісі.

Кейін қазақ елі тәуелсіздік алғалы бері сол тарихи байланыс тамыры тереңдей түсті. Экономикалық, саяси, тарихи, мәдени, әдеби тұрғыдан дами түскен қатынас елде жағымды пікір қалыптастырған. Халыққа және оның оңды көзқараста болуы үшін алдымен оған жасалатын әлеуметтік жағдай екені белгілі. Түріктердің тауарларына деген сұраныстың халық ішінде арта түсуі де осыған дәлел.Мәдени байланыстар да күннен-күнге нығая бастағанына көз жетуде. Бұрындары ресейлік, оңтүстік кореялық фильмдерді тамашалайтындардың дені түріктің хикаяттарына бет бұрған.Олардың өздерінің салт-дәстүрлері, ұлттық ерекшеліктері, әдебиеті, мәдениеті қазіргі ақпараттық, саяси, экономикалық, мәдени батыстық экспансия жүріп жатқан уақытта өз орнын орынды тауып отыр.Тегі бір бауырлардан өткен ғасырда, Кеңес үкіметінің тұсында қол үзіп қалған кездер болған. Соның өзінде бауырластар түбі бір елдің өз азаттығын аларына сенген екен. «Қазақстан Тәуелсіздік алды!» деген ақпаратты электронды БАҚ-тан ести салысымен ең алғаш болып құттықтаған да Түркия мемлекеті болатын. Олардың бұл ерліктерін қалай мақтасақ та, қалай аспандатсақ та орынды.

Кеңестік саясаттың тізгінді тарта ұстағанының әсерінен біз түрік мәдениеті, әдебиеті, салт-дәстүрімен кеңінен таныса алмадық. Соның өзінде Әзиз Несиннің бірлі-жарым шығармаларының уыттылығына риза болып, көңілдің түкпіріндегі бір наразылықтарды дөп басқандай болушы еді. Ақын Назым Хикметтің поэзиясын да шабыттанып оқыды ұлт өкілдері. Қазіргі кезде түрік қаламгерлерінің шығармаларын көптеп аударуға бет ала бастағандаймыз. Соның бірі-Харум Токактың новеллаларын оқи отырып, рухани дағдарысқа ұшыраған Үміт атты қыздың тағдырына, Ісмет есімді жігіттің махаббат хикаясына еріксіз еміне, жаның нұрға бөлейтін сезім құшағында қалады оқырман.

Түркия мемлекетінің әлеуметтік саясатында да қол жеткізіп отырған көптеген жетістіктері үлгі аларлықтай дәрежеде дамып отыр. Денсаулық саласының табысты реформалануы, оқу-ағарту ісінің жолға қойылуы, қымбатшылықтың алдын алуы сияқты әрекеттер Президент Абдолла Гүл мен Үкімет басшысы Режеп Тайып Ердоғанның ұтымды саясаты болғанымен, оған қолдау жасай білетін санасы жоғары халқы деп танимыз. Егер ел-жұрты қолдамаған болса ол басшылардың саясатын толыққанды жүзеге асыру мүмкін емес. «Бес саусақ бірдей емес» дегендей елдің ішінде де санасы таяз, білімсіз, тексіз пенделер бар. Олар бірлік саяси, тұрақтылық дегенді бұзуға, іріткі салуға, халықтың шырқын кетіруге, әрекет жасап бағады. Өзінің әлемдік шығармасы «Унесенные ветром» деген романды жазған Маргаретт Митчелл өз кейіпкері Рэт Батлердің аузына мынадай сөз салады: «Деньги делаются в двух условиях. Одно-при крушении государства, другое-при создании государства». Яғни кейбір қаржы үшін соғыс тілеген саясаткерлердің ықпалына түскен тобыр сондай әрекеттерге барады. Ойдан ой туындайды. Ливия мемлекеті Президенті Каддафидің тағдыры ойға оралады. Халқын 42 жыл уысында ұстағанымен, оларға жасаған еңбегі ерен екенін ести оқи отырып, елдің елдігіне сын болған әрекеттерден жан түршікті. «Семіздікті қой ғана көтереді» дегендей жағдайлары әбден жақсарған халық тобырлық әрекет көрсетті. Жаңа үйленгендерге 64 мың доллар көмек, жыл сайын әр отбасына мың доллардан жәрдемақы беріп, пәтерақы, энергия-газ, т.б. бәрін тегін етіп қойған басшының халқына сіңген еңбегі орасан ғой. Соның бәрін күлін көкке ұшырып, соны жасаған адамның кеудесіне аяғын салып шаттанған, денесін тулақша тартқылаған тобырды тәңірінің жазалайтыны ақиқат болар. Сондықтан да елге дұрыс басшылық жасап отырған адамға қолдау көрсету – тектіліктің, білімділіктің, тәрбиеліліктің нышаны. Түрік халқын сондай даналардың қатарынан көре алып отырғанымыз, соларға ұқсап бейбіт жолмен мемлекеттік ұстанымдарды қолдап отырғанымыз құптарлық жай.

Түрік мемлекетіндегі инфляцияның төмендеуі, дәрі-дәрмектің арзандауы, тұрғын үймен қамтамасыз етілуі, лираның құнсыздануының тоқтауы (1 АҚШ доллары 2 миллион түрік лирасы болған сөйтіп, 1S-1 лира болады, киім-кешек, азық-түлік бағасының өсуі тоқтатылды), туризмнің дамуы, мәдени, рухани, имани көшке бет алуы сияқты көптеген жайлар орынды жолға қойылғаны жайлы БАҚ беттерінен ақпарат алып отырамыз. Осындай оңды өзгерістерге жол ашқан Түркия туризм саласын тиімді дамытып, жылына 25 млрд. доллар табыс тауып, осы саладан Еуропада 6-орын, әлемде 15-орынды иеленгендері де болашақтарының жарқындығын айғақтамақ.

Әлемге танымал болған Ванга көріпкелдің «Адамдар бастарында үй, ауыздарында тамақ болса, дендерінің саулықтарынан басқа не ойлау керек. Ақылсыз болмаңдар, адамдар, өмірді қадірлеңдер! Жеті қат жер туласа тек адамшылықты, иманды, адамдар құтқарылмақ» дегені адамзаттың тірлігінің ең қымбат екендігін, қайталанбайтындығын айтып отыр деп түсінгеніміз жөн.

Біздің қазақ та – текті халық. Сол тектіліктің, парасаттылықтың арқасында саяси тұрақтылық сақталып, толеранттылық көрсетіп отыр халық. Қазақстанда түрік мектептерін ашып, достықты насихаттап жүрген азамат Хаяти Явуздың сұхбатында [«Қазақ әдебиеті, № 49, 2011]: «Жергілікті халыққа, әсіресе қазақ халқына құрметіміз зор. Себебі қазақ халқы өте таза, адал ниетті, тіпті, қазақ халқы, қазақ баласы менен де әлдеқайда таза. Өйткені қазақтың кең пейілділігі, жомарттылығы, болмыс табиғатындағы тазалығы әлем халықтарында кездесе бермейтін қасиет. Әйтпесе, халықтың өз бойында саф тазалығы болмаса 20 жылдың ішінде осындай жетістікке жетуі мүмкін бе? Оның үстіне басшысы пайым-парасаты терең, болашақты, келешекті болжай алатын көреген болса, ондай түзу ниетті халықтың болашағы зор. Егер қазақ сол кеңпейілділігінен ажырамаса, тазалығынан айырылмаса онда болашағы жарқын боларына сенемін. Біз ең алғаш келген күннен бастап қазақ халқы дастарқанын жайып, барын салып қарсы алады. Ешқандай танымайтын адамдар, бірақ өз бауырындай көрді» деген екен. Бұдан артық қандай баға керек?! Біздің ішіміздегі өзара келіспес дау жасап жүрген кейбір жайларға да олар назар аударыпты. Түркия Эгей университетінің профессоры Явуз Ақпынардың сұхбатында [«Жас Қазақ», № 14, 2011 ж.]: «Қазақстанда тіл проблемасы жоқ. Ең басты мәселе рухани азаттықта. Егер әр адам өзін қазақпын деп санаса ол қай тілде қолданыс жасағанымен байланысты емес. Көбінесе тіл мәселесін өздеріңіз ортаға қойып, оны үлкен даулы мәселеге айналдырасыздар. Бұл даурығатын мәселе емес. Қазақстанның болашағы алда», – депті. Міне, түбі бір ағайындар осылай ағынан жарылыпты. Яғни, «сырт көз – сыншы» бола тұра мұндай пікірлердің білдірілуі біздің бірігуіміздің, қоғамдық интеграцияға жол ашылуының көрінісі деп тануымыз керек.

Әдебиеттер

1 Қазақстан Республикасының Президенті Н.А. Назарбаевтың «Әлеуметтік-экономикалық жаңғырту – Қазақстан дамытуының басым бағыты» атты Қазақстан халқына жолдауы 2012, 27 қаңтар.

2 http://akorda.kz/ru/page/poslanie-prezidenta-respubliki-kazakhstan-n-a-nazarbaeva-narodu-kazakhstana_1339760819

3 libman A.M. Modeli regionalьnoi integrathttp. – M.: Ekonomika, 2011. – 333 c.

4 Galagan A.I. Integratsionnye protsessы v oblasti obrazovaniya: analiz mirovykh tendentsii // Menedzhment v obrazovanii №4. – 2006. – 562 c.

5 Қазақ әдебиеті. – № 49. – 2011.

6 Жас Қазақ. – № 14. – 2011.

References

1 Qazaqstan Respwblikasinin Prezidenti N.A. Nazarbaevtin «Aleumettik – ekonomikalyq cangyrtu – Qazaqstan damytuinyn basim bagyty», atty Qazaqstan halqyna joldauy . 2012, 27 qantar,

2 http://akorda.kz/ru/page/poslanie-prezidenta-respubliki-kazakhstan-n-a-nazarbaeva-narodu-kazakhstana_1339760819 .

3 Libman A.M. Modeli regionalnoi integratsi. – M.: Ekonomika, 2011. – 333. – C.97.

4 Galagan A.I. Integratsionnye protsessy v oblasti obrazovania: analiz mirovyh tendentsii // Menedgment v obrazovanii. – №4, 2006. – 62 c.

5 Qazaq adebieti. – № 49. – 2011.

6 Jas Qazaq. – № 14. – 2011.

ӘОЖ 316.77

А.К. Қуанышбекова*, Ш.Б. Қожамқұлова

Журналистика және масс коммуникация департаменті, ҚМЭБИ университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
*E-mail:anar.kuanyshbekova@gmail.com

Мемлекеттік науқан репрезентациясының салыстырмалы анализі: «Время» және «Казправда» газеттерінің «Халықтық IPO» бағдарламасын фреймдеуі

Фрейминг теориясы мен фрейминг матрицасы әдісін қолдану арқылы ҚазТрансОйл компаниясының «Халықтық IPOсы» туралы мақалалар зерттелді. Мемлекеттік «Казправда» және жекеменшік «Время» газеттеріне 2012 жылы шыққан 51 мақала сарапталды. Нәтижесінде қос газетке ортақ Абай бол! фреймі, төрт қарама-қарсы фрейм Халықтық IPO- Эксклюзивті IPO, Аншлаг- Сәтсіздік, Өткеннен сабақ- Дежа вю, Майлы жілік- KZTO-жария емес және дайынбыз! Жаппай оқыту,Табыс таппайсың тәрізді бірегей фреймдер табылды. Екі газеттегі цитаталардың 70%-ынан астамы «Мемлекет» және «Эмитент» категориялары өкілдеріне тиесілі. Қаржыгерлер, инвесторлар мен өзге де сарапшылардың үлесі алдыңғы екеуінен әлдеқайда аз болып шықты. Бұл зерттеу ақпарат көздері ортақ болғанның өзінде бір ғана зерттеудің мүлдем екі түрлі фреймделуі мүмкіндігін анықтады.
Түйін сөздер: фреймдер, фрейминг теориясы, газет, Халықтық IPO, ақпарат көздері.

A.K. Kuanyshbekova, Sh.B. Kozhamkulova

Comparative Analysis of Representation of the State Campaign: How Vremya and KazPravda frame the "People's IPO"

Using framing theory and framing matrix approach the authors examined coverage of the "People's IPO" in Kazakhstan. This research revealed that the same issue might be covered in completely distinct ways: only *Be Careful!* frame was mutual for both newspapers out of 13 frames. Despite the fact that more than 70% of quotes belong to "State" and "Issuer" source categories, meanings of articles completely differ.
Key words: frames, framing theory, newspapers, People's IPO, news sources.

А.К. Куанышбекова, Ш.Б. Кожамкулова

Сравнительный анализ репрезентаций государственной программы: как Время и Казправда обрамляют «Народное IPO»

Используя теорию фрейминга и метод фреймингoвой матрицы, авторы исследовали статьи про «Народное IPO» в Казахстане. Сравнительный анализ показал, что одно событие может освещаться в совершенно разных обрамлениях: из 13 фреймов, найденных в двух газетах, только один фрейм «Будь осторожен!» был общим для обоих изданий. Также несмотря на доминирующую долю источников из категории «Государство» и «Эмитент», фрейминг «Народного IPO» в статьях двух газет сильно отличается.
Ключевые слова: фреймы, фреймингoвая теория, газеты, Народное IPO, источники информации.

Абзалында БАҚ болған оқиғаны қазақалпында жеткізуі тиіс. Бірақ мәселенің сан қыры бар. Сондықтан тілшілер естіген ақпараттың кейбір тұстарына көбірек мән беріп, кейбір тұстарын ескерусіз қалдырып, журналист мәтінін белгілі бір мағынаны жеткізетіндей етіп жазады. Осы құбылысты фрейминг теориясы түсіндіреді. «Фрейм» сөзі суреттің рамасы немесе терезенің жақтауы деген тәрізді мағына береді. Роберт Ентманның [1993] айтуынша, «Фрейм жасау дегеніміз қабылданған шындықтың кейбір тұстарын таңдап алып, белгілі бір мәселені анықтап, оның себебін түсіндіріп, мораль тұрғысынан бағалап және одан шығу жолдарын түсіндіру үшін оны коммуникациялық мәтінде үлкейтіп көрсету». Джим Куйперс [2009]

журналистер бейтарап дәйектерге белгілі бір мағына беріп, фреймдейді деп тұжырымдайды. Ал Еделман [1993] қоғамдық шындықты ненің көрсетіліп, ненің көрсетілмеуіне байланысты сан түрлі ықтимал шындықтарды көрсететін калейдоскопқа теңейді: «Мәтінге ақпаратты қосу немесе алу арқылы кез келген құбылыстың сипаты, себебі және салдары мүлдем әртүрлі болып көрсетілуі мүмкін». Фреймдерді метафора, тұрақты сөз тіркестері, мәселені тудырушы тарап, дерек, дәйек, мәтінге берілген сурет немесе мақаланы оқыған кезде зерттеушінің ойына келетін бейне арқылы табуға болады [Ентман 1993; Гамсон,1989; Райан, 1991].

«ҚазТрансОйл» компаниясы акцияларының бұқара халыққа сатылуын зерттеген мамандар «Халықтық IPO» бағдарламасының әлеуметтік тұрақтылықты нығайту, қор нарығына серпін беру және халықтың қаржылық сауатын ашу мүмкіндіктеріне көңіл бөлген [Абазов & Ыстыбаева, 2011; Пизар, 2011; Стуттард, 2011]. Ал осы зерттеу мемлекеттік «Казахстанская правда» [Omarov, 2013] және жекеменшік «Время» [IREX, 2012] газеттеріндегі 2012 жылы жазылған мақалалардағы фреймдер мен ақпарат көздерін салыстыруды мақсат етті. Авторлар төмендегі екі сұраққа жауап берді:

ЗС1: «*Казправда» және «Время» газеттеріндегі фреймдердің ұқсастығы мен айырмашылықтары қандай?*

ЗС2: *Екі газетте берілген ақпарат көздерінің цитаталары қандай фреймдерге кіреді?*

Әдістеме

Мақалалар «Народное IPO» кілт сөзін енгізу арқылы www.kazpravda.kz және www. time. kz сайттарынан жинақталды. 2012 жылдың 1 қаңтары мен 31 желтоқсаны аралығында шыққан материалдар арасынан «Халықтық IPO» тақырыбына арналған 51 мақала осы зерттеу үшін іріктеліп алынды. Оның 40-ы «КазПравда», 11-і «Время» газетінен. Фреймдерді анықтау үшін Райан [1991] түзіп, Уинет [1993] дамытқан *фрейм матрицасы* әдісі қолданылды. Бұл әдіс 1) аты, 2) сипаттамасы, 3) метафора, 4) тұрақты сөз тіркесі, 5) мәтінді оқып отырғанда зерттеушінің ойында пайда болған бейнелер, 6) мәселені тудырушы, 7) мәселенің шешімі, 8) жүгінілген принцип тәрізді фреймнің сегіз қырын анықтайды. Менаше мен Зигелдің [1998] жолын ұстанып, алдымен, мәтіндердегі аргументтер анықталды. Содан кейін бұл аргументтер жоғарыдағы сегіз тарапты толықтыра отырып, фреймдерге біріктірілді. Аргумент анықтамасы ретінде «Осы мәселеде дәл осы ұстанымның жөн екенін дәлелдейтін деректі логикалық түсіндірме» алынды. Бірнеше аргумент бір фреймді құрайды [Такахаши, 2011]. Мысалы, «ҚазТрансОйлдың қаржылық есептері өте жақсы», «Тартылған қаржы мұнай құбырларын дамытуға жұмсалады» деген аргументтер *Майлы жілік* фреймін түзді. Екі кодердің аргумент анықтаудағы өзара сәйкестігі 85% құрады.

Ақпарат көзі ретінде мақалада сөзінен немесе баспасөз баянынан үзінді берілген жеке тұлға немесе ұйым анықталды. Оларды жіктеу үшін төмендегідейі бес категория құрылды:

А) Мемлекет (үкімет, парламент, «Нұр Отан» партиясы, Қазпошта, Ұлттық банк);

Ә) Эмитент («ҚазТрансОйл» АҚ, «Самұрық-Қазына» АҚ);

Б) Қаржы секторы (брокерлер, банктер, қаржыгерлер қауымдастығы өкілдері);

В) Болашақ инвесторлар (Қазақстан азаматтары, зейнетақы қорлары);

Г) Қаржылық емес сектор (саяси шолушылар, экономистер, зерттеушілер).

Нәтижелер

Кодтау нәтижесінде «Казправда» және «Время» газеттері мақаларындағы аргументтер анықталды. Бұл аргументтерді топтастырғанда 13 фрейм шықты (жақша ішінде аргументтер саны көрсетілді). 1-кестеден фрейм матрицасындағы екі фреймнің сипаттамасын көре аласыз.

«КазПравда»: *Аншлаг* (25), *Жаппай оқыту* (21), *Майлы жілік* (17), *Халықтық IPO* (13), *Абай бол! (*12), *Дайынбыз! (*10) *Өткеннен сабақ*(4).

Время: *Сәтсіздік* (9), *Эксклюзивті IPO* (8), *KZTO- жария емес* (4), *Табыс таппайсың* (4), *Абай бол! (*3), *Дежа вю* (2).

1-кесте – Фрейм матрицасынан үзінді

Фрейм/ газет	Сипаттамасы	Метафора	Есте қалатын тіркес	Сипатталатын сурет	Мәселе тудырушы	Ұсынылатын шешім	Принцип
Аншлаг (Каз Правда)	Жұрт акция сатып алуға қызығып, белсенділік танытып жатыр	IPO жаулап алды	Жұрт келісімшарт бекітуге асығуда, сұраныс ұсыныстан екі есе көп	Өтініштерді қабылдап үлгеру үшін Қазпошта жұмысқа қосымша қызметкерлер шығарды	Азаматтар мен зейнетақы қорларының қызығушылығы	Жазыл!	Белсенді бол
Сәтсіздік (Время)	Азаматтардың қаржылық сауаты төмен, ал үкіметтің ақпарат тарату науқаны тиімсіз өткізілгендіктен бұл жоба сәтсіз өтеді.	Жобаны немен қосып жеу керек сауатсыздыққа қарсы күрес	Жоғары волатилді, төменгі волатилдік	Селқос азаматтар	Біліксіз науқаншылар	Жақсылап үйрет!	Бюджет қаржысын тиімді пайдалану

Бірінші зерттеу сұрағына жауап бере келсек зерттелген екі газеттен тек бір ғана *Абай бол!* ортақ фреймі табылды. *Жаппай оқыту, Дайынбыз!* фреймдері тек «Казправда» газетіне, *Табыс көрмейсің* фреймі «Время» газетіне ғана тән. Қос газет төрт тақырыпты қарама-қайшы мағынада фреймдеген:

1) Науқан (*Халықтық IPO, Эксклюзивті IPO*)

2) Қызығушылық (*Аншлаг, Сәтсіздік*)

3) 90-жылдардың купондары (*Өткеннен сабақ, Дежа вю*)

4) Эмитентті бағалау (*Майлы жілік, KZTO-жария емес*)

Екінші зерттеу сұрағына жауап беру үшін ақпарат көздері жіктеліп, цитаталардың жиілігі саналды. 2-кестені қараңыз.

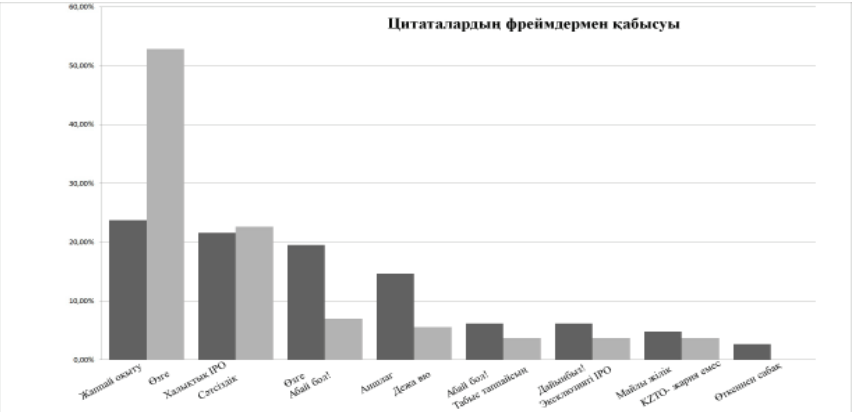
2-кесте – Ақпарат көздері цитаталарының қолданылу жиілігі (%)

Категория	КазПравда (n=143)	Время (n=53)
Мемлекет	57.3	35.8
Эмитент	30	35.8
Қаржыгерлер	4.8	5.6
Болашақ инвесторлар	4.1	1.8
Қаржылық емес сектор	3.4	20.7

Екі газет мақалаларында да «Мемлекет» және «Эмитент» категориялары айқын басымдық алып отыр. Ал «Болашақ инвесторлар» мен «Қаржыгерлер» категорияларының үлесі өте аз. «Время» газеті «Қаржылық емес сектор» өкілдеріне «Казправда» газетінен төрт есе көп сілтеме жасаған.

Сонымен қатар ақпарат көздерінің сөздері қандай фрейм аясында қолданылғанын анықтау мақсатында цитаталар тағы бір мәрте жіктелді. Мәтіндегі цитатада тек бейтарап деректер келтіріліп, үзіндінің ешбір фрейм шеңберіне енбеу ықтималдығын ескере отырып, тағы бір Өзге фреймі енгізілді. Сөйтіп, «Казправда» газетіндегі 143 цитата сегіз фреймге, «Время» газетіндегі 53 цитата жеті фреймге сұрыпталды. 3-кестені қараңыз.

3-кесте



Қара бағана – КазПравда
Сұр бағана – Время

Дискуссия

Ентман айтқандай бір фреймді тұрақты түрде қолдану оны күшті қылады. «Казправда» бастан аяқ «Халықтық IPO» бағдарламасын қолдап жазса, «Время» сынап жазды. Мұның себептерін қарастырсақ, Казправда мемлекеттік газет болғандықтан ақпарат таратудан гөрі тек насихаттауды міндет санайтын тәрізді. Осы орайда мемлекеттік хатшы Марат Тәжин мемлекеттік БАҚ-ты сынаған еді: «Бұл, әрине, мемлекеттік БАҚ-тың өсуіне жол бермейді. Мен түсінемін, бұл – аса оңай позиция. Комментарийлер, талдаулар, журналистік зерттеулердің орнына уралап насихаттық материал жазу оңай, бірақ оны ешкім де оқымайды. Жетеді, бұндай практиканы тоқтату керек» [Мәметқазыұлы, 2013]. «Время» газетінің сыни бағытты ұстануының бірнеше себебі болуы мүмкін. Матестің [2009] тұжырымдауынша, жекеменшік газеттер тиражды өсіріп, жарнама берушілерді қызықтыру үшін ақпаратты әсірелеп беруге бейім. Немесе «Время» газеті мемлекеттік БАҚ пен «Халықтық IPO» бағдарламасының жарнамалық сарындағы материалдарынан өзге ақпарат таратып, ақпараттық кеңістікте қандай да бір тепе-теңдік қалыптастырмақ болуы ықтимал. Қалай дегенмен де, газеттің нақты қожайындары белгілі болмағандықтан кесіп айту қиын.

Қорытынды

Бір тақырыптың жекеменшік және мемлекеттік газеттерде жазылуындағы ұқсастықтар мен ерекшеліктерді қорыта келе айтарымыз, екі газет бір тақырыпты мүлдем қарама-қайшы фреймдеуі мүмкін. Сондай-ақ ақпарат көздері үлесінің ұқсас болуы да мақалалар мазмұны ұқсас болады деген сөз емес. Бұл зерттеу орыс тіліндегі екі газетті ғана зерттеді.Осы екі газетке ұқсас өзге газеттерді зерттеу осы қортындыларды айқындай түсуі мүмкін. Қазақ тілді газеттердегі Қазтрансойл IPO-сы жайлы мақалалар зерттеу ауқымын кеңейтеді. Болашақ зерттеушілер осы екі бағытқа көңіл аударулары немесе табылған фреймдерді өзге алты компанияның IPO-лары туралы мақалалардан іздеулеріне болады.

Әдебиеттер

1 Abazov R., & Istybayeva, D. (n.d.). Will the «people›s ipo» help address social polarization in kazakhstan?. (2011). Central Asia Caucasus Institute, Retrieved from http://www.cacianalyst.org/?q=node/5553

2 Entman R. (1993). Framing:toward clarification of fractured paradigm. journal of Communication

3 Goldman A., & Kuypers, J. (2010). Contrasts in news coverage:a qualitative framing analysis of a list bloggers and newspaper articles reporting on jena 6. Relevant Rhetoric, Retrieved from http://relevantrhetoric.com/wp-content/uploads/Contrasts-in-News-Coverage.pdf..1177/000276428903300204

4 IREX. (2012). Media sustainability index 2012. Retrieved from http://www.irex.org/system/files/u105/EE_MSI_2012_Kazakhstan.pdf

5 Kuypers J. A. “Framing Analysis,” Rhetorical Criticism: Perspectives in Action. Jim A. Kuypers, ed. (Lanham, MD; Lexington Books, 2009).

6 Matthes J. (2009). What›s in a frame? a content analysis of media framing studies in the world›s leading communication journals,1990-2005.Journalism&mass communication quarterly, Retrieved from http://jmg.sagepub.com/content/86/2/349

7 Мәметқазыұлы Қ. (2013, ақпан 22). Мемлекеттік БАҚ ақпараттық, түсіндіру қызметін насихаттық функциямен алмастырмауы керек – М. Тәжин. Retrieved from http://www.inform.kz/kaz/article/2537181

8 Menashe C., & Siegel, M. (1998). The power of a frame:an analysis of newspaper coverage of tobacoo issues-united states, 1985-1996. Journal of health communication , 3, 307-325. doi: 1081-0730/98

9 Omarov J. (2013, march 20). Head of the managing board of the newspaper «kazakhstanskaya pravda» said about reformatting of the paper., Retrieved from http://ortcom.kz/ru/news/view/960

10 Pizur T. (n.d.). «the people›s ipo» build on kazakh stability. (2011). Central Asia- Caucasus Institute Analyst, Retrieved from http://www.cacianalyst.org/?q=node/5525

11 Ryan Charlotte. 1991. Prime Time Activism: Media Strategies for Grass Roots Organizing. Boston, MA: South End Press.

12 Stuttard J. (2012, May). Ipos uk experience of privatization and application to kazakhstan. Economic forum, Astana,Kazakhstan. Retrieved from http://www.aef.kz/ru/history/participants/stenogrammy/318695/

13 Takahashi B. (2011). Framing and sources: a study of mass media coverage of climate change in peru during the v algue. Public understanding of science, 20(4), 543-557. doi: 10.1177/0963662509356502

14 Winett Liana. 1997. “Advocate’s Guide to Developing Framing Memos.” Pp.420-433 in

15 Do The Media Govern? Politicians, Voters, and Reporters in America, edited by Shanto

16 Iyengar and R. Reeves. Thousand Oaks, CA: Sage.

Қазақ тіліндегі дерекке сілтеме:

Мәметқазыұлы Қ. (2013, ақпан 22). Мемлекеттік БАҚ ақпараттық, түсіндіру қызметін насихаттық функциямен алмастырмауы керек- М.Тәжин // www.inform.kz/kaz/article/2537181

ӘОЖ 654.191

Ш.С. Нұржанова

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail: nurgans@mail.ru

PR-қызметті бағалау әдістері

Мақалада автор PR-қызметті бағалауға көмектесетін әдіс түрлерін талдайды.Болашақ PR мамандарына осы қызметтің қазіргі кезеңде қандай әдістерінің тиімділігі туралы біраз кеңестер береді.
Түйін сөздер: PR-қызмет, әдістер.

Sh.S. Nurzhanova

Methods of an assessment of PR activity

The author in this article analyzes the methods and types of assessment PR.
Designed for students of the future experts PR.
Keywords: PR activity, PR methods.

Ш.С. Нуржанова

Методы оценки PR-деятельности

В статье проведен анализ использования в Казахстане методов PR, их оценки. В данное время для многих компаний PR стал одним из важных для развития отрасли. В статье дана оценка значимости методов PR.
Ключевые слова: PR деятельность, методы PR.

Қазіргі кезде кез келген мемлекеттің негізгі міндеті ұлттық шаруашылық пен жекелеген экономикалық субъектілердің бәсекелес қабілетін қалыптастыру және қолдау болып табылады. Сондай жағдайдағы нарықтық талаптардың ерекшеліктерін ескере отырып қарастыратын болсақ, мемлекеттің ішкі экономикалық мүмкіндіктері мен өндірістік ахуалын одан әрі жақсарту мақсатында жаңа бағыттар белгіленуде. Кез келген өндірісті жаңаша құрудың, шығарылатын өнімдердің сұранысын арттырудың маңыздылығы да артуда. Осыған байланысты бүгінгі күні PR-қызметінің де маңыздылығы күннен-күнге артып отыр. Зерттеліп отырған тақырып та PR-қызметін бағалауға байланысты болып отыр.

PR-қызметті бағалауға көмектесетін нәтиженің екі түрі бар. Олар: сапалық және сандық нәтижелер.Сапалық нәтижелер. Бұл топқа PR-қызмет бағаланатын нәтиженің көпшілігін жатқызуға болады, себебі оны статистикалық көрсеткіштерімен бағалау мүмкін емес. Оның үстіне тәжірибеге де байланысты. Сондықтан шара кезінде бір қызметкердің тәжірибесі, екіншісінің білімі, үшіншісінің алғырлығы көрініп жатады. Түпкілікті нәтиже жинақ қорытындыға тәуелді. Сандық нәтижелер. Ондай нәтижелер айталық, хабардарлықтың пайыздық өсуін, арыз санының азаюын, әлдеқандай жұмыстың орындалуына үміткердің санының көбеюін, кезекті эмиссия кезіндегі акцияларға өтінімнің үлкен санын, аталудың рекордтық санын немесе компания жайында бұқаралық ақпарат құралдарында (баспасөз, радио, телевидение) көрсетілім жиілігін көрсетеді. Соңғы көрсеткіш спорт жарыстарға демеушілік көрсету кезінде байқалуы мүмкін. Нәтижелер айқын болады, егер маркетингтік зерттеулер өткізуге қаражат бөлудің қажеті жоқ болса, яғни олар тәжірибелі жолмен айқындалады

немесе расталады. PR-қызмет нәтижесінің айқындылығы, айталық, сол бұрынғы сатушылармен сол бұрынғы сауда жағдайында өнімге тапсырыстың өсіңкі санының сақталуы (айталық, жарнамалық сүйеніштің көлемінде). Бірден-бір өзгелік – PR-бағдарламаның бары. Қосымша бизнестің көлемін, сөзсіз, санның көрінісінде, яғни ақша пішінде бағалау болады, бірақ нәтижелер бәрібір айқын, сол себептен жағымды өзгерістің барын мойындау тиісті.

Айталық, алушылар тауардың сапасына шағымданды, себеп бірақ тұтынушылардың тауарды дұрыс пайдаланбағандарына байланысты болатын. Сәйкесінше PR-бағдарламасын өткізгеннен соң арыздар жойылды, демек, бұл бағдарламаның нәтижесі айқын деген сөз.

Мынадай тағы бір болжам жасайық, дамушы бір мемлекеттің үкіметі міндетті бастауыш білім алуды енгізді дейік. Өйткені сабаққа қатысу жөнінен мәселелер туындады. Біріншіден, сабаққа келмейтін балалардың ата-аналары сауатсыз еді, сондықтан білім алудың мәнін жете түсінбеді. Екіншіден, олар білім алғаннан гөрі балаларының фермада жұмыс істеп, тамақ асырағанын құп көрді. Бұл мәселелердің алғы шарттарын PR бағдарламалар тиімділігімен байланыстыруға болады. Нигерияда осындай жағдай орын алған кезде сауатты азаматтарға деген сұраныс артты-рылып еді, бірден балалардың оқуға жазылу саны да өсті. Бұдан PR-қызметінің атқарған жұмысы нәтижелі болғанын көреміз.

Бұл мысалдар кейде деректердің де тұжырымды мақсаттар есебімен, соншалықты айқын екенін көрсетеді. Бұл деген PR нәтижелерінің жай болмайтынын, міндетті түрде нәтиже беретінін білдіреді. Басқаша айтқанда, PR табысының дәрежесі PR-жоспармен келісім есебінде жүзеге асады.

PR-қызметін бағалаудың кейбір әдістері:

1. Сұраныстың санына қарай, егер компанияның жұмысын дәріптегеннен кейін сұраныстар мен тапсырыстардың саны молаятын болса, онда оның жалпы есебін сан түрінде бірден көрсетуге болады. Ал тапсырысты сатылым көлеміне қайта есептеу алған нәтижелерді құн түрінде анықтауға мүмкіндік береді.

2. Статистикалық деректер негізінде тыңдаушылар саны және рейтингтік көрсеткіш туралы, баспасөз, радио және телевидениеден берілетін ақпараттың қажеттілігі оның көлеміне және берілетін уақытына қарай бағаланып қана қоймай, сонымен қатар жинайтын аудитория көлеміне де байланысты анықталады. Ал аудитория қаншалықты көп жиналса, ақпараттың рейтинг көрсеткіші де мәлім болмақ. Соған қарап берілген ақпаратқа қанша адам көңіл аударды, олар кімдер, қандай санатта, кім оқи, тыңдай, көре алу мүмкіндігіне ие деген сан алуан сұрақтарға жауап алуға болады.

Оқырмандар туралы жиналған деректер басылымның таралымынан да қажетті нәрсе. Себебі мұндайда басылымның сапасы анықталады.

PR-қызметі нәтижесін сараптаудың үш пішіні бар: бұқаралық ақпарат құралдарында жарияланған материалдардың көлемі, ақпаратты алу мүмкіндіктері және жарық көрген материалдың сапасы, тоқ етері ақпарат берілетін құралдың маңыздылығын анықтау арқылы. PR- қызметі нәтижесін бағалалаудың төртінші пішіні хабарламаның берілісінің ортақ сипатына байланысты: ақпарат қалай әсер етті, ыза тудырды ма, көңілге жайлы тиді ме әлде жай хабар ретінде қабылданды ма?

Ақпарат көздері бойынша, ақпарат берілуін бағалаудың басқа әдісі әрбір газетке не журналға салмақтық еселік қосып, соның негізінде әр баспа парақ бойынша ортақ салмақты анықтау. Ғылыми мазмұндағы мақаласы үшін Егеменді Қазақстан мүмкін бес ұпайға, ал мәселен, бір жеке меншік басылым, небары бір ұпайға бағаланар, ал үй шаруасына қатысты жарияланымдар үшін екі басылымның орындарын ауыстыруға тура келеді. Осылайша, біз көлем не жалаң сан негізіндегі мәліметтердің кейде жаңылыстырып жіберетінін байқаймыз. Ондай сәтте барынша дәл нәтиже шығару үшін басқа әдіс пайдалану керек.

Қоғамдық сауалнама негізінде, қоғамдық пікірдің немесе адамның хабардарлығының дәрежесі қоғамдық сауалнама нәтижесіне өлшеулі. Егер біраздан соң, айталық алты айдан кейін, белгілі бір үдеріске немесе құбылысқа оған сәйкес белгілі бір топтың қатынасын айқындасақ, нәтижесі әрқалай болуы мүмкін. Сонда қоғамдық пікірдің тұрақтағанын, өскенін не төмендегенін байқаймыз. PR-бағдарлама мақсаты белгілі бір өзгеріспен (пайыз бойынша) қамсыздандыру болып табылады. Мысалы, алғашқы сауалнама нәтижесінде оған жауап берушілердің небары 20% ұйымды танитындарын, оның немен шұғылданатынын білетін

болып шықты.Сондықтан PR-бағдарлама алдында осы санды бір жыл ішінде 50 пайызға көтеру мақсаты тұрды. Қоғам арасында алты ай сайын сауалнама жүргізіп отыру, межеленген параметр өзгерісін уақыт ішінде көрсететін кесте құруға көмектеседі.

Болжайық, алты ай ішінде хабардарлық 5% өсті, осы уақытта PR-мамандар аралық мақсаттарына жетті. Сонда да, 12 айдан соң оларға межелеген 50 пайызға жетуге 5% жетпей қалды. Осылайша, бір жылға құрылған міндет орындалмады. Ондай жағдайлар туғанда, міндетті түрде себебін анықтау керек, мәселе неге байланысты орын алды деп. Мүмкін бағдарлама жаңсақ жасалған болар? Мүмкін, әлдеқандай табысқа жетуге кесірін тигізген сыртқы факторлар болған шығар? Осылай саралау компанияның келесі кезеңді жоспарлауына жәрдемдесіп, болған жағдайды терең түсінуге жағдай жасайды. Келесіде сол тактиканы қайта ұстанған дұрыс па, әлде жаңасын қосу керек пе? Мүмкін бөлінетін қаражат көлемін көбейту қажет болар. Әлде ұйым жұмысы бағытталған сыртқы ортада өзгеріс бар ма? Қаперге алатын жаңа жағдайлар, жаңа шарттар не факторлар бар ма екен?

Балама ретінде алты ай аралығында қалыс болғанын ескеру қажет. Дегенмен, алғашқы бағдарламаны қалдыруға болады, алайда оған өзгертулер енгізу керек, себебі PR-мамандардың межелі 50 пайыздық хабардарлыққа қол жеткізу міндеті бар ғой.

Осындай әдіс-айлалар PR- қызметін сандық көрсеткіштер негізінде бақылауға жол ашады. PR- мамандар қайткенде де осындай зерттеулерді алда қандай нәтиже күтетінін мүлдем білмей жүргізуге мәжбүр. Жалғыз серіктері ішкі сезімдері. Бұл жағдай шығынсыз шаралар жасағанда. Ал егер PR-шараға қаржы жұмсалса, оңды нәтижені талап етуге әбден болады. Тағы бір айқын нәрсе, компанияның басшылығы жауапкер жандар болса PR-саласының тиімділігі мен шығыны арақатынасын есептеп, болжап отырады.

Тіке статистикалық кері байланыс негізде, егер жарнамалық науқан нарықпен танысуды PR-бағдарламаға сәйкес жүргізсе өте ұтымды. Онда жарнамалық науқанның табысын алдын ала жобалауға болады. Тапсырыс саны бағдарламадағы меже мен компанияның оған жіберген еңбегіне сай ма? PR-іс-шарасын өткізбеген жағдайда енгізілген жаңа өндірістік желі бойынша сатылым нәтижесі қандай, жоғары ма? Болашақ тапсырушылардың назарын аударуға бағытталған, мысалы, айталық жаңа тоған жайлы көрсетілген фильмнен кейін жаңа келісімшартқа отырушылар саны артты ма?

Ұқсас жағдай барлық қалаларда бөлімшелерін ашқан банктің, жұмысқа мектеп түлектерін тартқысы келген жағдайда туындайды. Банк өз қызметі туралы түсірілген фильмді мектепке береді, оны қараған оқушылар банк қызметі және оның келешектегі мансап мүмкіндіктері жайында мағлұмат алады. Бұл акцияның табысы мектеп түлектеріне бөлінген қызметке өтініш білдірген оқушылардың саны бойынша анықталады. Олар толтыратын өтінішке, мысалы, сенің өтініш білдіруіңе фильмнен алған әсерің себеп болды ма деген сияқты фильм туралы тіке сұрақ енгізуге болады. Осы банкті тағы бір мысал ретінде алайық. Ол шаруа қожалықтарын тарту мақсатында әлгі фильмді көрсетеді. Ауылшаруашылық жәрмеңкелерінде, жарыстар өтетін жерде. Бұл акцияның нәтижесі шаруалардың банктен ашқан жаңа есеп шоттарының санымен өлшенеді.

Медиамен кері байланыс, егер бұрын медиа компанияға өз теріс көзқарасын, скептицизм немесе тіпті жеккөрісін байқатса, ал қазір қалай? Газет-журнал тігінділерін қарай отырып, хабарларды тыңдап-қарай жүріп осы сұрақтың басын аша алады. Мүмкін қазір жағдай мүлдем басқаша, бұқаралық ақпарат құралдары компания жұмысына сеніммен қарап, ілтипат көрсете бастаған шығар. Мүмкін бұл табыс PR-қызметке қарыздар болар. Баспа парақтар, суреттер, негізгі мақалалар, баспасөз үшін ақпараттық қызмет атқарулар, баспасөз өкілдеріне арнап жасалған іс-шаралар нәтижесі болар.

Түсінушілік серпінін бағалау, дилерлерге арналған басылым нәтижесін бүгінде сауда агенттерінің компания өнімі жайлы барынша хабардар екенімен бағалауға болар ма екен? Бұл нәтиже мүмкін дилерлердің компания өнімін дәріптей бастауынан болған шығар. Айталық, тауардың артықшылығын сипаттайтын көрмелік материалдар дайындаған болар, сондықтан компания өкілдеріне ерекше сенім артып, тапсырыстарын аса ірі көлемде жасай бастады ма? Міне, осыларды анықтау маңызды.

Күтілетін нәтижелер, келтірілген мысалдардан нәтижелер көлденең келмейтіні, ол үшін нақты жоспар құрылып, экономикалық

тиімділікті межелегендік анық байқалады. Басқаша айтқанда, жағымды және көрнекі нәтижелерге қол жеткізу үшін PR-іс-шараларын жоғары деңгейде, мақсатты түрде өткізу керек. Не болса да нәтижеге қол жеткізу алға қойған мақсатқа тікелей байланысты. PR-мақсаттың табысы немесе сәтсіздігі оған бақылау жүргізгенде, өткен уақыт нәтижелерімен салыстыруда, сондай-ақ маркетингтік зерттеу жағдайында байқалады.

Қазақстанның әлемдік бәсекеге қабілетті 50 ел қатарына ену қажеттілігі отандық кәсіпорын өнімінің бәсекелес ұстанымын арттыру міндетін қойып отыр. Нарықтық экономика қатаң бәсекелестікпен сипатталады. Нарықтың экономикада өндіріс пен мемлекеттің жалпы ахуалын өркендетудің негізгі бастауларының бірі ─ өндірілетін өнімдердің бәсекелік қабілетін арттыру екендігі белгілі. Бұл тарапта, басты назар нарық тұтынушыларының талғамдарын қанағаттандыратын, өзгермелі сұраныс пен ақылой жетістіктерінің нәтижелерін ескере отырып, өндірушінің мүмкіндіктеріне сай тұтынушылық сипаты жоғары өнім өндіруге жұмылдырылуы керек.

Жүргізілген зерттеулер негізінде келесі қорытындылар мен ұсыныстарды жасауға болады.

Жалпы қорыта айтатын болсақ, өнімнің бәсекеге қабілеттілігі – сапа, баға, әрлендіру, сатудан кейінгі мүмкін көрсетілетін қызметтердің қолайлы үйлесімділігі. Өнімнің бәсекеге қабілеттілігі ─ тауарлардың тұтынушы қажеттілігін жоғары деңгейде қанағаттандыруын және осының арқасында нарықты өз орнын табуы. Басқа сөзбен айтқанда, тауардың нарық жағдайларына, тұтынушы талаптарына тек сапалық, экономикалық, техникалық, эстетикалық, эргономикалық сипаттамалары бойынша ғана емес, сонымен қатар коммерциялық және оны өткізудің (жеткізу уақыты, баға, өткізу каналдары, сервис, жарнама) шарттары бойынша да сай келуін білдіретін көп аспектілі түсінік.

Әдебиеттер

1 Назарбаев Н.Ә. «Әлеуметтік-экономикалық жаңғыру – Қазақстанды дамытудың басым бағыттары» атты Жолдауынан 2012, 27 қаңтар http://akorda.kz/ru/page/poslanie-prezidenta-respubliki-kazakhstan-n-a-nazarbaeva-narodu-kazakhstana

2 Назарбаев Н.Ә. «Жаңа әлемдегі жаңа Қазақстан» атты Жолдауынан 2007, 28 ақпан http://akorda.kz/ru/page/poslanie-prezidenta-respubliki-kazakhstan-n-a-nazarbaeva-narodu-kazakhstana

3. ҚР-ның статистикасы, 2011.

4 ҚР-ның статистикасы, 2011.

5 Лукашенко М.А. PR: теория и практика. – Москва, 2010.

6 *Kubr T., Marchesi H., liar D.* Achieving success with professional.

7 business planning. McKinsey & Company, Inc. Switzerland, 1998.

8 *Mark Henricks.* Business plans made easy: it’s not as hard as you think. – Enter-preneur Media Inc., 1999.

References

1 Nazarbaeb N.A. “Aleumettik – ekonomikalik zhangirtu – Kazaakstan damitudin basim bagittari” atti Kazakstan halkina zholdaui 2012 zhil 27 kantar http://akorda.kz/ru/page/poslanie-prezidenta-respubliki-kazakhstan-n-a-nazarbaeva-narodu-kazakhstana

2 Nazarbaeb N.A. “Zhana alemdegi zhana Kazakstan” atti Kazakstan halkina zholdaui 2007 zhil 28 akpan.Astana http://akorda.kz/ru/page/poslanie-prezidenta-respubliki-kazakhstan-n-a-nazarbaeva-narodu-kazakhstana

3 KR-nin statistikasi 2011

4 KR-nin statistikasi 2012

5 Lukashenko M.A. PR:teoria I praktika. – Moskba, 2010.

6 *Kubr T., Marchesi H., liar D.* Achieving success with professional

7 business planning. McKinsey & Company, Inc. Switzerland, 1998.

8 *Mark Henricks.* Business plans made easy: it’s not as hard as you think. Enter- preneur Media Inc., 1999.

ӘОЖ 070

О.Ж. Ошанова

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail: kulpnai@mail.ru

Журналистің кәсіби құқықтары мен қызметтік этикасы: негізгі ұстанымдар мен қағидалар

Автор бұл мақалада журналистің кәсіби қызметі мен шығармашылық жұмыстарын атқару барысында орындауға міндетті құқықтық заңдылықтары мен этикалық нормалары туралы жан-жақты сөз етеді. Сонымен қатар бұл бағыттағы нақты ұстанымдар мен қағидаларды тәжірибелік тұрғыдан талдап, журналистің міндеттері мен жауапкершіліктерін жүйелеп көрсеткен.
Түйін сөздер: журналистік құқық, құқықтық нормалар, кәсіби этика, мораль, ақпарат, әдептілік қағидалары.

O. J. Oshanova

Legal and ethical standards of the journalist: the basic principles and laws

The author examines the problems of professional ethics of the journalist. We study the use of journalists ethical and legal standards in the creative process. The theoretical propositions are supported by examples from newspapers, to draw conclusions about the duties and responsibilities of journalists.
Keywords: journalists' rights, the rule of law, professional ethics, morality, information, ethics.

О.Ж. Ошанова

Правовые и этические нормы журналиста: основные принципы и закономерности

Автор рассматривает проблемы профессиональной этики журналиста. Изучается использование журналистами этических и правовых норм в творческом процессе. Теоретические положения подтверждаются примерами из газет, делаются выводы об обязанностях и ответственности журналистов.
Ключевые слова: права журналиста, правовые нормы, профессиональная этика, мораль, информация, нравственные принципы.

Журналист қызметінің әдептілік қыры жалпы қоғамның қызығушылығын тудырып отыруының басты себебі, қазіргідей қалыптасқан ережелер мен заңдылықтарды көзге ілмей, шектен шығушылық жағдайында БАҚ-ты топтық мүддені таныту немесе жеке бастың есеп айырысуы, өздерінің басымшылық сипаттағы көзқарастары мен өмірлік қызығушылықтарын жариялаудың құралы ретінде пайдалану жағдайының жиілеп кетуінде жатыр. Әртүрлі түрдегі және деңгейдегі басылымдар полемиканың төменгі мәдениетін таныту құралына айналып барады, оппоненттің ұстанымын шынайы танытпайды, бөгде пікірлерді таңуды жария түрде жүргізе береді.

Журналистиканың маңызды принциптерінің қатарына шынайылық пен объективтілік кіреді, бірақ біздің баспасөз сенсация үшін жалған қисынсыз ақпараттарды әрі ойдан шығарылған оқиғаларды жариялайды, ал бұл әрекеттер «Бұқаралық ақпарат құралдары туралы» заңмен және т.б. құқықтық нормалармен реттелмейді. Бұл жерде ешкім редакцияның жалған мәліметті жариялағанын мойындатуына әрі қарсы мәлімдеме жасатуына қауқарсыз, тек егер жарияланған ақпарат айтылған кейіпкердің іскерлік беделіне, абыройына нұқсан келтірсе әрі моральдық күйзеліске ұшыратса ғана бұл іске арнайы құқық қорғау мамандары араласып, кейіпкердің шағымын қанағаттандыра алады.

Бұл жағдайда газет немесе мақала авторлары жалған мәліметті таратқаны үшін құқықтық жауапкершілікке тартылмайды, тек кәсіби этиканы бұзды деп есептеледі.

Адамдардың қоғам және басқа адамдар алдындағы міндеттерін анықтайтын адамгершілік іс-әрекет ережелері, қағидалар жүйесі мораль деп аталады және қоғамдық сананың бір түрі болып есептеледі. Ал мораль туралы оқыту, адамгершілікке шақыру қоғамдық сананың бір түрі ретінде этика деп аталады. Этика да мораль сияқты адамдардың әдепті іс-әрекеттері, олардың қоғамдық борыштары, олардың халық алдындағы, отбасы алдындағы және бір-бірінің алдындағы міндеттері ережелерінің жүйесін құрайды. Кәсіби мораль дегеніміз – қоғамдық ізгіліктің түрленуі. Ал моральдың кәсіби ерекшеліктерін зерттейтін ғылым кәсіби этика деп аталады.

Журналистке өз кәсібі қоғамның атынан көпшіліктің қызығушылығын тудырған оқиғаларға байланысты жария түрдегі моральдық үкім жасауға құқықтар беріп және нақты міндеттер жүктейді. Тақырып таңдау, мекен жайларды іздестіру, материалдың жарияланатын мақсатын анықтау, деректер жинау, кейіпкердің іс-әрекетін бағалау немесе оқиғаның мінездемесін ашу, материалды жазудың құрылымын ойластыру, міне, осындай жазудың кезеңдік жұмыстарын атқарған кезде міндетті түрде журналистің кім туралы және кімге арнап жазып отырғандығы сияқты қарым-қатынасы анықталады. Бұл жерден журналистің моральдық қарым-қатынасы жұмысының мазмұнымен тығыз астасып жатқанын көруге болады әрі жұмысы бастанаяқ сипаты жағынан әдептілік сипатқа толы шығармашылық болып танылады. Бұл орайда журналистік моральды қоғамдық сананың бір түрі ретінде, жеке тұлғаның өзіне ғана тән құбылыс ретінде және шынайы қоғамдық қарым-қатынас ретінде қарастырған дұрыс болады.

Журналистің іс-әрекетін адамгершілік тұрғыдан реттеу нақты принциптер пен ережелердің деңгейінде іске асырылады. Олардың айырмашылықтары нақтылық деңгейіне тікелей байланысты. Адамгершілік принципі адамның ой-өрісі мен танымына тікелей байланысты, осы сипатта танылады, яғни іс-әрекетті реттеуші мен идеалдың пір тұтушы арасындағы байланыс, адамгершілік ережесі тәжірибедегі бағыт-бағдар. Адамгершілік ережелерінің шынайы көрінісі былайша жүзеге асады: оқиға – бағалау – іс-әрекет – нәтиже. Ережелер міндетті мысалы, плагиатқа тыйым салу, жол беруге болатындай мәліметтерді тексеру аса қайшылықты емес, бірізге салынбаған нақты бір пікірдің болмауы, мәселен бірнеше кәсіпті бірлесе алып жүруге мүмкіндік беру немесе сөйлесуші адамнан жасырып диктофон қолдану мәселесі деген сипатта бірнеше бағытта жіктеледі. Бұдан шығатын қорытынды, материалдың кейіпкерімен бетпе-бет кездесу, егер ол туралы жағымсыз пікір білдіріп жатсаңыз міндетті, ал басқа жағдайларда кездесу шартты мәселе емес. Газет тәжірибесінде автормен барлық редакциялық түзетулерді келісу талабы көп жағдайда орындалмай жатады, себебі бұл техникалық мәселелермен тығыз байланысты. Мәселен, материал берілген орынға сыймай қалады, бұл жағдайда бірнеше жолды қысқартуға тура келеді, ал автор басқа қалада. Бұл жерде нақты міндетті шешу үшін редактор автордың шығармасына оның рұқсатынсыз қол тигізуге мәжбүр болады. Кәсіби мораль мұндай қолсұғушылықты ақтап алады.

Кәсіби мораль ережелері әртүрлі деңгейдегі жалпыламалық сипатқа ие. Бір ережелер маманға жеке оқиғалар шегінде араласуға тек аз мөлшерде ғана бағдар береді, мәселен, «түзету кезінде оқырман хатының негізгі мазмұнын жойып алма», «кездесуші адаммен сұхбатты алдын ала келісіп барып ал», «құжатты жариялама-мас бұрын иесінің келісімін ал», ал басқа талаптар жалпы сипатта болып келеді. Жеке оқиғалар шегінен шығып кеткен мұндай жазбалар кәсіби мораль принциптері деп аталады. *Журналистке қойылатын талаптар жүйесін осы талаптардың жиынтығы, яғни ұшқабатты пирамида* ретінде қарастыруға болады. Ең жоғарғы қабатында *кәсіби борыш, жауапкершілік, арұят, абырой, бедел* сияқты катергориялары орналасады. Екінші деңгейді журналистің іс-әрекетін нақты талаптар жүктейтін *өндірістік этикалық принциптер* құрайды. Үшінші деңгейдегі реттеуші топқа *тыйымдар немесе қырағылыққа итермелейтін ережелер*, яғни нақты өндірістік оқиғалар барысында журналистің іс-әрекетінің барлық қырларын реттейтін кәсіби этикалық нормалар кіреді.

Этика талаптары күнделікті журналист пен аудитория, журналист пен ақпарат көздері, журналист пен шығарма кейіпкері, журналист пен автор, журналист пен редактор, журналист пен ре-

дакция ұжымы, журналист пен оның жұмыстағы әріптестері арасындағы қарым-қатынас кезінде нақты іс жүзінде көрініс тауып, ережелерге айналады.

Қарым-қатынастың алғашқы үш түрі журналистің әлеуметтік ортадағы іс-әрекетімен немесе кәсіби этикамен тығыз байланысты болып келсе, ал қалғандары оның кәсіптік, яғни журналистік ортадағы немесе журналистің қызметтік этикасы барысында туындайды.

Журналист дерек жинай жүріп ақпарат алудың түрлі көздерін пайдаланады: **жекелік адам, ұжымдық және деректік.**

Ақпарат алудың негізгі көзі – адам. Адамдар журналистке өзі немесе жолдастары туралы мәліметтер беруге міндетті емес. Ал оларды сөйлету үшін журналист дәйекті деректерді алға тарта отырып, адамды білетін ақпаратын айтуға сендіру қажет әрі өз өтінішін сыпайылықпен жеткізе білуі керек. Кездесіп отырған адамды қорқытуға болмайды, өзіңіздің басымдылығыңызды танытып, баспасөз арқылы есеп айырысам деген ниетіңізді танытпағаныңыз жөн. Жағымды пішінде жазылатын материал үшін адамдар мәліметтер беруден бас тартса жұмыстың нәтижесін жариялау уақыты келген жоқ деген және т.б. сылтаулар айтса, бұл жайтпен санасқан дұрыс. Ал баса айтатын жайт, журналистке деген көпшіліктің сенімсіздігінің түп-тамыры, оның әріптестерінің осы ұжымда бұрындары болып, этикаға жатпайтын іс-әрекет көрсетуінде жатуы да мүмкін. Ал мұндай келеңсіздікті жою үшін журналистке әр қадамын ойланып жасап, ұжымның сеніміне ие болу шараларын жасауы қажет.

Мұндай жағдайда имитация тәсілі тиімді болып саналады, яғни адамның көңілін басқа бағыттарға аударып жіберу, кейіпкердің жеке басына қатысты мәліметтерді жинастыру барысында қажетті ақпараттарды тікелей сұрамай, жалпыдан жалқыға көшу әдісі арқылы алып, оның өзін тергеушінің алдында отырғандай сезінбей, өзін еркін ұстап, сауалдарға қымсынбай жауап беруіне жағдай жасау. Журналист алдынала ол туралы басқа ақпарат көздерінен алған мәліметтерді және адамның мінезін ашу үшін маңызды жайттарды нақтылай түсу үшін әрі өзі қажет деп тапқан сұрақтарға дұрыс жауап алу үшін кейіпкермен сұхбаттасады және оның осы бағытта өз ойларын білдіруіне әрі қосымша мәліметтерді жариялауына жағдай жасайды.

Ақпаратты сәтті жинаудың негізгі шарты – кездесуші адамыңыздың көңіл-күйін жіті бағып, сезіне білу және жақсы көңіл күйде отырған өзгерістерге сай тез қарекет етіп, табандылықпен әрі әдептілікпен өз әңгімеңізді жалғастыра білу ептілігі керек, сонымен қатар әңгімеңізді қажетті арнаға бұрып, нақты әрі тақырыпты жүйелі түрде жалғастыруға негіз болар сұрақтарды қоя білген жөн.

Кездесу кезінде журналистің белсенділігі мен іс-әрекетінің әдептілігі оның сұрақ қоюынан, жарияланған мәліметтерге орай айтылған сын пікірлерге деген көзқарасынан, оларды сөзбен, мимикамен, жест көмегімен бағалауынан анық көрінеді. Сұрақтың әдептілігі, жағдайға байланысты орынды қойылуы – журналистің кәсіби деңгейінің жоғарлылығы мен тәрбиелілігінің ең басты белгілерінің бірі. Егер кейіпкер қойған сұраққа жауап бере алмаса, яғни бас тартса немесе қарабайыр жауап берсе, онда журналист келеңсіз сұрақ қойды деген сөз. Келеңсіз сұрақтар адамды ыңғайсыз жағдайға қалдырады әрі намысына тиеді, ал жарияланған жауап оның жеке басының беделіне нұқсан келтіреді. Орынсыз әрі әдепсіз сұрақтарға кейіпкердің қарапайым пішіндегі жауабын бадырайтып көрсетіп, оның қол жеткізген табыстарына сыни көзқараста қарамай, керісінше, мақтанып отырған кейіпте көрсету бағытында қойылған сұрақтар да жатады, яғни журналист адамды өтірік қолпаштап, асыра мақтап жібереді. Бұл жағдайда кейіпкердің бейнесі теріс кейіпте көрінеді. Журналистің негізгі мақсаты – шынайы мәліметтер алу болғандықтан, репортер мүдделі болып отырған жауаптың нұсқасын тікелей немесе жанама түрде айғақтап беретін сұрақтарды қоймағаны жөн. Ақпаратты жинаудың бұл түрінде журналистің ықпалымен, яғни жасанды жолмен алынған мәліметтердің шынайы деп танылып кету қаупі туындайды.

Кейіпкердің іс-әрекеттерін үнемі бақылап отыру, яғни бір сөзбен айтқанда, оның сөйлеген сөзі мен іс-қимылдарын қас-қағым сәтке болса да қалт жібермей, бағып отыру.

Кей кездері кездесуші нақты бір мәліметтерді бере отырып, журналистке «бұл сөзімді жарияламай-ақ қойсаңыз» деген ескерту айтады, бірақ ол адам өзі айтқан жайттардың жарияланып кетуі мүмкін екені түсіне отырып әрі журналистің қажет болған жағдайда басқа ақпарат көздері арқылы бұл жайында

қосымша дәйектер ала алатынын біле тұра, осындай өтініш жасайды. Бұл жағдайда журналист кейіпкерінің «баспасөзге жарияламай-ақ қойсаңыз» деген сөзін жерге тастай ма, әлде орындай ма, бұл мәселені редакция шешеді. Бірақ қандай шешім қабылданса да мәлімет берген адамды ескерту керек, ал ол адам ресми түрде өтініш жазып, редакцияның деректерді жариялауын сұрауға құқылы. Редакция жеке басқа қатысты мәліметтерді автордың жазбаша түрде берген келісімімен ғана жариялайды немесе көп жағдайда оны бүркеншек атпен береді. Сыни материалдарды әзірлегенде журналистің өзі білетін мәліметтерді жариялағанда ақпарат беруші адамды жаңылыстырып жіберу тәсілін қолдануы аса үлкен заңсыздық болып танылмайды, ол қажетті мөлшерде рұқсат етіледі.

Егер журналистің бойында байқағыштық әрі қызығушылық сезімі болмаса, адамдардың психологиялық жағдайын тез әрі дұрыс бағалай білетін қабілет болмаса, онда ақпарат жинау деңгейімен қоса, материалдың сапасы да төмендейді. Журналист егер де әңгімеге өзек болар тақырыпты жан-жақты білмесе, оны дұрыс бағалай алмаса, кездесуші адамын дұрыс тыңдамаса, кездесу барысында әдепсіз сұрақтар қойса, міне, мұның бәрі этикалық қателіктерге ұрындыратын басты себептер болып табылады. Мұндай жағдайға түспес үшін журналист өзінің әрбір сөзін, іс-қимылын бақылап, ойланып жасағаны дұрыс, оқиғаның мән-жайын терең түсініп барып, өзіндік шешімдер жасауы керек, сонымен қатар өзі жұмыс істейтін телеарнаның, радиостанцияның, газеттің беделіне нұқсан келтірмеуді ойлағаны жөн.

Кездесу барысында қолданылатын **ұжымдық ақпарат көздеріне** мәжіліс, жиналыс, конференция, дөңгелек үстел мен іскерлік кездесу клубтарының отырыстары, сот мәжілістері, баспасөз конференциялары, ресми емес жағдайда бас қосқан топтардың кездесулері кіреді.

Ұжымдық ақпарат көздерінің бағалылығы қарым-қатынастың табиғатымен тікелей байланысты демократиялылық, жеке бастың және көпшіліктің сыни пікірлері, мұндай жағдайда журналист көп бағытта ұтысқа шығады, яғни кездесулерде мамандар, сарапшылар өз ой-пікірлерін айтады, журналист құбылысты, оқиғаны, проблеманы жан-жақты танып біле алады әрі негізгі мән-маңызын түсінеді, сол арқылы өзінің алғашқы бақылаудан түйген ойларын көңіл көзінен өткізіп, дұрыс немесе бұрыстығын саралайды, өзіне қажетті адамды кездестіреді және маңызды тақырыпты табады. Ең бастысы, сала маманымен өз әріптестерінің ортасында тұрғанда әңгімелесіп, пікірін білу қызық әрі құнды сәт болып саналады. Бірақ жариялылық жағдайында ақпарат жинағанда тілші, маманның басқа адамдардың алдында тұрып басшылардың қысымынан жасқанып немесе ұжым арасындағы мүдделердің қайшылығынан шынайы ақпарат бермей қалуы мүмкін екенін жоққа шығармауы керек. Сондықтан да ұжымдық көздерден алынған ақпараттарды қолданар алдында, оны басқа ақпарат көздерінен алған мәліметтермен мұқият салыстырып алған жөн. Журналист көп жағдайда бір адамның пікірін оны нақты атап көрсетпей-ақ ойланбастан көпшіліктің пікірі деп көрсете салады. Егер оқырман газеттен нақтыланбаған ақпарат көзінің пікірі деп берілген сілтемені көріп мысалға «бізге хабарлағандай...», редакциядан ақпарат көзінің нақты мекенжайын көрсетуді немесе ақпарат көзінің неліктен құпия сақталып отыруының себебін түсіндіруді талап етуіне құқығы бар.

Журналист жұмыс барысында нақты білімнің көрсеткіші ретінде танылатын әрі анықтама, зерттеу, дәлелдеу үшін қолдануға болатын қажетті **құжаттарға** иек артып жатады. Ал бұл материалдармен таныспас бұрын олардың авторларынан арнайы рұқсат алу қажет немесе мұрагерлерінен. Мақала барысында рұқсат алғаныңызды арнайы көрсетіңіз, дәйексөзді курсивпен айшықтап беріңіз, құжат пен оған берілген бағаны және журналистік мәтінді өзіндік ерекшеліктерін тез ажыратындай пішінде ұсыныңыз, сонымен қатар берілген құжаттарда жаңсақтықтың болуы мүмкін екенін ескерткен жөн. Ең соңында қажетті құжатты сізге берген адамға алғыс айтуды ұмытпаңыз.

Жағымды сипаттағы материалға қажетті мәліметтерді ақпарат беретін адамдарыңызбен байланысқа шықпай-ақ жинай беруіңізге болады. Кейіпкерлеріңізді хабарланбағаны бір жағынан ұтымды, өйткені олар өздері туралы пікір айтқан адамдарды табиғи қалыпта бақылауға мүмкіндік алады, өйткені көп жағдайда журналистің өздерінің материалдарының болашақтағы кейіпкерлеріне баруы оларды әбігерге салады әрі олар толқи бастайды. Бұл жерде ақпарат көздерін жіктеу туралы мәселе туындамайды, тек олармен жұмыс істеу тәсілдері көрінеді және ақпарат

жинаудың бақылау, кәсіптерді байланыстыру сияқты әдістемелері алға тартылады.

Кейбір журналистер ақпарат алу үшін арнайы қызмет бабындағы адамдар тобының мүшесімен, мысалы, ревизорлық немесе инспекторлық комиссия байланыс орнатады, бірақ мұндай жағдайда тілші арнайы комиссия өкілдерінің құқықтарын пайдаланып, нұсқаулықтар беруіне болмайды. Мұндай «мамандықтарды сабақтастыра пайдалану» тәсілі этикалық тұрғыдан көптеген қиыншылықтар тудырады, яғни атап айтқанда, адамдар мен ұйымдарға адамгершілік тұрғысынан және материалдық тұрғыдан зиян келтіру мүмкіндігі жоғары «таксист» көлік апатын жасауы мүмкін, «дәрігер» қате диагноз қоюы мүмкін, тәжірибесі аз «заңгер» қате кеңес беруі мүмкін. Осы жайттарды ескере келіп, төмендегідей талаптарды сақтау қажеттігі туындайды: журналистің біліктілігі «уақытша мамандық иесінің» талаптарымен сәйкес келуі керек, өзі уақытша атқарып жүрген жұмысқа және өзі қарым-қатынас жасап жүрген адамдарға зиянын тигізбеуі қажет.

Сыни корреспонденцияны жазғанда тілші ақпаратты жинау барысында, ақпарат беруші адамдар өздерінің журналистің көз қырына ілінгендерін және оның мәліметтерді жинаудағы шынайы мақсатын сезбеулері де мүмкін. Мұндай тәсілмен ақпарат жинау жасырын мәлімет алумен тең келеді және «екіжүзділік» деп аталады. Журналистке кейіпкердің рұқсатынсыз және келісімінсіз диктофон қосуға нұсқау берілмейді және оған заңдық тұрғыдан тыйым салынған. Ең басты ескеретін жайт, егер кейіпкердің жеке басындағы қайғысы туралы әңгіме болса немесе оның тіл мүкістігі болса онда диктофонды қосу тіптен орынсыз болып табылады. Адамның жағдайын ескермеу арқылы екеуара әңгімені сәтсіздікке ұшыратуға болады. Жасырын камераны қолдану да әдепсіздік деп танылуы мүмкін.

Бір сөзбен айтқанда, кез келген ақпаратты ашық түрде жинау дұрыс әрі қолайлы тәсіл болатыны сөзсіз. Журналистердің халықаралық ұйымының кодексінде былайша көрсетілген: «журналист өз кәсібінің абырой-беделін қырағылықпен сақтауға міндетті. Ол лайықсыз жолдармен және тәсілдермен ақпарат алуға ұмтылмауы керек». Орнықты ұстаным журналисті жағымсыз деректер туралы шынайы және ешқандай толғаныссыз пікір білдіруге итермелейді, яғни ол өз көзқарасын ашық және шынайы түрде жеткізеді.

Әдебиеттер

1 «Бұқаралық ақпарат құралдары туралы» Қазақстан Республикасының Заңы, 1999 жыл 23 шілде, №451.
2 Ағдарбеков Т., Әлайдар А., Алайдаров А. Құқық негіздері: оқу құралы. – Алматы: Заң әдебиеті, 2008. – 264 б.
3 Ворошилов В.В. СМИ: Правовые и этические нормы журналистики. – СПб.: Из-во Михайлова В.А., 1999. – 48 с.
4 Муратов С.А. Нравственные принципы тележурналистики. Опыт этического кодекса. – М., 1997.

References

1 «Bukaralyk akparat kuraldary turaly» KR Zany, 1999 zhyl 23 shilde, №451.
2 Agdarbekov T., Alaidar A., Alaidarov A. Kukyk negizderi. Oku kuraly. – Almaty, Zan adebiety, 2008. – 264 b.
3 Voroshilov V.V. SMI Provavye I eticheskie normy zhurnalistiki. – SPb., Iz-vo Mikhailova, 1999. – 48 s.
4 Muratov S.A. Nravstbennye pritsipy telezhurnalistiki. Opyt eticheskogo kodeksa. – M., 1997

УДК 070

Е.И. Дудинова

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Республика Казахстан, Алматы
E-mail: Elena.Dudinova@mail.ru

Психология общения в системе нравственных императивов и этических предпочтений журналиста

Автор представляет исследовательскую модель изучения и оценки морально-нравственных характеристик журналистского общения, осуществляемого в ходе сбора социальной информации. Анализируются психологические аспекты профессионального общения, уровни стратификации пространства, диффамационные маркеры, предлагая в качестве алгоритма поведения нравственную составляющую содержания журналистского труда.
Ключевые слова*:* методы сбора информации, этика журналиста, психология общения, источник информации, диффамация.

E.I. Dudinova

Psychology of communication in moral imperatives and ethical preferences of journalist

The author presents a research model for studying and assessing the moral and ethical characteristics of journalistic communication, carried out in the course of collecting social information. Discusses the psychological aspects of professional communication. Levels of stratification of space. Defamatory markers, suggesting the behavior of the algorithm as a component of moral content of journalistic work.
Keywords: data collection methods, the ethics of the journalist, the psychology of communication, source of information, defamation.

Е.И. Дудинова

Журналистің өнегелік императивтер мен этикалық ұстанымдары жүйесіндегі қарым-қатынас психологиясы

Автор журналистік қарым-қатынастағы әлеуметтік ақпараттарды жинастыру барысында моральді-ағартушылық принциптерін зерттеуді қарастырады. Кәсіби қарым-қатынастағы психологиялық аспектілер, ақпараттық кеңістік стратификация деңгейі, диффамационды маркер, журналистік кәсіби еңбек барысындағы ағартушылық мазмұнын талдайды.
Түйін сөздер: ақпараттарды жинақтау әдісі, журналист этикасы, қарым-қатынас психологиясы, ақпарат көзі, диффамация.

Введение. Поиск, систематизация и анализ информации являются основным содержанием работы журналиста. Информация в этом процессе – сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления. Источник информации – документ, вещественная среда, а также гражданин, физическое лицо, в силу своего положения и полномочий располагающее сведениями, которыми интересуются средства массовой информации. Общение журналиста, личностное по форме, но общественное по содержанию, выступает основным составляющим его работы. Важно не только найти информированного человека, но и суметь получить качественную информацию.

Согласно статье 29 Закона РК «О средствах массовой информации», «Государственные органы *обязаны* на равных условиях предоставлять информацию в случае обращения представителям средств массовой информации, независимо от их форм собственности и принадлежности, за исключением той, которая составляет государственные секреты Республики Казахстан и иные охраняемые законом тайны; не допускается представление должностными лицами заведомо ложной информации; запрашиваемую информацию государственные органы и иные организации *обязаны* представить не позднее *трех дней* со дня поступления обращения либо дать ответ с указанием срока представления или мотива отказа; На обращение, требующее дополнительного изучения и проверки, ответ должен быть дан в срок не позднее *одного месяца* со дня его поступления.

Следовательно, согласно Закону, обязательство отвечать на вопросы журналистов или запросы СМИ есть у чиновников и государственных служащих. Заставить же частное лицо делиться информацией журналист не может. Запугивание, угрозы, подслушивание, шантаж запрещены законом и профессиональной этикой. На помощь журналисту приходят коммуникативные качества: умение заинтересовать собеседника, слушать, вести диалог. Необходимо убедить источник информации в том, что сообщаемые им сведения не будут искажены, неверно интерпретированы. Журналист должен «трансформировать свою функционально–потребительскую заинтересованность в информации в личное отношение к ее источнику, то есть перевести его из субъект–объектного в субъект–субъектное взаимодействие» [1].

Первая забота интервьюера – создание условий, способствующих сбору достоверных данных. Главным условием качественного диалога журналиста с источником информации выступает *доверие.* Именно на доверии строится львиная доля всех контактов журналиста, возможно, поэтому наши американские коллеги «предпочитают сесть за решетку за неуважение к суду, чем нарушить данное слово (обещание не разглашать источник информации – *авт.*)» [1, с. 156].

В казахстанском Законе «О средствах массовой информации», в десятом параграфе статьи 20 также закреплено право журналиста на сохранение *тайны авторства и источников информации*, за исключением случаев, когда эти тайны обнародуются по требованию суда.

Особенная часть. Известный кинокритик и тележурналист Сергей Муратов выделяет четыре фазы речевого общения: начальная стадия – адаптация или своего рода прелюдия к предстоящей беседе; затем разговор, ради которого, собственно, происходит встреча; третий этап – психологическая разрядка эмоционального напряжения. И наконец, то внутреннее – чаще скрытое – состояние, в котором остаются участники после встречи. Салонная беседа, домашнее чаепитие или сельские посиделки заключают в себе все те же четыре стадии. Они элементарны, как действия арифметики, и необратимы, подобно временам года [2].

Начальная фаза, как первая встреча, устанавливает «правила игры». Не каждый человек способен легко общаться с представителем СМИ. Наоборот, попытки студентов факультета журналистики взять «уличное интервью» на камеру у прохожих показали, как трудно найти желающего, компетентного и, одновременно, способного грамотно изложить свои мысли собеседника. В массе своей люди избегают контактов с видео- или аудио-фиксирующими устройствами: некоторые торопятся, кто-то стесняется, кому-то просто нечего сказать и т.д.

Расположить к себе собеседника, создать атмосферу доверия можно не только отвлеченными разговорами о погоде, но и конкретными действиями: рассказом о себе, о концепции будущего материала и т.д. Телевизионщики называют это «встречной исповедью», «обезболивающей тактикой».

К начальной фазе относят и те установки, которые создаются у собеседников до встречи, на стадии договоренности, определения места и времени. Тон, стилистика и аргументы, которые использует журналист при этом, уже сообщают собеседнику о диспозиции: неравенство (заискивание, многословие или самоуверенность) или паритет (деловитость, ясность формулировок, тактичность, вежливость).

Классическим примером журналисткой ошибки является история, произошедшая с молодым газетчиком, который, оговорив в телефонном разговоре с главным режиссером театра время и тему встречи, задал вопрос, на первый взгляд совершенно естественный, после которого грав.реж. просто положил трубку и ни о какой

встрече уже не желал слушать. Что же спросил журналист?

Дело в том, что газетчик поинтересовался, где находится театр. Понятно, что для главного режиссера он «умер», как достойный собеседник. Что и как может написать о театре человек, ни разу его не посетивший?

Успешность второй стадии общения – разговора – также во многом зависит от журналиста. Этичное построение встречи начинается с мизансцены: необходимо создать комфортные условия для беседы. Помочь здесь может проксемика – учение о влиянии взаиморасположения собеседников на качественные характеристики общения.

Как расположить собеседника, на каком расстоянии, под каким углом, у стены, у окна. Журналисты обязаны быть немного психологами, так как имеют дело с человеческой природой, эмоциями, индивидуальностью. Приходится подстраиваться под каждого.

По мнению психологов, «людям свойственно стратифицировать (расслаивать – *авт.*) пространство, надевая на него незримую сетку координат, маркеров, которые позволяют судить довольно точно о социальном положении, установках и самооценке» [3].

Выделяют четыре оптимальные *«зоны»* различных видов общения:

– интимную (до 45 см);

– личную (до 120 см) – в этом пространстве должны реализовываться нормальные коммуникационные процессы, происходящие между людьми. Если человек не замечает личной зоны и слишком быстро приближается к интимной или даже вторгается в ее пределы, то он тем самым демонстрирует отсутствие необходимого такта и верной оценки личности другого человека. Он в буквальном смысле слова предстает навязчивым и производит угнетающее впечатление. По сути дела, охрана личных зон является одним из главных принципов бессловесного общения;

– социальную (до 350 см) – на таком расстоянии друг от друга происходят все беседы, во время которых не стремятся установить близкие отношения, и речь идет больше о том или ином деле, чем о человеке. На таком же расстоянии происходят и разговоры о проблемах, непосредственно не волнующих и рассматриваемых абстрактно, «со стороны»;

– публичную дистанцию (ок. 750 см) – это как раз то расстояние, на котором обычно находятся докладчики от своих слушателей. Пределы общественной или общей зоны позволяют без всякого смущения наблюдать за людьми, в особенности за теми из них, кто выставляет себя напоказ. Находящийся на большом расстоянии взгляд наблюдателя не провоцирует появления каких-либо защитных механизмов или оборонительного языка телодвижений.

Как ясно из сказанного выше, журналист обычно «работает» в зоне личного пространства человека, так как форма беседы предполагает межличностное общение. Поэтому важно не нарушить «естественной психологической среды обитания» собеседника, не вносить элемент эмоциональной деструкции и не комфортности.

Особым статусом с точки зрения этики обладают *вопросы*, которые мы задаем собеседнику: в вопросах содержится и наше отношение к нему, и наши устремления представить собеседника зрителям или слушателям. Журналист должен проявлять уважение к собеседнику, его ситуации или проблеме, к делу, которым он занимается.

С точки зрения профессиональной этики особое значение для налаживания межличностного общения имеют такие характеристики задаваемого вопроса, как его целесообразность, ясность, корректность [1, с. 179].

Третий этап – разрядка, или снятие эмоционального напряжения. По мнению С.Муратова: «отвечая на вопросы интервьюера, собеседник обычно испытывает явное или подавляемое волнение (перед камерой – особенно). Его внутреннее возбуждение ищет разрядки. Оно не может погаснуть автоматически, подобно малиновому глазку телекамеры. И журналист, воспринимающий угасший глазок как сигнал завершения разговора, демонстрирует не просто отсутствие такта, но и непонимание своей роли в этой фазе общения. Быть «хорошим человеком» на съемке не менее важно, чем быть профессионалом (да это и значит, по сути, быть профессионалом)» [2].

Последнее замечание известного тележурналиста напрямую касается нравственного отношения журналиста к своему труду, к источнику информации или герою. Человеком надо оставаться всегда.

Четвертый этап – последействие. Никакое общение не проходит для источника информа-

ции, героя бесследно. С точки зрения профессиональной нравственности, четвертый этап – это то состояние, в котором остается собеседник после общения, эфира, публикации. Его степень готовности к новым встречам. Его желание (или нежелание) принимать участие в будущих интервью. Его представление о том, как следует вести себя в этих случаях [там же].

Несколько лет назад в одном из уважаемых казахстанских изданий был опубликован материал о системе организации труда в детской колонии. Журналист-стажер, побывавший там, подготовил положительный материал, так как царящие в коллективе подростков дружественные отношения, соревновательный дух, доброжелательность, трудолюбие вызвали у сотрудника прессы искреннюю симпатию. Однако после публикации, как признался журналист автору данного пособия, он со страхом думает о возможной встрече с героями своей публикации. Дело в том, что над материалом поработал редактор, изменив в корне стилистику и тональность подачи информации. В новом варианте выходило, что у воспитанников колонии нет никаких шансов на исправление и нормальную жизнь в дальнейшем. Редактор, позволивший себе перекроить статью молодого сотрудника, вывел на первый план их прошлые преступления, а не современные заслуги, надежды и стремления. Стажировка в газете закончилась увольнением по собственному желанию. А вот след на душе подростков, мимоходом обиженных, останется навсегда. Будут ли они доверять журналистам? Пойдут ли на контакт в дальнейшем?

Согласно параграфу девятому статьи 20 Закона РК «О СМИ», журналист имеет право отказаться от публикации материала за своей подписью, если его содержание после редакционной правки противоречит его личным убеждениям. Однако в нашем случае редактор, к сожалению, не счел нужным согласовывать окончательный вариант статьи с молодым сотрудником редакции.

С точки зрения профессиональной нравственности, четвертый этап общения не менее важен, чем остальные, так как напрямую касается «человеческого фактора» в нашей профессии.

Во всем мире существуют границы гласности, без них были бы затруднены многие процессы: производство, банковские операции, деятельность правоохранительных органов и др. Каждый человек вправе рассчитывать на защиту его частной жизни и личной тайны. Об этом должны помнить журналисты.

СМИ имеют право получать доступ к документам и материалам, за исключением их фрагментов, содержащих сведения, составляющие государственные секреты. «Режимный барьер» закрывает для общественности оговоренный перечень вопросов под грифами: «особой важности», «совершенно секретно» и «секретно». Закон республики Казахстан «О государственных секретах» содержит около 80 различных категорий засекреченной информации. Поэтому в данном пособии мы назовем сведения, не подлежащие засекречиванию, согласно статье 17 закона РК «О государственных секретах»:

– о чрезвычайных ситуациях и катастрофах, угрожающих безопасности и здоровью граждан, и их последствиях, а также о стихийных бедствиях, их официальных прогнозах и последствиях;

– о состоянии экологии, здравоохранения, санитарии, демографии, образования, культуры, сельского хозяйства, а также о состоянии преступности;

– о привилегиях, компенсациях и льготах, предоставляемых государством гражданам, должностным лицам и организациям;

– о фактах нарушения прав и свобод гражданина;

– о размерах золотовалютных активов Национального банка Республики Казахстан и правительственного (бюджетного) резерва драгоценных металлов и драгоценных камней;

– о фактах нарушения законности государственными органами и организациями, их должностными лицами;

– о массовых репрессиях по политическим, социальным и другим мотивам, в том числе находящихся в архивах, за исключением сведений, предусмотренных статьей 14 настоящего Закона.

Столь же распространенным в мировой практике ограничением гласности является законодательство о диффамации.

Диффамация (от лат. Diffamatio – «разглашение, распространение») – распространение порочащих сведений, посягательств СМИ (и не только) на честь, достоинство и репутацию; действие, известное уголовному законодательству как преступление, близкое к клевете, но отличающееся от неё двумя признаками:

– диффамация есть оглашение каких-либо позорящих фактов в печати, тогда как клевета может быть совершена как в печати, так и на словах (публично) или в письме;

– в диффамации преступный момент заключается в самом оглашении в печати позорящих сведений, независимо от их правильности, клевета же всегда рассматривается как сообщение заведомо ложных сведений.

Так рассматривают диффамацию за рубежом, отделяя от клеветы и оскорбления. В тексте казахстанских законодательных актов термин «диффамация» не используется. Этим понятием принято обозначать в целом – клевету, оскорбление, посягательство на честь, достоинство и деловую репутацию кого бы то ни было.

Нормы, защищающие честь и достоинство гражданина Казахстана, закреплены в Конституции РК: статья 17 «Достоинство человека неприкосновенно. Никто не должен подвергаться пыткам, насилию, другому жестокому или унижающему человеческое достоинство обращению или наказанию; статья 18 «Каждый имеет право на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну, защиту своей чести и достоинства» и др.

В законе «О СМИ»: В статье 19 предусмотрено право гражданина или юридического лица требовать по суду опровержения сведений, порочащих его честь, достоинство и деловую репутацию, если распространивший такие сведения не докажет, что они соответствуют действительности. Есть и другие нормы, касающиеся диффамации в уголовном, гражданском и административном праве. Есть статьи, где данный вид преступления предусматривает ответственность не только в виде штрафа или исправительных работ, но и в виде ограничения свободы.

По мнению казахстанских юристов (Internews Network в Казахстане), в республике фиксируется значительное количество диффамационных исков против журналистов. Причины следующие:

– использование журналистами информации из непроверенных источников;

– несовершенство законодательства в области уголовного преследования за диффамацию в Казахстане.

Как отмечает Гульмира Кужукеева, юрист Представительства Internews Network в Казахстане: «Публичные лица и государственные структуры часто подают заявления о диффамации против критически высказывающихся журналистов и политиков от оппозиции в гражданском и уголовном порядке, стремясь заставить их замолчать посредством права… Тогда как во всем мире прослеживается обратная тенденция – полная отмена законов, предполагающих преследование за диффамацию в уголовно-правовом порядке» [4].

Согласно Международному Пакту о гражданских и политических правах 1966 года (Казахстан ратифицировал Пакт 24 января 2006 г.): «Права журналиста искать, получать и распространять всякого рода информацию и идеи, если и могут быть ограничены, то только законом, который учитывает интересы других сторон:

– права и репутации других лиц;

– охрана государственной безопасности;

– защита общественного порядка;

– охрана здоровья или нравственности населения.

Как видим, казахстанские законы довольно жестко относятся к преступлениям против чести и достоинства человека. Сформированный нравственный цензор посредством простых правил и требований может предотвратить неприятную ситуацию, заранее выставить заслоны возможным нарушениям

Выводы. Таким образом, нравственное начало должно присутствовать во всех контактах журналистов с источниками информации.

Отечественное законодательство не всегда либерально трактует право журналиста на собственное мнение, предположение или бездоказательное допущение. Закон чаще на стороне героя публикации.

При формулировании вопросов и выборе концепции беседы с источником информации журналистам необходимо придерживаться ряда правил:

– не задавайте вопросы, предрекающие банальный ответ (Вы любите свою работу?);

– не всегда правомерны провокационные вопросы (Вы всегда обсчитываете покупателей? Вы перестали бить свою жену?) В рамках предвыборной кампании Б. Клинтона спросили: «Правда ли, что у Вас был 12-летний роман с певицей Дженнифер Флауэрс?» Как отвечать на данный вопрос? Не правда. Что именно не правда?

– необходимо учесть «закрытые темы», «табу» – интимные стороны жизни собеседника;

– недопустимы наводящие вопросы, подсказывающие желаемый ответ;

– нельзя унижать собеседника, ставить его в неловкую ситуацию (вопрос известной оперной певице: «Признайтесь, каждое утро начинается у зеркала, с неутомимой борьбы со старостью?»)

Посредством вопросов журналист формирует образ собеседника, «показывает» аудитории его лучшие или худшие качества.

Нельзя забывать, что наш профессиональный интерес к человеку, благие намерения и цель, не оправдывают использование нестерильных методов, провокаций, обмана, непроверенных данных. Думающему читателю важен не только результат труда журналиста, но и процесс. Нельзя оставлять за собой выжженное поле.

Литература

1 Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. – С. 114.

2 Муратов С. А. Диалог: Телевизионное общение в кадре и за кадром. – М.: Искусство, 1983. – С. 159.

3 Аминов И.И. Проксемика и пространственные условия общения. elitarium.ru.

4 Кужукеева Г. Законодательство в области уголовного преследования за диффамацию в Казахстане и его соответствие международным стандартам. http://medialaw.asia/node/885

References

1 Avraamov D.S. Professionalnaya etika zhurnalista. – Moskva: Mosk. Universitet, 2003. – S. 114.

2 Muratov S.A. Dialog: Televisionnoe obshchenie v kadre i za kadrom. – Moskva: Iskusstvo, 1983. – S 159.

3 Aminov I.I. Proksemika i prostranstvennye usloviya obshcheniya. elitarium.ru.

4 Kuzhukeeva G. Zakonodatelstvo v oblasti ugolovnogo presledovaniya za difamatsiyu v Kazakhstane I ego sootvetstvie mezhdunarodnym standartam. http://medialaw.asia/node/885/

UDC 316.77 (4/9)

Zh.B. Yessenbek

Ph.D. of the Faculty of Journalism of Kazakh National University named after Al-Farabi, Kazakhstan, Almaty
E-mail: esenbek.zhumagaly@gmail.com

PR activities in the Republic of Turkey

The author examines the article of creation of PR (public relations) services in the Republic of Turkey. Expands the general history of PR services. The author explains the PR services in the field of education. Examples are given for the preparation of PR professionals in higher educational institutions of Turkey, such as: Istanbul, Ankara and Izmir universities. In the field of public relations in the Republic of Turkey, there are community rules in connection with the World Society of IPRA. Also based on the works of Turkish researchers in the field of public relation, achievements of PR services in the Republic of Turkey are widely open in the field of politics and tourism.
Keywords: PR services, the Republic of Turkey, IPRA.

Ж.Б. Есенбек

Түркия Республикасындағы қоғаммен байланыс қызметі

Автор өз мақаласында Түркия Республикасындағы PR қызметінің қалыптасуын зерттейді. Түркиядағы PR қызметінің жалпы тарихына тоқталады. Түркия Республикасының білім саласындағы PR қызметін түсіндіреді. Түркиядағы жоғары оқу орындарында: Стамбұл, Анкара, Измир университеттерінде PR мамандығы бойынша студенттерге білім беретіндігіне мысалдар келтіреді. Түркия Республикасының қоғаммен байланыс саласында IPRA Халықаралық Қоғаммен байланыс қауымдастығы кәсіби ережелерінен ақпараттар келтіреді. Сонымен қатар қоғаммен байланыс саласындағы Түркиялық зерттеушілердің еңбектеріне сүйене отырып, Түркия Республикасының саяси және туризм салаларындағы PR қызметінің жетістіктерін жан-жақты атап көрсетеді.
Түйін сөздер: PR қызметі, Түркия Республикасы, IPRA.

Ж.Б. Есенбек

Деятельность связи с общественностью в Республике Турции

Автор рассматривает в статье процесс образования PR действия в Республике Турция. Подробно останавливается на общей истории PR действия. Автор объясняет PR услуги в сфере образования. Приводятся примеры по подготовке PR специалистов в высших учебных заведениях Турции, таких, как Стамбульский, Анкаринский и Измирские университеты. В сфере связи с обществом в Турецкой Республики приведены правила сообщества связи с Мировым Обществом IPRA. Также, опираясь на труды турецких исследователей в сфере связи с общественностью, широко раскрывает достижения PR услуг в Турецкой Республике в сфере туризма и политики.
Ключевые слова: PR услуги, Республика Турция, IPRA.

Introduction. “Public relations” PR (public relations) is a part of the information-communicational services. First, the term PR was used in the 19th century by the third U.S. president, Thomas Jefferson, in his message to the people at the VII Congress. Later, PR was formed as an independent science. In 1975, the American Fund “Foundation for PR research and Education” had investigated more than 500 PR inquiries, and eventually gave its own inquiry. Veteran of public relations Rex Harlow gave 472 explanations for the disclosure of meaning of PR.

Relevance of the topic of research topic. Research of PR services is one of the main problems of today. After appearing in the mid-19th century of PR services in the United States, through the centuries, it came to the Republic of Turkey. This service in Turkey, if compared to other countries is at a high level. The reason for this is that public relations in Turkey, was brought under control by Mus-

tafa Kemal Ataturk. In order to show to the world, what Turkey is, he chose this type of service. It is also worth noting that despite the fact that the PR services developed rapidly, because of the policy of some politicians. Turkey did not achieve the desired results at a world level. This service is required to be revised in this country. Therefore, the chosen theme is relevant.

The degree of scrutiny of the topic. The appearance of public relations services in Turkey is of great interest to scientists. On the way of study of problems of public relations there were Turkish and some Western scientists who have elaborated on them in their writings. In details it were: Gönül Budak. Gülay Budak, Amanda Barry, Prof. Dr. Ridvan Karalar, Ceyda Aydede, Dr. Abdullah Özkan, Dr Metin İşçi, Doç. Dr. Filiz Balta Pelekoğlu, Serra Görpe and there are also others who could be added.

PR has many definitions; the researchers of this field such as G. Budak and G.Budak Webster in their dictionary have given a full explanation of this concept. PR – management of the state under control or the Art and the knowledge of improving the relationship between the firm and the individual. [1, p. 65-69]. Researcher, Professor R. Karalar gives many interesting information for a variety of definitions of PR. According to his interpretation, it turns out that different writer' unions and associations give it different meanings. According to the American "heritage dictionary", PR – is one of the best ways to create the relations between organization and people. [2, p. 12]. And, A. Barry in her book titled "The Power of Public Relations" says: "The Institute of Public Relations in Britain gives the following definitions of PR. PR means the correct understanding, assistance in a specific place to control thoughts and opinions, so this is the purpose of public relations. Because the image of the brand, the policy in relation with the consumer, the relationship between the workers, the working area is the prove of it." [3, p. 17]. According to Turkish scientist Serra Gopre, concept of public relations has a lot of explanations. [4, p. 79-80].

To date, there are more than a thousand explanations that reveal the essence of PR. Turkish firms for Public Relations A & B were created by Dr. Alladin Asin. In 1990, changes were made to this activity; there were also difficulties without the planned development. Today, this service is becoming one of the most important worldwide, and also becomes important in Turkey. In Turkey, this field of study as is a professional activity [5, p. 24].

By the 1920's, Public Relations in Turkey was included in the government agencies by Ataturk, with the help of the heads of the Media industry. At the same time, by the order of Atatürk, the Anadolu Agency was created and with the help this agency, the people were getting information. Modern public relations in Turkey began after the establishment in 1961 of the State Planning Society. This society has turned to the Ministry of Foreign Affairs of the Public Relations and Printed Information. Later, in other ministries, there were departments of public relations and press created as well. In 1982, there was a new structure for public relations adopted, it helped to get to a new level. [6, P. 25]. Founded in 1975, the Institute of Journalism and Public Relations at the University of Istanbul was established 25 years ago. For professionals taught in this university, it is an honor to tell about the achievements and the level that were reached by the university over the years. Association of journalists of Istanbul and Istanbul University rector's office co-created Institute of Journalism. The institute, which was under changes a few times within one to two years, and could not accept students. In the 1973-1974 school years, despite the difficulties, the institute started the school year, and in 25 years of training has reached a high level. It was first created in the Faculty of Economics. According to the resolution adopted by the Senate of the University of Istanbul, it was decided to start training in the industry, improvement and training of specialists in the sphere of communication with modern society.

Currently, the updated Institute besides the Turkish media of the country pays attention to public administration, public relations and psychology of the people. [7, p. 21-22].

This area that is developing day by day in Turkey has a great importance. This area functioned in previous years with a different name in different spheres of government. For example, the publishing department, printing and advertising, promotion, public relations, advertising center, department of information, guidance, statistics, management of public relations, though divided into sections, all of these sectors performed one function, it was also one of the types of communication with society. Public relations began operations after the political changes in 1960, in the public administration.

In Turkey, after the fund of public relations, in 1985 began operating the fund of public relations with Izmir. Currently, the funds operate as "Ankara

communication with society", "Bursa communication with society", "Guide of communication with society" [1]. In Turkey, the scope of communication with the public for the first time put into use in the state work. Application in the bodies of the Ministry of Foreign Affairs, the Information Department, Ministry of Defense and Public Service is the proof of this. The state planning department and the embassy established in 1964 was one of the first institutions that carried out the work of public services. In Turkey, the division of public relations began in the mid-1960s. Since 1969, large-scale institutions have begun to pay attention to the importance of this sector. To date, this area is carried out through the Department of Marketing and Communications. In Turkey, the sphere of education in public relations began in the mid-1960s. In the beginning, it was studied at the Faculty of Political Education of the University of Ankara, vocational school of journalism. Later, the scope of public relations was studied in cities like Izmir, Istanbul, Ankara, until 1992, when this major was studied in vocational school of radio-television, and later studied in 15 other institutions [8, P. 86-87].

The general meeting of the International Fund for Public Relations was held in 1961 in Venedikta. At this time, the Turkish Republic became a member of «IPRA International Community of public relations". The importance of the decisions was high, therefore in the International Community of public relations, there are professional rules adopted.

To protect the integrity of the professionalism:

1. Member of the Fund must maintain the degree of the individuality in society and conform to accepted laws of IPRA. The laws required to the consumer are the common position for everyone.
2. A member alone cannot make decisions.
3. Information about the old and new members should be kept, without the permission of a member cannot be published.
4. Members must comply with unity.
5. A member in the implementation of activities cannot take a gift and a bribe.
6. If the member shows high levels, there will be no additional fees required [9, p. 46-47]. In particular, in the Republic of Turkey in the fields of politics, tourism, the PR activities are more developed.

Conclusion: PR activities in Turkish politics. In a study in the political arena of the Republic of Turkey, it can be noticed that there is existing political parties. Out of these, there are four major political parties, which skillfully use activities of PR.

We present description of the political parties of Turkey in our scientific article:

Cumhuriyet Halk Partisi, (CHP) is a Kemalist, social-liberal and social democratic political party in Turkey. It is the oldest political party of Turkey and is currently Main Opposition in the Grand National Assembly. Also the party is cited as "the founding party of modern Turkey". The party was established during the Congress of Sivas as a union of resistance groups against the invasion of Anatolia. The union represented Turkish people as a unified front during the Turkish War of Independence. On 9 September 1923, the "People's Party" officially declared itself as a political organization and on October 29, 1923, announced the establishment of the Turkish Republic. On 10 November 1924, the People's Party renamed itself to "**Republican People's Party**" (CHP) as Turkey was moving into a single-party period.

The **Nationalist Movement Party** (also translated as 'Nationalist Action Party') (Turkish: Milliyetçi Hareket Partisi abbreviated to MHP), is a far-right political party in Turkey. In the 2002 general elections, the party had lost its 129 seats as it had won only 8.34% of the national. In the 2007 general elections, the party won 14.29% of the national vote with 71 seats becoming the third political group in the parliament. In the 2011 general elections, the party polled 13.01% and won 53 seats, remaining the third largest parliamentary group. In 1965, nationalist politician Alparslan Türkeş gained control of the conservative rural Republican Villagers National Party (Turkish: Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi, CKMP). During an Extraordinary Great Congress held at Adana in Turkey on 8–9 February 1969, Türkeş changed the name of the party to the Nationalist Movement Party (MHP)

The **Justice and Development Party** (Turkish: Adalet ve Kalkınma Partisi), abbreviated JDP in English and AK PARTİ or AKP in Turkish, is an Islamic-leaning and conservative political party in Turkey. In Turkish, AKP also means white. The party is the largest in Turkey, with 327 members of parliament. Its leader, Recep Tayyip Erdogan, is Prime Minister, while fellow former party member and PM Abdullah Gül is President. Founded in 2001 by members of a number of existing parties, the party won a landslide victory in the 2002 election, winning over two-thirds of parliamentary seats. Abdullah Gül became Prime Minister, but a constitutional amendment in 2003 allowed Erdogan

to take his place. In early general elections in 2007, the AKP increased its share of the vote to 47%; its number of seats fell to 341, but Erdogan was returned as PM, while Gül was elected President. In the general elections held on June 12, 2011, the AKP further increased its share of the popular vote to 49.8% and secured 327 parliamentary seats to form a third-consecutive majority government.

Peace and Democracy Party (short BDP), Turkey 'was established in 2008 and the Democratic Society Movement, the political party founded last. Headquarters in Ankara 's Cankaya district Balgat district, the emblem of the party on a yellow background, green oak tree [10].

All of parties used internet-technology in their political campaigns. The websites of the some political parties including ANAP, AKP, CHP, DSP, YTP, CHP, and LDP are similar in terms of navigation systems. [11,35-45]. All of parties used political posters and print ads and used the leader's photographs-technology in political campaigns. [12, p. 137].

PR activities in Turkey in the field of tourism. As mentioned above, PR activities in tourism of the Republic of Turkey were given high importance. Turkey is famous through its PR activities worldwide. Turkey is providing the opportunities to become familiar with its history and culture, traditions, its spiritual and religious values. It has developed a system that is beneficial to the state treasury. In addition to the benefits, tourism is a huge factor revealing the country to their own citizens and the international community. At present, most tour operators are working with the countries of the Mediterranean Sea. Among these countries, Turkey is very famous. Turkey is one of the countries which attract the most tourists from all over the world. Among the countries receiving many tourists, Turkey is ranked third. Every year, up to 46% of the tourists from all over the world come to this country. Republic of Turkey is a country which is located between the two continents in the mouths of the Bosphorus waters, the seas Dardanelles and Marmar on both Europe and Asia, in the land of Asia and Western Thrace. Turkey is known for its shop-tours. And also, the country's hotels are ones of the most comfortable hotels in the world. But the most important thing is that it is the state with many monuments of architecture and history. One of the developed forms of tourism in Turkey is educational tourism, active tourism, water tourism. Turkey is well developed for a new tourism – Aqualand It is complex types of boating. Many of the coasts and the convenient geographical location of the Mediterranean Sea define the specific geographical location of Turkey, contributed to its development and the neighborhood with Greece. Turkey – is a mosaic country. It consists of land and islands. The villages and the coast have their own nature and characters, which are different from each other. Historical cities are closer to each other, and are full of features: if one ranging in the gulf coast is surprising with sandy beaches and wide beaches, the other is located in the high rocks, which you can climb thought the ladder streets among the mountains, and the third turned into a fashionable hotel and a boat club which has restaurants. In Turkey, there is well-developed tourism infrastructure. [13,210]. We think that, in the future PR service in the Republic of Turkey will further develop.

References

1Budak G., Budak G. Halkla ilişkiler Davranışsal Bır Yaklaşım. – İzmir-2004. – S. 65-69.

2 Ridvan Karalar. İşletme Yönetimnde Halkla İlişkiler. Eskişehır-1998. – S. 12.

3 Barry A. Halkla İlişkilerin gücü. – Ankara-2003. – S 17.

4 Görpe S. Halkla İlişkiler Kavramları. – İstanbul-2001. – S. 79-80.

5 Aydede C. Teorıik ve Uygulamalı Halkla İlişkiler Kampanyaları. – İstanbul-2003. MedıaCat. – S. 24.

6 İşçi M. Halkla İlişkiler. – İstanbul-2002. – S. 25.

7 İktisat fakültesi Gazetecilik ve Halkla İlişkiler enstitüsü 25 yıl. – İstanbul-1975. – S. 21-22.

8 Pelekoğlu F.B. Halkla İlişkiler nedir. – Erenköy-1997. – S. 86-87.

9 Özkan A. Halkla İlişkiler Yönetimi. – İstanbul-2009. – S. 146-147.

10 www.wikipedia.org. Wikipedia, the free encyclopedia.

11Devran Y. A. Theoretical approach to analysis of political posters and print ads. 2nd International symposium of interactive media design. Yeditepe University – 2004. – P. 35-45.

12 Yengin H. The leader photographs in the press in November 3, 2002 general election period in Turkey. // 2nd International symposium of interactive media design. Yeditepe University – 2004. – P. 137.

13 Ahmetbekova G. Development of tourism in Turkey. Proceedings of the International Conference of Students and Young Scientists "World of Science", dedicated to the 20th anniversary of the State symbols of the Republic of Kazakhstan. – Almaty. Kazakh University. – 2012. – 210 p.

ӘОЖ 37.01 (075)

К.Ә. Исаева

Сырдария университеті, Қазақстан Республикасы, Жетісай қ.
E-mail: kulaina.isaeva@mail.ru

Тәрбиесі қиын балалардың психологиялық ерекшеліктері мен олардың пайда болу себептері

«Жас бала – жас бір шыбық, жас
кезінде қай түрде иіп тастасаң, есейгенде
сол иілген күйінде қатып қалмақ»
М. Жұмабаев

«Қиын» балалармен тәрбие жұмысын жүргізгенде педагогикалық тәжірибелерге сүйене отырып, олардың бейім қабілетіне, мінез-құлқына сай оңды шығармашылық іс-әрекеттерді ұйымдастыру, моральдық тұрғыдан әсерлі әрекет ету, баланың бағдарын, мақсаты мен міндетін қайта құру, психологиялық түзету мақсатындағы бағыт-бағдар беру жоспары ұсынылады.
Түйін сөздер: қиын балалар, отбасылық тәрбие процесі, моральдық ықпал ету әдістері.

K.A. Isaeva

Psychological features of children with difficult education and the reasons and features of their emergence

In this article is considered psychological features of “difficult” children and the reasons of their occurrence are found out. Including, the analyses of psychological features of difficult children in works the scientist are carried out. The researches above each difficult child are carried out, and the features of their character are revealed and the human qualities of children are assembled. The features of the persons and way
Keywords: difficult children, process of family education, methods of moral influence.of development of their creative opportunities, abilities are considered.

К.А. Исаева

Психологические особенности детей с трудным воспитанием и причины и особенности их возникновения

В статье рассматриваются психологические осбенности «трудных» детей и выясняются причины их возникновения. В том числе проведены анализы психологических особенностей трудных детей на основе исследовательских работ ученых. Проведены исследования над каждым трудным ребенком и выявлены особенности их характера и человеческих качеств.
Ключевые слова: трудные дети, процесс семейного воспитания, методы морального воздействия.

«Қиын» оқушыларды тәрбиелеу және оқыту қазіргі таңда психикалық қиын проблема ретінде күн тәртібінен түспей отырғаны мәлім. Мұның өзі «қиын оқушылар» санының жылдан-жылға өсіп отыруымен байланысты болып табылады. Бұл уақыттарда «қиын оқушыларға» көбінесе жас өспірімдер жатқызылса, бүгінгі таңда бастауыш сынып оқушыларының арасында да осы категорияға жататындар да аз емес. Сондықтан «қиын оқушыларды» ерте жастан бастапқы кезеңінен бастап, олардың саналы білім мен сапалы тәрбие алуларына мүмкіндік жасалуы қажет. Қазіргі кезде бастауыш сатыда оқушының жалпы және психологиялық дамуының жеткілікті деңгейіне қол жеткізу үшін, ең алдымен, бұрынғыша пәндік білім, біліктердің белгілі бір жиынтығымен қаруландыру емес, оқу әрекетін қалыптастыру негізінде жеке бас тұлғаны тәрбиелеу мақсаты қойылып отырғаны белгілі болып отыр. Мектептегі шәкірттеріміздің бойында халқымыз ғасырлар бойы қастер тұтып келген ар-намыс, ождан имандылық,

инабаттылық, мейірімділік, кіші пейілділік, ата-мекеніне, еліне сүйіспеншілік сияқты асыл қасиеттерді тәрбиелеу заман талабынан туындап отырған мәселе. Сондықтан оқушылардың ішіндегі ерекше категория болып табылатын «қиын оқушыларға» адамгершілік тәрбие берудің формулаларын әдіс-тәсілдерін жетілдіру аса қажет, бұл міндеттерді жүзеге асырудың бастауыш буыннан басталатыны белгілі.Табиғат пен қоғам құбылыстарына қиындық тұрғысынан қарау адам өмірінің негізі болып табылады. Қиындық қатынас адам мен қоғам өмірінде жалпы ортақ және мәңгілік фактор болып табылады. Ғылыми әдебиеттерде құндылық түсінігіне әртүрлі анықтамалар берілді. Адамгершілігі мол адам бақытты, ел жұртына қадірлі, қоғамға да пайда келтіреді. Яғни маңайындағыларға үлгі-өнеге бола алады. Сондықтан «қиын оқушыларды» жас кезінен адамгершілік қасиеттерге баулу олардың келешекте азамат болып қалыптасуына кепілдік береді. Адамгершілікке тәрбиелеудің негізгі міндеттері: а) адамгершілік сананы қалыптастыру; ә) адамгершілік сезімдерді тәрбиелеу және дамыту; б) адамгершілік мінез құлық біліктілігі мен әдеттерін қалыптастыру. Бастауыш сыныпта «қиын оқушыларды» адамгершілікке тәрбиелеу, ең алдымен, оқыту процесінде жүргізіледі. Баланың адамгершілік қасиеті сабақ үстінде, мұғаліммен және құрбы-құрдастарымен ұдайы қарым-қатынасында қалыптасады. Халық адамгершілік қасиеттерді жоғары бағалаған. «Жігіттің құны жүз жылқы, ары мың жылқы» іспеттес мақал-мәтелдер соның айқыны. «Қиын» оқушыларда адамгершілік қатынасты қалыптастыру бағытында ұйымдастырылатын тәрбиелік істерге адам санасының адамдық мәдениетінің бір бөлігі мораль туралы түсінікті қалыптастыру соның негізінде оқушыларда адамгершілік ой-пікірлер мен сенімдерді тәрбиелеу жатады. Осы бағытта этнопедагогикалық құралдарын пайдалану арқылы «қиын оқушылармен» ұйымдастырылатын жұмыс жоспарын білуге болады. Тәрбиелік істерді ұйымдастыруға қойылатын педагогикалық талаптар: «қиын оқушыларға» адамгершілік тәрбие беруде халық педагогикасы құндылықтарының алатын орны және атқаратын рөлін сапалы олардың білімділік дамытушылық және танымдық мүмкіндіктерін жүзеге асыру, тәрбиелік іс-әрекетте қолдану аясын көрсету. Ғылым педагогикалық, психологиялық фольклорлық құндылықтардың алатын орнымен озат мұғалімдердің іс-тәжірибесін жинақтау, талдау ауыз әдебиетімен оқып үйрену, баланың адамгершілік саналарының қалыптасуына ықылас жасайтынын көруге мүмкіндік береді.

Мектептердегі қиын балалардың жылдан-жылға көбеюі, олардың жағымсыз іс- әрекеттері жалпы ұстаздар қауымын, педагог-психологтарды еріксіз ойландырып жүргенінің куәсі болып жүрміз. Тәлім-тәрбиеге, әлеуметтік педагогикаға және психологияға арналған баспасөз беттеріне үңілсек мектептегі қиын балалардың қылмыс жасау фактілерін, темекі шегу, алкогольдік ішімдіктерді пайдалану, нашақорлық бұрынғыға қарағанда біршама көбейгендігін аңғарамыз. Балалар мұндай әрекеттерге ұстаздар мен ата-аналар, ересектердің күнделікті бақылауынан шет қалған кезде жиі қол ұратыны белгілі.

Шындығында да қай заманда болмасын бала тәрбиесі, оның жеке тұлға ретінде дұрыс қалыптасуы ата-анаға тікелей байланысты екенін өмірдің өзі көрсетіп келеді. Осыған байланысты дана халқымыздың «Бала ұяда нені көрсе, ұшқанда соны іледі» деген қанатты сөзі бекер айтылмаса керек[1].

Демек әр отбасы бірінші кезекте осы мәселеге көп көңіл бөліп, қорытынды шығара білсе, қазіргі күнде қоғамдық проблемаға айналған қиын балалардың саны күрт төмендейтініне күмән жоқ. Бұл проблемаларды болдырмау, алдын алу үшін, ең алдымен, оқушымен күнделікті жүйелі жұмыс жүргізілуі қажет деп білу керек. Мектепте болсын, үйде болсын оқушыға түрлі тапсырмалар беріп, оны орындау барысын қадағалап тұрса, баланың басқа жағымсыз іс-әрекеттер жасауына уақыты жете бермейді. Мұнан шығатын қорытынды баланы үнемі бақылауда ұстап, мінез-құлқына жетік көңіл бөліп отырса, мұндай жағдайлардың көрініс табуы төмендегідей нәтиже береді. Қазіргі қоғамда өкінішке орай, мәселенің бұл жағы ақсап жатады да, көше кезген бұзық балалардың көбеюіне алып келеді.

Рухани байлықтан материалды байлықтың жоғары тұрған қазіргі нарық заманында көп жағдайда ата-аналардың өз балаларына көбірек көңіл бөлуге уақыты мен мүмкіндіктері бола бермейді де, бар жауапкершілікті мектеп, ұстаздарына жүктей салады. Міне, мектептегі қиын балалардың саны осындай жауапсыздықтан арта түсуде. Себебі бүгінгі көпшілік ата-ананың

ұғымы бойынша, баласының қарны тоқ, көйлегі көк болса деуі нәтижесінде, білімге, тәрбиеге назар аудармау белең алып барады. Сонымен қатар тұлғаның қалыптасуына кері әсерін тигізетін тағы бір жайт баланың әкесі мен шешесінің көзқарасы бір-бірімен сәйкес келмеуі. Соның кесірінен бала ата-анасының біреуінің ғана тәрбиесін көріп, яғни толық емес отбасында тәрбиеленеді. Мұндай отбасыларда сотқар балалардың тәрбиеленіп шығуы қазіргі таңда үйреншікті жайға айналғандай. Бұл жағын таратып айтпаса да түсінікті. Себебі отбасындағы ата-ананың толық болмауы бала тәрбиесіне айтарлықтай зиянын келтіреді. Мәселен, ұл бала тәрбиесінде әкенің орны ерекше деген секілді. Біздің анықтауымызша, ата-анасының мейірімін көрмеген бала көбінесе мейірімсіз, ызалы, құрбыларымен дұрыс қарым-қатынас жасай алмайды, кейде тұйық, шектен тыс ұялшақ болады. Ал ата-анасының шектен тыс мейірімінде өскен бала өзімшіл нәзік, тым төзімсіз, екі жүзді болуы мүмкін, яғни отбасы тәрбиесі адам өмірінде өте маңызды.

Бала тәрбиесінде аса мұқияттылықпен мән беретін жайттардың бірі – баланың шектен тыс ерке немесе шолжаң болып кетпеуін қадағалау. Ерке өскен бала әдетте ешкімді тыңдағысы келмейді де, түрлі қиындықтарға тап болады. Өзінше шешім қабылдай алмай, түрлі қылмыстар жасауы әбден мүмкін. Көп жағдайда төбелесуге бір табан жақын тұратын сотқар бала осылардан шығады. Сонымен қатар шылым, алкогольдік ішімдіктерге әуестенгіш болып келеді. Мадақтау мен мәпелеуде өскен бала ешқандай күш жұмсамай көзге түскісі келіп тұрады. Олар өздігінен ештеңеге қол жеткізе алмайды. Үлкендердің эмоциялық қақпайлауы салдарынан кінәмшілдік сезімдері қалыптасады. Сонымен қатар осыған қарама-қарсы болып келетін енжар балалар да мектеп қабырғасында бүгінгі күндері көптеп кездесіп жүр. Енжар балалар, әдетте, ынтасыздық, алаңғасарлық сияқты бала бойындағы түрлі қасиеттер негізінде пайда болады да, өзін қоршаған ортадағы адамдардан аулақ ұстауға дағдыланады. Әрбір ата-ана отбасы тәрбиесі бала дүниеге келген күннен басталады деген қағиданы ұмыт қалдырмағандары абзал. Қазақта бесік жыры, ана әлдиін естіп өспеген бала халық дәстүрінде тәрбиеленбеген деген ұғым қалыптасқан. Ал осы бесік жыры, ана әлдиімен өскен бала туған халқын, тілін, дінін, құрметтейтін мейірімді де тәрбиелі азамат болып өсетініне ешкім де дау тудырмаса керек. Яғни ұлттық салт-дәстүрімізді бала тәрбиелеуде отбасылық тәрбиенің негізгі құралына айналдыруымыз ләзім. Айталық ата-бабаларымыз бала тәрбиелеуде мақал-мәтелдерді, жұмбақ, айтыс, жыр-дастандарды қолдану арқылы ұлттарымызбен елдігімізді биіктете түсті. Осы бағытта тәрбиелеу қазіргі кезде әрбір қазақ отбасы үшін ауадай қажет секілді. Себебі көзін ашқаннан батыстың атыс-шабыс, түрлі бейәдеп бейнефильмдерін көріп өскен қазіргі ұрпақта, аяушылық сезім мен мейірім деген қасиеттер жоғалып бара жатқан тәрізді. Жоғарыда атап өткеніміздей ұлттық тәрбиенің аз болуынан да қиын оқушылардың қатары молая түсіп жатқандай. Сондықтан да ұлттық рухпен тәрбиелеу бүгінгі заман талабы үшін аса қажет.

Ал енді бала тәрбиесіндегі ұстаздардың рөліне тоқталар болсақ, мұндайда мұғалім ең алдымен оқушы психологиясына тереңірек үңілгені жөн. Яғни мұғалім ұстаздықпен қатар психологтық әдісті қатар алып жүруі абзал. Сонымен бірге мұғалім әрқашан да өтетін сабағына үлкен дайындықпен келуге міндетті. Бұл сөзімізді ұлы педагог В.А. Ушинскийдің «Қырық бес жыл мұғалім болсаң да, қырық бес минуттық сабаққа дайындықсыз кірме» деген сөзі шегелей түседі [2]. Ғалымдар мен педагогтар мұғалім мен балалардың арасындағы қарым-қатынаста, оқушылар өте байқампаз болып келетінін алға тартады. Бұл құбылысты біз күнделікті өмерде көп кездестіріп жүрміз. Егер бала сыныпта мұғалімнің басқаларға қарағанда өзіне жақын тартатын оқушы бар екенін байқаса, онда мұғалімнің оқушы алдында беделі жоғалады. Алғашқы кезде оқушылар мұғалімнің айтқанымен жүреді, яғни мұғалімнің айтқаны олар үшін заң. Егер де мұғалім оқушылардың бәріне бірдей көзқараста болмаса, баланың мұғалімге деген оң пікірі бұзыла бастайды. Ал мұғалімнің өзгелерден өзіне жақын тартатын оқушысы басқалардан өзін жоғары ұстайды да, соның нәтижесінде «сөзтасығыш» балалар пайда болады.

Тәрбие процесін басқару өте қиын, ол еш уақытта бірқалыпты жағдайда өтпейді. Белгіленген мақсаттан ауытқып кетушілік болады. Өйткені педагогтар мен ата-аналар тарапынан баланың дамуына, адамгершілік қасиеттерінің қалыптасуында ағаттық, педагогикалық қателіктер жібереді.

Осының нәтижесінде тәрбиесі қиын балаларды байқауға болады. Педагогикалық тәрбиесі қиын балалар – бұлар оқуға, еңбекке, қоғамдық өмірге ықыласы жоқ балалар. Олар дөрекі, әдепсіз, барлық жарамсыз әдеттерге еліктеуге бейім келеді. Мұндай тәрбиесі қиын балаларды тудыратын себептердің бірі – үйелмен тәрбиесіндегі кемшілік, яғни балаларын оқытуда, тәрбиелеуде ата-аналардың жауапкершілік сезімінің жоқтығы бала мінезінде мейірімсіздікті, яғни қатыгездікті, дөрекілікті, өзімшілдікті туғызады.

Екінші себеп – бұл үйелмендегі сәтсіздік – маскүнемдік, ұрыс-төбелес, ұрлық, ата-аналардың және басқа үйелмен мүшелерінің жеңілтек мінез-құлқы, ал бәрінен жаманы ажырасу, неке бұзу. Үйелмен тәрбиесінде ата-аналардың мінез-құлқы шешуші фактор.

Үшінші себеп – ұл балаға үнемі жеткіліксіз көңіл аударылады. Кейбір үйелмен баланың ішкі дүниесін, тілектерін ойларын, қайғысын, қоршаған ортаға қатынасын жете біле бермейді.

Тату үйелменде ата-аналар балалардың күнделікті өмірі мен іс-әрекеттеріне басшылық жасайды. Балалардың өздерінің қуанышын, қайғыларын, ойларын, уайымдарын бөлісуге үйретеді, саяси мәселелерді, жаңа фильмдер мен кітаптарды бірлесе отырып талдайды, өздерінің сүйікті әндерін орындайды. Мұндай үйелмен балаларын халқының тамаша рухани және еңбек дәстүрлері рухында тәрбиелейді. Осылардың бәрі баланың ішкі дүниесінің қалыптасуына игі әсер етеді.

Төртінші себеп – бұл сынып жетекшілерінің тәрбие жұмыстарындағы олқылықтары мен кемшіліктері. Тәрбиесі қиын балалар жөнінде сынып жетекшілерінің іс-әрекеті көпшілік жағдайда кейбір жұмыстармен ғана шектеледі. Олар әңгіме, сынып және оқушылар жиналыстарында талқылау, оқушылардың ата-аналарын мектепке шақыру, олардың ата-аналары істейтін жеріне хабарлау, т.б.

Қазіргі кезде көптеген ұстаздарымыз, тәрбие саласында қиын балалар жайында әртүрлі пікірлер айтып жүр. Қиын бала дегеніміз – ол педагог-ғалымдардың ғылыми тұрғыдан дәлелдеуінше, табиғатында дұрыс жаратылған дені сау, қабілеті бар бала. Оның өзгелерден айырмашылығы отбасында және мектепте ойдағыдай жеке-дара педагогикалық тәрбиеге зәрулігінде ғана. Қиын баламен жұмыс істеудің тәсілі мен жолдарын бірқатар мұғалімдер, әсіресе жас мұғалімдер жете біле бермейді, ал кейбіреулері балаға шын ниетімен жаны ашып, жүрегі ауырып қарамайды. Күнделікті сабақ оқыту процесінде, сыныптан тыс тәрбие жұмыстарында елеулі педагогикалық қателіктер жіберіп алады. Мына бала қандай еді, қалай өзгеріп кетті? Жаман әдеттерді қалай үйренеді? Неге озбырлық жасауға бейім тұрады? – деген сұраулар әрбір ұстазды ойландырады. Ата-анасын, жүрген ортасын қосқанда, оның тәрбиесіне бірнеше адамның қатысы бары рас.

"Қиын" деп жүрген баланың мінез-құлқына, тұрмыс жағдайына зерттеу жүргізбей-ақ ұрысып, әртүрлі шаралар қолданып жатырмыз. Бірақ одан жақсы нәтижеге қол жеткізген емеспіз [3]. Мектеп оқушыларының өзін-өзі тәрбиелеуін іске асырмайынша оларды тәрбиелеу мүмкін емес. Сондықтан бұл екеуін бір-бірінен бөлуге де, бір-біріне қарсы қоюға да болмайды. Дұрыс ұйымдастырылған тәрбие, әдетте, өзін-өзі тәрбиелеуге түрткі болады, адамның өз күш-жігерін іске қосады. Өкінішке орай, тәрбиешілер әңгіме және пікірталас ұйымдастырып, экскурсиялар мен жорықтар өткізіп, ал оқушылардың оған жауап әрекет көрсетпейтіні, ал кейде, тіпті, тәрбиелеу әрекетіне қарсылық көрсеткені болады. Бұл тәрбиешілер осы шараларды әзірлеуге және өткізуге көп жағдайда оқушылардың өздерін тартпайтындығымен, олардың мүдделерін ескермейтіндіктерімен түсіндіріледі. Іш пыстыратын іс-тәрбие болып жарытпайтыны әуелденақ белгілі. Жақсы ұйымдастырылған тәрбие процесі өзін-өзі жетілдіруге деген талпынысты оятады, рухани байлықты игеруге деген құмарлықты тудырады, кемшіліктерге қарсы күресуге, осыларды жеңуге шабыттандырады.

Тәрбие, өзін-өзі тәрбиелеу бірлігін тәрбие процесінің бір заңдылығы ретінде қарастырған ләзім. Тәрбие өз мақсатына егер ол өзін-өзі тәрбиелеумен үйлескен, оған түрткі болған, тәрбие алушыларды өзін-өзі қолға алуға итермелеген жағдайда жетеді ғой. Өзін-өзі тәрбиелеу болса, тәрбиені толықтырады, толықтырып, бекемдей түседі. Ол жеке адамның белсенділігін күшейтеді, тәрбие процесінің тиімділігін арттырады. Демек, тәрбие мен өзін-өзі тәрбиелеуді бір-біріне тәуелді емес, қатарлас жатқан процесс ретінде қарастыруға болмайды.

Өзін-өзі тәрбиелеуде олардың ынтасын

арттыратын бір нәрсе, өз құрбы-құрдастарының арасында оның лайықты орын алуға ұмтылуы болып табылады. Ол үшін оқушыларға өзін-өзі тәрбиелеудің, өз ортасында лайықты орын алу үшін өз тәртібін түзеп, білімін, дүниетанымын кеңейтудің қажеттігін түсіндіру қажет: "Оларға мінезіндегі лайықсыз кемшіліктерді жоюдың жолын көрсету керек. Біреуіне тез күйіп-пісуден, енді біріне, ұрыншақтық, ашушаңдығынан, үшіншісіне, әңгімеде жолдастарын тілімен түйреп, шымшылап тұратын әдетінен, төртіншісін, мақтаншақтықтан, кішіпейілділікке, жолдастарын сыйлай білуге кеңес беріп отыру керек" [4]. Өзін-өзі тәрбиелеу мен білім беру де негізгі факторлардың бірі қоғамдық пайдалы және көпшілік мәдени жұмыстар түрлі жарыстарға әзірлік пен қатынасудың барысында оқушы ізденіп, көп даярлықтан өтеді.

Мұндай үлгі-өнегенің орны бөлек. Мұғалім үшін осы жұмыстардың басы қасында болып, араласып, көрсетіп, үйретудің мәні зор. Оқушыларға мұғалім бойынан әділдікті, моральдық тазалықты, өнерге деген қабілеттілікті көзімен көріп, сондай болсам деп арман-дауы қажет. Сөйтіп, үйірмелерде, туристік сапарларда, өлкетану жұмыстарында, т.б. мұғалім оқушының үлгі-өнегесі ретінде көрінуі керек. Мұндайда ересек оқушылардың кішіпейілдігі, қысылғанда қол ұшын беруі, қоғамдық көпшілік еңбекке белсенділігі көмектеседі. Өзін-өзі тәрбиелеуде әңгімелесу, сұрақ-жауап, кейбір оқушылардың мінезіндегі кемшіліктерді әділ сынау да оларға әсер етеді. Қатынасып, тыңдап отырған басқа оқушыларға әсер етіп, оларды ойланып-толғануға, өз мінездерін көріп, жөндеуге әсер етеді. Оның психологиялық тетіктеріне келсек олар оқушыны ойландырады, өз кемшілігін көріп одан арылу үшін өз бетімен жұмыс істеуге, кемшіліктерін жоюға ұмтылдырады. Сондықтан мектепте өтетін әрбір жұмыстарға мұғалімдер ұжымы мән беріп оның сапаларын көтере түсу қажет.

Тәрбие жұмысын жоспарлау, тәрбиелеу қызметінің жалпы жүйесіндегі маңызды буын болып саналады. Ойластырып жоспарлау оны дұрыс ұйымдастыруды қамтамасыз етеді, тәрбие жұмысының белгілі бір жүйесін жүзеге асыруға көмектеседі. Жоспар тәрбие жұмысының барлық маңызды жақтарын ескеруге, басты және жетекші міндетті бөліп алуға жағдай жасайды. Жақсы жасалған жоспар педагогтың күнбе-күнгі тәрбие жұмысына көмектеседі, оның жемісті болуына жағдай жасайды. Педагог жоспар жасағанда балалармен тәрбие жұмысының негізгі міндеттерін, мазмұнын, формалары мен әдістерін іріктеп алу үшін нысана болып табылатын құжаттарды пайдаланады. Олардың қатарына білім беру туралы заң, оқу бағдарламасы, оқушыларды тәрбиелеудің үлгі мазмұны жатады. Мұғалім жоспар жасағанда еліміз үстіміздегі жылы атап өтетін маңызды оқиғаларды ескереді.

Оқушылармен жұмыс кезінде, балалардың әрқайсысының жеке басын қалыптастыру үстінде мұғалім орындайтын міндеттер өте көп, мұнын өзі одан белгілі бір мерзімде тиісті негізгі міндеттерді келісіп алуды керек етеді. Мәселен, мұғалім бірінші сынып оқушыларымен жұмыстың алғашқы күндерінде бірден-бір басты міндеті, балаларды мектептегі, сыныптағы негізгі мінез-құлық ережелеріне үйрету, оларды осы ережелерді орындай білуге баулу, олардың бойында ережелерді тезірек және дұрыс игеруге деген ынта-ықылас тудыру міндетін шешуге күш салатын болады. Негізгі міндетті орындаған педагог енді келесі бір негізгі міндетті балалардың бойында өзінің сыныптастарын жақын білуге деген ынта тудырып, оларды өзара таныстыру арқылы сыныпта жолдастық қарым-қатынас жасау міндетін алға қояды.

Көп жағдайларда қиын бала туа пайда болмайды, жүре пайда болатын құбылыс екені белгілі. «Жұмыла көтерген жүк жеңіл» демекші қалың бұқара болып бұл іс қолға алынса оны дұрыс жолға қоюға болатыны сөзсіз.

Бұл үшін, ең алдымен, ұстаздар мен ата-аналар қауымы бір кісідей атсалысып, бірлескен түрде кіріссе нұр үстіне нұр болар еді. Осыған байланысты:

Қиын оқушылардың пайда болуына себептерін анықтаудың маңызы бірқатар факторларға байланысты екендігін есеруге болады. 1. Отбасы тәрбиесінің дұрыс ұйымдастырылмауы, яғни тұрмыстағы ұрыс-талас, дау-жанжал, баланың табиғи психологиялық ерекшеліктерін ескермеу, ата-ананың біреуінің болмауы, т.б. Жағдайлар себепті болады. Қоғамдық ұйымдар мен жұртшылықпен жүргізілетін жұмыстың, әсіресе оқушылар тұратын микроаудандарда күрт төмендеуі. Қиын балалардың пайда болуына бірден-бір себепті болатын және жағымсыз жағдай туғызатын – отбасы тәрбиесі.

Оның басшылары: баланың күнделікті жүріс-тұрыстарын қадағаламау; оның көзінше арақ-шарап ішу, дау-жанжал, ұрыс-керіс туғызу. Екіншіден, тәрбиенің көзі, баланы киіндіру, тамақтандыру, мұң-мұқтажын қамтамасыз етуі деп санаушылық. Жастайынан еңбектену әдет-дағдыларын қалыптастырмау, баланың жан дүниесіне көңіл аудармау, отбасындағы ажырау және жаңа адамның отбасы мүшесі болып етуіне себеп болады. Мысалы: зерттеулердің қорытындысы дәлелденгендей тәртібі нашарлаған оқушылардың көбі ата-аналардың моральға жат қылықтарымен өз балаларына теріс әсерлер жасаған. Баланың тәрбиесіне кері әсер ететін келеңсіз жағдайларда (ұрыс-керіс, дау-жанжал), бірін-бірі сыйлау сияқты қасиеттердің сезбейтіндігі аян.

Қиын балалардың жұмыс істеудің негізгі шарттары:

1. Әрбір қиын баланы жан-жақты зерттеп, мінез-құлықтарының бағыт-бағдарын айқындау, оның ішіндегі адамгершілік типтегі қасиетін іріктеп алу.

2. Әрбір оқушының адамгершілік сынды тәжірибелердің құра біліп, соның негізінде тәртіпті, айналасындағы өмірге көзқарасты, ұжымдық қарым-қатынас дағдыларын қалыптастыруды ұйымдастыру.

3. Әрбір жеке тұлғаның ерекшеліктері мен мүмкіндіктеріне және творчестволық талап-тілектеріне орай, қабілеті мен икемдектерін дамыту, қоғам жұмыстарына қатыстыру.

4. Кейбір қиын оқушылардың оқу-тәрбие процесінде ұжымдық өмір қарым-қатынастарында ұсқынсыз ауытқушылықтар болса одан сақтандыру, оны туғызатын әрекеттерді жою.

Қиын оқушылармен жұмыс

Қиын оқушылармен психолог жұмысының бағыт-бағдары.

Психологиялық түзету жолындағы бағыты.

Мақсаты: жасөспірімдердің өзіндік анықтауын қалыптастыру, өзіне баға беру, өз ерекшелігін білу, өз мүмкіндіктерін анықтау, жалпы талдау жасауды меңгеру.

Міндеті:

– оқушыларды өзіндік диагностикаға үйрету, рефлекцияға үйрету;

– өз мінез-құлқының реакциясын, қатынасын, қажеттілігін түсіндіру;

– өз кемшіліктері мен қателіктерін жете түсінуін қалыптастыру.

№	Атқарылған жұмыстар	Формасы
1	Ата- аналармен психологиялық таным жұмыстарын ұйымдастыру	а. Диагностикалық бағыттағы сауалнамалар. б. Психолог ағарту, дамыту жұмыстары
2	Әлеуметтік бағыт-бағдар: ұғымдары	а. Тренинг – сабақ. б. Психолог әдістеме
3	Жеке тұлғалық жұмыс: Оқушының жан-жақты жағымды (+), жағымсыз (-) жақтарын анықтау, жағымсыз жақтарын түзетуге бет бұрыс жасау, мақсаты мен міндетін қайта құру	а. Жаттығулар «мен бейнесін анықтау» бағытында. б. Психо концультация.
4	Баланың бос уақытын тиімді ұйымдастыру: Шығармашылық әрекеттер, моральдық жағымды ықпал ету жұмыстары	а. Пәндік үйірмелер б. Спорттық үйірмелер
5	Қортындысы: бала өзін-өзі анықтау жолындағы бағытты таңдайды. Бос уақытын тиімді пайдаланады.	

Әдебиеттер

1 Халитова І. Әлеуметтік педагогика. – Алматы: Білім, 2007. – 57 б.

2 Байжанова А. Қиын балалардың психологиялық себептері // Психология, социология, дефектология». – 2006. – №11-12. – 25 б.

3 Медетова А. Тәртібі қиын балалармен қарым-қатынас // Мектептегі психология. – 2012. – №5. – 32 б.

4 Керімов Л.К. Қиын оқушылар және оларды қайта тәрбиелеу. – Алматы, 1991. – 45 б.

References

1 Khalitova. I. Social pedagogics. – Almaty: Knowledge, 2007. – 57 p.

2 Baijanova. A. The psychological reasons of difficult children // Psychology, sociology, defect knowledge. Magazine 2006. – №11-12. – 25 p.

3 Medetova. A. Mutual relation with difficult children // Psychology at school. A magazine. – 2012. – №5. – 32 p.

4 Kerimov. L. K. Difficult children and them reeducation. – Almaty, 1991. – 45 p.

UDC 070

J.L. Couper

Department of Journalism and Mass Communication
KIMEP University, Kazakhstan, Almaty
E-mail: jcouper@kimep.kz

Art and Science: Publishing and presenting research in Western academia

This observational study focuses on challenges that face CIS scholars in publishing their articles in western scientific journals. Since they used to follow soviet research traditions their investigations often are too broad, while western school orients on narrow and deep explorations. The author emphasizes necessity of observing previous studies; clear research questions; checking availability of data; avoiding wordiness and educational lecture style. The article also includes practical advice about formatting and submission. In conclusion the author suggests five recommendations about co-authorship, RQs, topics, deadlines and modeling.
Keywords: western research, publishing, academic journals, Russian academic background.

Джон Л. Купер

Гуманитарлық пәндер және ғылым:
Батыс академиясында зерттеуді жариялау және таныстыру

Бұл шолу мақалада кеңес ғылыми зерттеу мектебінен білім алған ғалымдардың батыс елдеріндегі журналдарда жариялану жолында кездесетін қиындықтар мен оларды шешу жолдарын қарастырылады. Батыс журналдары жалпылама, кең ауқымды емес, нақты және терең зерттеулерге қызығады. Автор бұдан бұрын жарияланған зерттеулерге арқа сүйеу, зерттеу сұрақтарын мейлінше айқын және қарапайым құру қажеттілігін және көпсөзділік пен оқыту лекциясы стилінен аулақ болуға көңіл бөлген. Тақырып таңдау, басқа авторлармен бірігіп жұмыс істеу, зерттеу сауалдары, межелі мерзім белгілеу және үлгі ретіндегі зерттеуді тауып алу туралы кеңестер берілген.
Түйін сөздер: батыс зерттеуі, жарияланым, академиялық журналдар, ресейлік білім беру деңгейі.

Джон Л. Купер

Гуманитарные и точные науки:
как публиковать и презентовать исследования в Западной академии

Данная обзорная статья рассматривает трудности для исследователей с русским академическим образованием при публикации в западных журналах и пути их решения. Западные научные журналы заинтересованы в глубоких и специфичных исследованиях. Автор подчеркивает необходимость в опирании на ранее опубликованные статьи, определении ясных и простых вопросов, избежании многословности и стиля обучающей лекции. В заключение были даны практические советы о выборе темы, соавторстве, вопросах исследования, дедлайна и модельных научных работ.
Ключевые слова: западное исследование, публикация, академические журналы, российский уровень образовательной подготовки.

It is now essential for scholars in any country to produce research reports that are not only accepted in journals and academic conferences, but respected in their subfield. Many scholars with a Russian academic background are unsure how to approach research with a number of fundamental contrasts to those they are used to. This very practical introduction to publishing in the West should make it easier for scholars in Communication and Journalism to succeed internationally. This paper does not reject the Russian approach, but is written for those who want to publish in the West, and can suspend the Russian style for international work.

Although it is useful to get specific suggestions

on research success, anyone interested in research should carefully analyze a number of publications in their field. As you do this, the content of the research is less important than its purposes, methods, and writing style.

The aims of Western research, while ultimately very similar to Russian traditions, are distinctive and can be difficult to adapt to. Many say that "Russian research is broad, while Western research is deep"; this is accurate, but not very helpful. Those who want to publish in the West might consider Russian scholarship as more literary, in that it discusses almost any aspects around the central topic as if for the pleasure of learning and exploring. Although Western research can do this, its purpose is quite different. In the West, the scholarship of previous researchers is celebrated and fully acknowledged in the text, though each study is expected to go carefully but clearly beyond any previous work. In the West, research is considered to advance the field in at least one of three ways. A study can develop, extend or improve the current theoretical basis of the research; it can provide new data to add to previous work, such as documenting a process in a different environment (such as a new culture); or it can offer practical actions, such as ways that professionals can better craft messages.

In all research, description is important because it informs the reader about the topic; for example, describing the responses of audiences to a television program is necessary before it can be explained more fully. Western researchers are expected to analyze: to pull a phenomenon into its various parts or variables so that their interactions can be explored and explained. [Creswell, 2008]. Traditionally, Western research was positivistic or quantitative: it identified and if possible manipulated discrete variables so that the effect of each on the others could be clearly identified.

In all of this research, it is critically important to clearly identify variables or emerging patterns, since other scholars will judge whether the goals of the research have been achieved. For this reason, specific and answerable research questions are essential to Western research. [Leedy & Ormrod, 2012]. Western research is based on specific research questions, whose answers will determine the success of the whole project. Here is an example: "which factors of website design increase credibility and likability?" The researcher can identify a number of specific factors in the design, specify ways to measure credibility and likability, and assess how each particular design factor increases or decreases particular measures of credibility and likability. In other words, at the end of the study readers can decide how successfully the researcher answered the various aspects of the question. It is impossible to overstate the importance of clear and answerable research questions in Western research. In that sense, Western research can be seen as a form of "idea engineering."

Articles submitted for publications will be coldly evaluated by a few "peer reviewers", or specialists in the field, who look for problems in the research, but who hope it will improve theory, data, and practical recommendations. Only research that has clear goals and answers, with an acceptable methodology and format, will (at least, ideally) be accepted for publication [Belcher, 2009].

Most Western researchers begin by presenting their work at academic conferences, such as the International Communication Association, National Communication Association, International Association for Media and Communication Research, and Association for Education in Journalism and Mass Communication. There are also dozens of regional conferences that are easier to be accepted in and extremely collegial to attend. Their great advantage and attraction are the discussions that can take place with follow scholars in the field, an excellent way to get supporters but pointed criticism of your work. To address the problem of costly distance from Kazakhstan to most conferences, look for the growing number of "virtual conferences", whose sessions are online rather than physical. These are less prestigious, but a good start.

Most scholars move on from making conference presentations to publishing in academic Journals. For Central Asian scholars, these helpfully eliminate the problem of travel costs to attend an international conference. Be sure to read and accurately follow the guidelines for submissions. Journals are more difficult to be accepted in, with somewhat higher standards of academic skills, but are otherwise very similar to presentations. The journalism and communication field have many dozens of peer-reviewed such journals; most accept between 5 percent and 40 percent of the articles submitted to them. Many have a particular focus, such as Public Relations or Journalism management, but most are open to many different topics. Many emphasize qualitative or quantitative research, and many are either very theoretical or very practical. Luckily for

scholars who want to publish, it is possible to get a good idea of what each expects by carefully reading their articles and by conscientiously following their Authors Guidelines. Most rejected papers were produced without proper respect for the requirements of a particular journal. Identify a few good journals and target them by looking at the articles in several issues [Campbell, Pentz & Borthwick, 2012].

One realistic and productive way to design research for publication is to "backward plan." In other words, the researcher can start with a topic then investigate exactly what a particular journal or two will publish on the topic. List the qualities that have been successful for previous authors, which will show you the method, length, type of results and conclusions expected, and writing style that will work best. Of course, scholars can always do exactly the work they want in the way that they want, but should not be surprised or disappointed if no Journal accepts their work.

In Western Social Science research, the word "hypothesis" has a very specific meaning that is unlike the Russian tradition. A hypothesis predicts results, based on clear theory or previous data; using a hypothesis will not help unless you feel confident, so probably only use research questions unless your study is very quantitative, based on theory and previous results.

There are many ways to develop a research idea. The approach you choose depends on personal style and interest, existing literature on the topic, and intriguing general question, or a theory to improve. In other words, there is no "correct" way to design your research for publication, as long as it follows the "question and answer" imperative outlined above.

Research should be based on identifying and analyzing factors. [Rocco & Hatcher, 2011]. In Positivistic or deductive research, which normally uses quantitative methods, these factors are decided before data are collected, based on either an existing theory or previous research. In Interpretivistic or inductive research, which normally uses qualitative methods, a great deal of data are collected and then investigated in great depth until patterns of characteristic, change and interaction can emerge to help develop a theory and understanding of the topic of research [Bordens & Abbott, 2010].

An almost universal problem that makes life difficult for beginning researchers is choosing a topic that is too broad and general. This is especially true for researchers with Russian backgrounds, since these value general discussions and elaborations. However, this style will block Western publication. Try starting with a design that is extremely narrow: if your research topic is aspects of news that change the attitudes of television viewers, imagine that you will research one audience member watching one report on one situation. This is far too narrow, but it is usually easier to gradually expand a narrow topic (in this case, finding the minimum number of audience members and numbers of reports that can clearly answer the research question) than to reduce a huge, general topic to one that can be successfully explained.

Beyond the success of your individual articles, you should consider your larger academic career and create a strategic plan, called a "research agenda", or general line of interests. Scholars with the most publications and academic prestige are those who find a narrow range of aspects of the topic and produce many papers on variations of this. If you have a curious mind and enjoy investigating a range of topics, you will be rewarded personally more than professionally. Your research agenda should start with a topic and approach that you can enjoy working with for year after year, but should also consider what is respected and published and avoid older topics that have been covered enough to be seen as boring.

Another problem that frustrates many new scholars is a lack of data. It is almost easier to start with data that is available and has a reasonable size then to develop a study around it, then to start with a research design and be frustrated by the lack of available and appropriate data. Don't spend much time on a study before ensuring that enough good data are available.

"Backward planning" can help: after deciding on your topic and general theoretical approach, decide on the kind of conclusions you want to make, then on the kind of analysis that will help you reach that conclusion, identify the kind and amount of data that will be useful for that analysis, list the data collection methods that will help you get the data you need, and finally identify a theory and research approach that will guide the collection of necessary data.

Whether a researcher decides on a positivistic/ deductive approach or an interpretivistic /inductive approach depends on many factors. Most important is an approach that feels understandable and comfortable to the researcher. Most people clearly lean towards a particular style, and you should respect

your personal strengths. Another factor is existing knowledge on the topic: it is easier to do a theory-based study when a well-developed theory has already guided a number of well-analyzed studies on the topic. It is easier to do a data-based inductive study when there is little or no theory or data to guide the researcher. Another factor is conventions; many topics have been researched with a specific approach. It is possible to conduct research using a very different approach, but that will make publication difficult.

A few researchers use a "mixed method" approach, with a combination of quantitative and qualitative methods. Although this is interesting and productive, and leads to the "triangulation" or comparison of different data that does have real scientific advantages, it adds a serious degree of complexity and difficulty that might be worth avoiding as you start.

In any case, the preferred research among most Journal editors is usually the most "elegant" or simple and clear design. In Western research, unnecessary complexity and wordiness are problems, so researchers who want to be published should find an interesting but clear set of questions and answers and avoid intriguing but confusing side trips. The volume of data and analysis is less important than its value to theory and information on the topic and its clarity. Only conduct research that you can do well, and that will contribute to the field.

Many beginning researchers create problems for themselves by ignoring the formatting and structural expectations of publications: how the reports are organized and presented. Page numbering and headers, subsection fonts and locations, and how references are listed in the text and at the end, need to be followed very accurately. Editors often reject any article that does not exactly follow the prescribed format – after all, these are considered unprofessional, and create extra work to prepare it for publication. Editors take formats very seriously, so you need to take it very seriously, too.

In the field of Journalism and Mass Communication, by far the most common format is the American Psychological Association, known as APA. This format has changed recently because of word processing software and the use of online sources, so only use the most current version of this or any format. Two other formats occasionally requested are MLA and Chicago. The "Useful Links" will offer formatting help. It will save your time and effort to learn the format before you write a single word, and format correctly as you go. Then you can focus on the results and conclusions without the frustration of reformatting just before the deadline.

Another common obstacle to publications is reference problems. Try to include some references on the theory, the topic, and the situation, such as the media system or nation. It adds credibility if you have both classic references (the earliest important publications) and recent examples. Western and Russian traditions on references are very different; in the West, showing that you know the field is considered both necessary and helpful to the reader, so extensive references are expected. Russian scholarship tends to emphasize the researcher's creativity and therefore minimize the role of references. Since it is unlikely that many (or any) studies have been done on your exact topic, break down your study into main elements, each of which can be the topic of a set of references.

Most authors with Russian education have trouble adapting to Western conventions of "voice." In many qualitative studies, the author refers to himself or herself as "I", and subjective constructions (such as in describing the steps of methodology) are more acceptable than they once were, but most publications in the field prefer very few or no direct personal references. This is a cultural tradition that often makes the writing in direct and clumsy, but it is a tradition that you should follow. Never personalize the article by writing "our nation", etc.

Another common problem for people beginning Western publications is that they treat their papers as educational lectures. This is a certain way for your research to be rejected. Only include the information, references, and conclusions that specifically address the focus and research questions of the study. Your references will allow any readers who want to learn more to follow up on their own. Western research has a very specific, rather practical purpose so rambling on about aspects with little direct importance to the subject will not be accepted. For this reason, the general thoughts that are popular in Russian reports only belong in the discussion section of Western research, the place for speculation and imagination.

A critical distinction between Russian and Western research approaches is plagiarism. Including the words and ideas of others without giving them credit is so unacceptable that not only papers but entire academic careers have been ruined by using uncred-

ited information. Absolutely never "borrow" the words of others. Plagiarism is actually silly because Western scholars respect that you respect the work of previous authors. If in doubt, cite. The preferred use of references is paraphrasing, or summarizing what authors wrote, then giving a reference. Direct quotes are very useful when an idea is beautifully or importantly expressed, but quotes should be short and very focused on the topic [Silvia, 2007].

Another problem for many authors is "simultaneous submission"-- sending the same article to more than one journal. This is tempting because it often takes many months for your article to be reviewed. However, any editor who is embarrassing by publishing the same article as another journal will never consider your work again, and will probably that other editors also reject your work. It is acceptable to submit somewhat similar or overlapping work to more than one journal, or a journal and a conference, but the penalties are so great that you should avoid risking this. Instead, work on several different studies at the same time so you don't wait impatiently for a decision on your one study and be tempted to send it out to another journal.

Finally, the following ideas help many scholars, so you might consider them for yourself.

1. Beginning scholars naturally are unsure how to get published. Improve your research success by finding and collaborating with a few other researchers. Papers with two or three authors are very common and acceptable. Ideally, at least one co-author should have the skills and experience to help you put your work into publishable shape. Don't be afraid to contact published authors, even those who are very important in the field. They also need to publish, and many are glad to, for example, extend their research to a new region such as Central Asia. Find scholars who will do their fair share of the work and avoid the few successful researchers who expect new scholar to do all the work, and then simply put their name on the paper.

2. Because of the importance of keeping the research focused, and the temptation of interesting but unproductive side issues, print the research questions in large font on several sheets of paper and tack these in the kitchen, bathroom, and across from their beds. This will keep a tight focus and remind you of your main goal: strong research.

3. If you want to support your career with publications, you must decide whether to follow something you love or adapt to a topic that is likely to be published. For example, research on China will often be more publishable than the same research conducted in, for example, Tajikistan. You have to decide your priorities and how much to adjust your work for the journal "market."

4. It is easy to know which colleague is struggling to meet a publication deadline—they have short tempers, red-rimmed eyes, and missed appointments. Computers go wrong, data is lost, we can overestimate our progress, and accidents or illness ruins our plans. To avoid this problem, try creating a "fake deadline." Depending on the size and complexity of your paper, often repeat to yourself that the deadline is days or even weeks before the real deadline. If the actual final date is March 15, give yourself a fake deadline of March 12 or March 1. Of course, your brain knows the true deadline but this might helps you complete the writing early enough so you can actually enjoy the writing. You might even join the small, even mythical, band of researchers who submit work before the deadline.

5. Beginning researchers are understandably unsure how to organize and write their work. A solution is called "modeling." Find published studies that have already solved the problems you face, then use them as inspiration. If you can find one article on the theoretical aspect of the study, another that uses a method you would like to use, and one whose reporting and writing style feels comfortable and desirable for you, use each of these as conceptual templates by adapting what these published authors have done for important aspects of what you want to do. As long as you credit them in the article, this is not only ethical and respectful, but you are doing them a small favor because work that is cited in other studies is more respected. More than that, their efforts will be a foundation for your own work, just as they used the work of others to start their own success. If you send a grateful letter and copy of your paper, you will flatter them and maybe gain a collaborator or supporter. Perhaps the best part of academia is that it is (or should be) very collaborative and collegial, not competitive or judgmental. Publishing is the main way you join this social network.

References

1 Belcher, W. L. (2009). Writing Your Journal Article in Twelve Weeks: A Guide to Academic Publishing Success. SAGE.

2 Bordens, K., Abbott, B. B., (2010). Research Design and Methods: A Process Approach, 8th ed. McGraw-Hill.

3 Campbell, R., Pentz, E., Borthwick, I. (2012). Academic and Professional Publishing. Chandos Publishing.

4 Creswell, J. W. (2008). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. 3rd ed. SAGE.

5 Leedy, P.D., Ormrod, J. E. (2012). Practical Research: Planning and Design. 10th Ed. Pearson

6 Rocco, T. S., Hatcher, T. (2011). The Handbook of Scholarly Writing and Publishing. Jossey-Bass.

7 Silvia, P. J. (2007). How to Write a Lot: A Practical Guide to Productive Academic Writing. American Psychological Association.

Useful Websites

http://owl.english.purdue.edu/. The best and largest online site for all questions about correct English, including many pages on academic formats such as APA and MLA.

http://www.methodspace.com/. A set of sites from a publisher about selecting and using various research methods for the social sciences, including many opportunities to ask questions from experienced researchers.

http://thecommunicationspace.com/. The same as “methodspace” except specifically designed for researchers in mass communication and related fields.

http://www.apastyle.org/. The official site for the Association that designs the APA format.

http://library.concordia.ca/help/howto/apa.php. A useful set of documents about how to format articles in the APA style.

http://www.journalprep.com/FILES/How_to_Write_and_Publish_an_Academic_Research_Paper.pdf. Practical suggestions on how to succeed as an academic author.

http://www.sagepub.com/journalgateway/files/how_to_get_published.pdf. A leading publisher in the journalism and mass communication field offers tips on getting published.

http://www.tandfonline.com/action/authorSubmission?journalCode=rjos20&page=instructions#.UZOZ97X-FCY. The “Authors Guidelines” from the publisher of many journals.

ӘОЖ 316.77.070

А.Ә. Құрманбаева

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail: alma_kurmanbaeva@mail.ru

Аралдың экологиялық жағдайы

Арал теңізінің бүгінгі ақуалы. Бір кезде «Аралға араша» деген жақсы бастама көтерілген болатын. Сол бастама орта жолда тоқырауға ұшырады. Бастама жарты жолдан тоқтап қалды, ал экологиялық проблема тоқтап қалған жоқ.
Түйін сөздер: *цензура, экология, отаршылдық, идеология, өнер.*

A.A.Kyrmanbaeva
Aral's ecological condition

Sea of island today's ақуалы. In one the time, to «Island disjointing», rose well begin. That initiative met to тоқырауға middle on travelling. Talk, that initiative stayed too long travelling half, ecological problem stayed too long not.
Keywords*:* censorship, ecology, kolonizatorstvo, ideology, art.

А.А.Курманбаева
Экологическое состояние Арала

Статья посвящена сегодняшней проблеме Аральского моря. В одно время были проведены ряд мероприятий по «спасению Арала». Но начатое дело не было продолжено, оно остановилось на полпути... И на этом все закончилось, но экологическая проблема осталась.
Ключевые слова: цензура, экология, колонизаторство, идеология, искусство.

Бүгінде экологиялық апат туралы сөз қозғайтындар зияны бірнеше ғасырсыз кетпейтіні мәлім болған Семей полигоны немесе қайығы мен балығынан айырылып, бүгінде көлшікке айналған «жесір теңіз» Арал туралы әлдеқашан ұмытқан. «Экологиялық қауіпті аймақ» деп дабыра қағылған Аралдың кепкен табанынан тұздардың ауа ұшқанын тоқтату мақсатында жасалынып жатқан шара жоққа тән. өйткені, мұнан ешқандай да қорытынды шыға қоймайтынына көз жеткізді [1].

Еліміздің маңдайындағы жалғыз-жарым теңіздің (өйткені: оңтүстік басым бөлігі басқа мемлекеттердің құзырында) тағдыры жөніндегі мәселелер, запыран секілді, қайта-қайта лоқсып шыға беретін – заңды нәрсе. Оның қозғаушыларының бірі – бұрынғы облыс әкімі С.Шаухаманов: «Қызылорданың жеріне ұшақпен жоғарыдан ұшып жүріп көрсеңіз, жер қар сияқты болып көрінеді. Ол – Аралдың тұзы» [2], – деп мойындайды. Ал жазушы-эколог С. Жұбатырұлының «Аралдың кепкен орны 3 млн. гектар жерді алып отыр... Ал Арал өзінің қабырғасы қайысқан күйінде қалып жатыр, – дей келе жұрттың бәрі біле бермейтін қажетті дерек келтіреді. – Мамандар «теңізді қайта қайтарудың 200-дей әрекеттері бар» дейді. Қазір экономикалық тұрғыдан ілгері басып келе жатқан еліміздің Аралға қайта мойын бұруы – уақыт күттірмейтін мәселе, – деп бір тоқтайды да, теңізді «емдеумен» шұғылданып жатқан кейбіреулердің «оның табанына өсімдік өсіреміз» сияқты ойларына кекесінмен қарап: «Біз бір нәрсені мойындауымыз керек. Ұлы теңіздің табанын шөппен жабу – таз адамның басына шаш шығарамын дегенмен бірдей нәрсе» [3], – дегені бар.

Журналист-эколог, «Аралға – араша» қоғамның мүшесі Х. Суханбердиннің ойы олардан да тереңірек: «Бүгінгі экологиялық жағдайға талдау жасау, оның зардабынан сақтану, шара қолдану, қоғамдық пікір туғызу үшін көпшіліктің білімі мен тәрбиесін көтеру керек. Ол үшін барлық оқу орындарында экологиялық білім беруді саяси-әлеуметтік деңгейге жеткізе білу қажет» [4].

Осы тақылеттес идеялар бұдан он шақты жыл бұрын көркем-әдеби тілмен, біріне екіншісі кереғар кейіпкерлерімен роман-диология түрінде айшықтар берілгеніне таңғаласың. Жоғарыда газеттердегі білдірілген жанашыр жанайқайды осыдан тура 20 жыл бұрын саналы өмірін де, қуатты шығармашылығын да теңізге тұтастай бағыштаған дарын иесі Ә. Нұрпейісов жоғарыдағы әріптес-ағасының ой-пікірін өзінің «Арал тағдырын ашық айтсақ...» тақырыпты публицистикасымен сол проблеманың өткірлігін асқақтата түскен. «Міне, мен Арал жайлы қалам тербеп отырмын. Мен үшін жер бетіндегі теңдесі жоқ қымбат та қимасым – Аралдың тағдырын сәл ойласам – болғаны, өте бір сәтті табылған экологиялық иман деген сөз сап етіп есіме түсетін болып жүр» [5] деп, бір жағынан, аталмыш мәселеге өзінің етжақындығын әйгілесе, екінші жағынан, проблемаға «экологиялық иман» тәрізді қазақи термин тауып бергенінің куәсіміз.

Жалпы, планета тірлігіне қатысты «экология» сөзі табиғатқа жасалып жатқан қиянат, зорлық-зомбылық процесі меңдей еніп бара жатқаннан кейін ғана ғылыми айналымда қолданыла бастаған-ды. Әдетте ғылымның жаңа саласы әуелі теория түрінде туатын. Алайда біздің мысалымызда назария-теорияның тәжірибе «алдын орап» кеткен жайы бар.

Ғылым тарихын, оның ішінде жаратылыстану саласындағы ғылым тарихын зерттеушілер «экология» атауын американдық публицист енгізгенін мойындаған. Сол термин иесі – Генри Давид Торо (1817-1862) оны «табиғаттану» мағынасында 1852 жылы өзінің бір мақаласында пайдаланған. «Табиғат – искусстваның нағыз жетілген туындысы» деген дәйексөзді ұран тұтқан американдық Тороның отандасы, оқымысты Дж. Марш «Адам және табиғат немесе Жаратылыстың физикалық-жағрапиялық жағдайларының құбылысына адамның ықпалы туралы» (1864) деген кітабында қолдау білдірген. Кейбіреулер біздің нысанамыздағы ғылым саласының негізін белгілі неміс биологы Э. Геккель (1834-1919) өзінің «Организмдердің жалпы морфологиясы» (1866) және «Әлем жаратылысының тарихи дамуы» (1868) деген еңбектерімен салды деп есептейді. Ал біздің ұстанатынымыз: «экология» сөзін тұңғыш қолданысқа енгізген авторға жеңістік беру.

Осы тұста американдық енді бір ғалым-қаламгер әрі маман-эколог Р. Риклефстің аталмыш тақырыпта жоғары оқу орнының шәкірттеріне арналған «Жалпы экология негіздері» оқу құралындағы: «Экологияның танымал сөзге айналғаны соншалық, оны не болса-соған айдар етіп таға салатын болдық. Егер біз табиғатпен қандай бір ымыраға келуге ұмтылсақ, онда көп жағдайларда оның ұсынған шарттарын қабылдауға мәжбүр боламыз» [6], – деген.

Әйгілі қазақ қаламгері Ә. Нұрпейісовтің әлемнің көптеген тілдерінде жарыққа шыққан «Соңғы парыз» диологиясы осы бер жағы – Қазақстан, ар жағы – жер шарының аясына ықпалын тигізетін бірден-бір проблеманың жүгін көтеруге «тәуекел» жасаған. Экология қаупі, автордың айтуы бойынша, – экологиялық иман. Бүгінде күллі жұрт болып үрейленіп-үркіп отырған атом, термоядролық немесе химиялық соғыстар экологиялық апат алдында жолда қалатынына кейбіреулердің зердесі жете бермейді. Бұл дегеніңіз – **жаһандық экологиялық ақырзаманды** сезе білмеушілік.

Әйтпесе, өз жеріміздегі ғана сарқылған жалғыз Арал емес, екі күннің бірінде Нарын құмында жасалып жатқан сынақтар, кеше ғана көзі өшсе де тау қойнауларында көмулі қалған, жартылай ыдыраулары мыңдаған жылға созылатын уран, плутоний элементтерінің қалдықтары жойылмаған Семей жері, бір мезгілде бірлі-жарымын былай қойып, ондаған зымырандарының тынымсыз зіркілі жер оятын Байқоңыр баурайы... Оларға күні кеше қосылған, ананың жатырындағы нәрестені хайуан қалпына келтіре бастаған Шиелі уран рудниктері... Бұларға қоса мемлекет жасырын жасап жатқан зерттеулер мен сынақтар... Бұлардың барлығы айналып-үйіріліп келгенде, экологиялық апаттың құранды көздері. Бұлар – АҚШ, Ресей, Ұлыбритания секілді монстрлардан бастап, күні бүгінгі Солтүстік Корея, Иран аймақтарындағы Әлемдік Экологиялық Жаһанданудың компоненттері екенін бар болмысымызбен сезінуге тиістіміз.

«Соңғы парыз» сол сұрқия шындығымызды былайша айшықтап береді: «Ал-бөтен бұның (дилогияның бас кейіпкерінің. – *А.Қ.*) жеке басына түсіп отырған нәубат болса екен-ау. Әрілесе, тек Арал өңіріне келген қасірет болса бір сәрі ғой... Ал мынау күллі қазақтың, қазақ халқының басына қара күн орнатқан, сұм заманның сұмдық зауалына айналып, етек алып барады. Әсіресе, кеше Арал тартылып, ана жақта – Семей мына жақта – Байқоңыр. Ол аз дегендей, Маңғыстаудың мидай жазық даласы мен Ақтөбенің қатпар-қатпар кәрі таулары, Орал мен Орданың шағыл құмдарына үсті-үстіне бомба жарып, ұлан-байтақ жер-су, ел-жұрт жаппай полигонға айналғалы бері бұл дүниеде қазақ татпаған у мен дерт қалды ма? Әне, жас ана құрсақ көтерсе, үзірлі, кеміс бала туып, ұрпақ азып барады» [7]. Біз алдыңғы абзацта бастан кешіп отырған қасіретімізді, құрғақ сөзбен салқын баяндасақ, әдебиет зергері осындай әшекейлі түрде ащы да болса ашық кескіндеме жасаған. Сезімтал оқырман жаны жазарманмен бірге егіліп отырары талассыз деп танып, мойындағың келеді.

Тұмса табиғатқа мұншама жабайылықпен шеңгел сылу, сол пайдкүнемдік пиғылын неғұрлым молынан жүзеге асыру үшін техника-жыртқыштың қыруар түрлерін жасап жатқаны әлемге аян. Соларды тұрмысқа ендіру жолында сан алуан жолдар мен амалдар қарастырылатыны жіті көз әр азаматқа аян. Алайда біз кәусар ауаны, шүйгін жерді, мөлдір суды кәдеге асырғысыз ғып жатқан арамза адамдарды емес, оның қолынан шыққан, тек игілік үшін жасалуы тиіс техникадан көретініміз – келеңсіздеу.

«Жаралы тұз қашағандарын да анталаған қорқауларың топ-топ. Олар «қансыраған» Аралдан да кірісін түгелдеп бағады. Диологиядағы ондайлардың «бас белсендісі» Әзімнің «ұлы ойы іске асып, бұлар дегеніне жетті бар ма, атақты Тұран ойпатының жақында пайда болған Арал ойпатына тың көтеруге жиналған, әлгі айналып кетейін қырық сідік Совет жастары күні ертең бір кісінің баласындай, бір ененің бауырын бөліп емген тел қозыдай боп, бір бөтелкені бөліп ішіп бір селеткені бөле-жара ащылап, туыс боп бауырласып шыға келер еді-ау!» [8]. Эзопқа бергісіз ойып түсетін тотияйын тілмен жазушының астарлап кескіндеген полотносы кім-кімді де бей-жай қалдырмас!..

Автор туған теңізінің басына төнген қасырет бұлты онан сайын қоюлана түскенде, халахуалдың қандай болатынына запыран қиял жүгірте түседі. Теңіз неғұрлым тартылып, жер неғұрлым азып, жайылған сайын Аралдың Әзім секілді жанашырсымақтары да соғұрлым «белсенділігін» арттыра түсері сөзсіз. Сондайда Үкімет те «құтқару шараларын» жасап, талай-талай төтенше комиссиялар құрар. Олар өз кезегінде қат-қат қаулылар қабылдар. Сөйлемдері орысша жасалған, «қазақ тілді» жобалар мен жоспарлар жарияланар. «Арал тағдыры – адам тағдыры» деген пәк-әдемі сөзді «жаңа қазақтар», «қара қазақтар» қызыл тілді қайраққа жаныпжанып алып, аңқау халық алдында ана мінбеден де, мына мінбеден де түспес. Бірақ тұз астында тұншығып жатқан сорлы өлкенің соры қайнаған халқына онан не септік болар?!.

Олардың бір «көсемі» Әзім: «...Теңіз астынан босаған пәленбай құнарлы жерге түгенбай мақта егеміз, күріш егеміз, ақшаңқан үйлер, сарайлар саламыз, скверлер, алаңдар, су атқылағыш фонтандар мен жасыл ағаш саясында ғашықтар үздігеді. Ит жетелеген әйелдер серуендейді. Баяғы ата-баба тұрсын, қазіргі ұрпақтың түсіне кірмеген ұжмақ өмір соңыра осы теңіздің түбінен босаған жерде гүл атады. Бүгінгі ұрпақ сол ұжымақты ақиқат көреді, көргенді айтасың, сол ұжымақта тіршілік кешеді, соған кепілмін»[9].

Автор романының өн бойында теңізді тек балық аулау көзі деп есептемейтінін аңғару оңай. Арал – осы аймақтың күллі жаратылыс-табиғатымен қабыса тіршілік жасап жатқан құдды бір тірі организм. Жағрапиялық, топологиялық жағынан қарағанда, төңірегін қоршаған қарағайлы, қайыңды орманы самсаған таулардан жұрдай, ана тұс, мына тұсында жыңғыл, сексеуіл қылтиған ысылдаған құм арасындағы жарқырап жатқан алтын алқа дерсің.

Роман жазылып жатқан тұста Өзбек Ғылым академиясының академигі С. Камалов: «Бүгінде бүкіл аймақ аса күрделі, апатты экологиялық жағдайды бастан кешіп отыр. Табиғат пен адамдар тура келген үш бірдей зауалға душар болды: климат құрғап, күрт континентальды бола бастады, жер мейлінше сортаңданып, құнарлылығын толық жоюда, егістік пен ауыз суға пайдаланатын судың сапасы күрт нашарлап кетті. Зерттеушілердің көрсетіп отырғанындай, Арал жағалауларының шөлге айналуы аймақ төңірегінен шығып, тез түрде кең ауқымды процеске айналып барады. Оның

сипатын бұған дейінгі қандай да бір бақыланған нәрселермен, оқиғамен ешбір салыстыруға болмайды. Сәйкессіздік етек алып, бүкіл экологиялық жүйе бұзылуда [10], – деп алғашқы айқайшылардың бірі болған. Публицистік дабыл жазылған, дәйексөз иесі, Өзбек ҒА Қарақалпақ филиалының төрағасының атап көрсеткен үш бірдей зауалды оның бауырласы, жазушы О.Әбдірахманов тап сол тұста «Аралым – дертім менің» атты публицистикалық мақаласында лирикалық-трагедиялық мақаммен былай жеткізген: «Сақи Арал жетпісінші жылдарға дейін Орта Азия мен Қазақстанның жанары секілді мөлдіреп тұрды. Сол өзін тойындырып тұрған екі емшектен біртіндеп айырылғаннан кейін, анасынан айырылған жетімдей, көз жасын ішіне жұтып, бірте-бірте семе бастады. Бұл дәуірді тілі мірдің оғындай бір жазушы: «Арал ғажайып ауыр ажалмен өліп барады» [11], – деп суреттеген. Біз айтып отырған романның бүкіл көтерген шығармашылық жүгі – экологиялық иман проблемалары автор тарапынан әдеби-көркем әшекеймен, образды түрде адал, ақеден оқырман көкейі қалаған шешімін тауып жатады.

Туындының оқырман сарайына енгеніне де бірсыпыра уақыт болды. Ол рухани өз бояуымен өмір ғұрпына да енді-ау деп білеміз. Осы сәтте еліміздегі аз санды жаратылыс жанашырларының бір көшбастаушысы, өз нысаның озық білетін академик Ә.Бейсенова «Экономика және экология» атты мақаласында: «Қазақстанның қазіргі экологиялық жағдайлары мәз емес екені көпке мәлім... Қазір эколог-кадрлар көптеген оқу орындарында дайындалады. Бірақ солардың білім сапасы, тәжірибе жинақтауы көңілге күдік ұялатады», [12] – деп жазды. Ал біздің пайымдауымызша, «Соңғы парыз» – аталмыш проблеманы әдеби-көркем кейіпте шешуге бірден-бір катализатор жүгін арқалауға дайын оқу құралына қосымша яғни құнарлы қазақ тілімен, ғажап сюжеттік шиленістермен орындалған әдістемелік шығарма.

Классикалық-психологиялық дилогияның аяқталар шенінде: «Есалаң сорлы, есіңді жый! Оңың мен солыңа қара! Басқаны ойламасаң да ойраны шыққан мына дүниенің ертеңі не боларын ойласаң еді? Осы дүниеге соңыра, өзіңнен кейін келетін сорлы ұрпақтың күні не болатынын ойласаңдар еді!» [13] – деген жолдар өлі мен тіріге бірдей үйірілген экологиялық иман ба екен?!.

Әдебиеттер

1 Бөкейханқызы Л. «Дала мен Қала». – 2006. – 02-24.
2 Дала мен қала. – 2007. – 21 қыркүйек.
3 Дала мен қала. – 2007. – 21 қыркүйек.
4 Алматы ақшамы. – 2007. – 27 қыркүйек.
5 «Аралым – арым, Балқашым – бағым» жинағы. – А.: Қайнар, 1988. – 42-54 бб.
6 Риклефс Р. – Основы общей экологии. – М.:Высшая школа, 1979. – 382 б.
7 Нұрпейісов Ә. Соңғы парыз. Роман-дилогия. – А.: Жазушы, 1999. – 49-50 бб.
8 Нұрпейісов Ә. Соңғы парыз. Роман-дилогия. – А.: Жазушы, 1999. – 271б.
9 Нұрпейісов Ә. Соңғы парыз. Роман-дилогия. – А.: Жазушы, 1999. – 124б.
10 Арал тағдыры. Жинақ. – А.: Қазақстан, 1989. – 79 б.
11 Арал тағдыры. Жинақ. – А.: Қазақстан, 1989. – 195 б.
12 Егемен Қазақстан. – 2007. – 13 қаңтар.
13 Нұрпейісов Ә. Соңғы парыз. Роман-дилогия. – А.: Жазушы, 1999. – 444 б

References

1 Bokeikhankyzy L. ‘Dala men Kala’ 2006-02-24:
2 ‘Dala men Kala’ – 2007- 21-09:
3 ‘Dala men Kala’ – 2007- 21-09:
4 “Almaty akshamy”-2007-27-09
5 “Aralym – arym, Balkashym – bagym” zhimagy. – A: Kainar, 1988. – 42-54 bb.
6 Riklefs R. – Osnovy obshchei ecologi – M.Vysshaya shkola, 1979. – 382 b.
7 Nurpeysov A. Songy paryz. Roman-dilogiya. – A.: Zhazushy, 1999. – 271 b.
8 Nurpeysov A. Songy paryz. Roman-dilogiya. – A.: Zhazushy, 1999. – 124 b.
9 Aral tagdyry. Zhinak. – A.:Kazahstan, 1989. – 79 b.
10 Aral tagdyry. Zhinak. – A.:Kazahstan, 1989. – 195b.
11 Egemen Kazahstan. – 2007-13.01.
12 Nurpeysov A. Songy paryz. Roman-dilogiya. – A.: Zhazushy, 1999. – 444 b.

UDC 070

K.N. Myssayeva

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty
E-mail: myssayeva.kn@gmail.com

The journalism education in Kazakhstan

Kazakhstan's primary location for journalism faculty is found at the Kazakh National University, the country's largest post-secondary institution. As such the faculty there are developing new state standards for the nation`s academic journalism programmes.
Keywords: journalism education, new standardars, academic journalism programmes.

Қ.Н. Мысаева

Қазақстандағы журналистік білім беру

Мақала Қазақстандағы журналистік білім берудің мәселелері мен перспективаларына арналады. Қазіргі кездегі журналистік білім берудің кәсіби біліктілігін көтеру жайлы ұсыныстар айтылады.
Түйін сөздер: журналистік білім беру, жаңа стандарттар, академиялық бағдарлама.

К.Н. Мысаева

Журналистское образование в Казахстане

Статья посвящена проблемам и перспективам журналистского образования в Казахстане. Автор дает рекомендации для улучшения качества журналистского образования в стране.
Ключевые слова: журналистское образование, новые стандарты, академические программы.

The power of Journalism to mobilize societies towards action has been recognized for many centuries. It is reflected by Napoleon Bonaporte`s famous words uttered in 1810: "A journalist is a grumbler, a securer, a giver of advice, a regent of sovereigns, a tutor of nations. Four hostile newspapers are more to be feared than thousand bayonets".

Kazakhstan's primary location for journalism faculty is found in 1934, at the Kazakh National University, the country's largest post-secondary institution. As such the faculty there are developing new state standards for the nation`s academic journalism programmes. In Soviet times, media workers produced only one university in Kazakhstan – KazNU. Back then there was a clear system of practical training for students in preparation for employment at newspapers and on television stations, which allowed reinforced the practice of journalism. In some universities, such rules still exist, but media outlets are not always interested in hiring these students.

According to the new experimental educational programme, an institute`s to undergraduate program must include a laboratory practicum of practical work in the fundamental disciplines, or modules. It helped to shape the student`s knowledge and skills in the area of journalistic working technologies, learning languages, content analysis, computer technologies, and disciplines or modules, of the elective portion, whose programs call for shaping the appropriate knowledge and skills among students. It contrasts to the second generation of country, the new experimental programme at KazNU is completely oriented toward the credit rating system. Academic standards have improved with the introduction of the Unified National Test. Under the Bologna Process, Kazakhstan has transitioned to the three-tier system of higher education with bachelor's, master's and Ph.D. degrees and the introduction of the European Credit Transfer System (ECTS) has improved student mobility (Mould, 2012). As the result of the democratic changes over the last 20 years, the development of the media in the Kazakhstan has acquired

new features that are not characteristic of command administration and direct government but of legal regulation that incorporates appropriate world experience. During the same period, Kazakhstan's media sector has expanded, fuelled by a growing economy and a middle class with more disposable income. Although some print media, faced with declining advertising revenue and government subsidies, are struggling, the television market has expanded, with the launching of new networks and regional stations. A shake-up in the sector is expected over the next three years as Kazakhstan prepares for the switchover to digital TV by 2015. Meanwhile, online and mobile media are growing and several media companies offer news on multiple platforms (Mould, 2012).

Historically, journalism in the Soviet Union was a subfield of literature and journalism education was conducted in faculties of philology (language and literature). Many journalism teachers have degrees in philology but little academic or professional experience in media. As in other countries, there's a basic conflict between academic and industry priorities. Universities and the Ministry of Education and Science want teachers with doctoral degrees and an active research agenda; the industry wants students to be taught practical skills in journalistic research, reporting, writing, and multimedia production (Mould, 2012)

Over the past period, Kazakhstan has made substantial investments in higher education under a multi-year program (now extended to 2020) to improve education. Many universities are stronger and healthier than in the 1990s, with higher salaries, funding for research, and opportunities for teachers and post-graduate students to study abroad. Academic standards have improved with the introduction of the Unified National Test. Under the Bologna Process, Kazakhstan has transitioned to the three-tier system of higher education with bachelor's, master's and Ph.D. degrees and the introduction of the European Credit Transfer System (ECTS) has improved student mobility. The Ministry of Education and Science has closed some underperforming universities and branch campuses, and instituted a more rigorous system of program and disciplinary accreditation. The private sector in higher education has expanded, but several institutions that did not meet standards have closed (Mould, 2012).

History has shown that the media acquire special importance the moment the paradigm of a society`s development changes and there is a change of ideology and the shaping of a new public opinion. During the same period, Kazakhstan's media sector has expanded, fuelled by a growing economy and a middle class with more disposable income (Mould, 2012). The importance of this theme is indisputable (Zhalilov, 2009) and well known to all whose line of work is associated with such an important aspect of international cooperation as working together in the sphere of media. Journalism education is essentially a service component of the market that determines the structure of the demand for the product of media education of highly skilled professionals. Today in Kazakhstan, there are two forms of journalistic education; higher educational institutions which depend on the Ministry of Education; and another focused on providing professional training sessions or courses which issue licenses and approve their academic programs.

The media industry needs to bear some responsibility for lack of professional skills. Few media organizations in Kazakhstan have invested resources in universities or training for their staff—either in-house or through professional media associations. Journalism students gain some experience through practical work and internships in media, mostly during the summer break. However, the criteria for placement, the work assigned to students and the level of faculty supervision and involvement vary widely. The challenge of finding quality personnel for the media industry is important not only for the Kazakh media market. Students from the first course must learn to treat information not as an instrument for his work, but as a way of life. This is especially true in the era of the so-called information society, where information becomes the basis, the leading factor of journalism education. For four years, students must learn to recognize the "world as text" and the "impossibility of the world outside the text."

Skepticism about the need for changes in the academic approach to preparing journalists is one of the biggest stumbling blocks to reform. Another is the bureaucratic nature of the university education system. It is obvious that without structural changes in higher education, journalism will continue to be in a state of crisis.

The effect of high-quality journalism education will be limited in the absence of the parallel development of independent media. Thus, they urged their governments to refrain from over-regulating profession. The problems of the profession and education

see many media executives and professionals. A poll conducted in the regional editions of Kazakhstan in 2009 (OCSE), showed that 71 percent of newspapers lacked professionally trained journalists, 55 percent of regional newspapers and 49 percent city newspapers. The survey called "professionally trained" journalists of regional media, conducted in 2009 revealed weaknesses in three areas:

• training in the social sciences (economics, law, sociology, etc.);

• practical professional knowledge (information retrieval techniques, knowledge

genres and styles, etc.);

• Knowledge of computer programs.

According the survey improvements in the training of journalists are clearly needed, in order to develop a more fact-oriented, investigative style of reporting that would represent an advancement over the more commonly used Soviet style of journalistic practice emphasizing "analytic" writing. As IREX's 2001 report noted, "The need for reform in journalism education is long overdue. But lack of resources, qualified staff, donor interest, and investment, together with authoritarian rule and the practice of journalism to promote interests rather than present objective news and events to the public, still plague this unre-formed society."

International donor organizations such as the U.S. Information Agency, the U.S. Agency for International Development, the UN Development Program, UNESCO, the Soros Foundation, the Eurasia Foundation, and the British Council organized some short-term and international training for practice journalists. According IREX notes better opportunities for training journalists in the areas of reporting, legal issues, marketing, and media management would be beneficial, based on the comments of the panelists.

Instead, discussions focus on journalism as about business as an instrument of propaganda, as a medium of advertising, as a means of informing the public as a way to distract the massage. While there is no understanding of the place and role of journalism as the cornerstone of democracy until the understanding of the place and role of the journalist as a person performing an important public duty, while journalism and journalists in the mass does not come close to this ideal, it is difficult to speak and rely on the overall meaning and the essence of journalism education. It is now that the media companies are going to cooperate with universities and develop a dialogue is the best thing that can give the media theorists and practitioners. The system of journalism education occupies an important place in the legal framework of journalism coursework. Here, however, also possible to resort to a utilitarian craft approach and teach students only how to avoid liability for copyright infringement, for the disclosure of sources of information, defamation and insult, as to prevent his dismissal from his job as a lie and not be punished. Knowledge of the law, its implementation in journalism, its features, procedures, trends, finally, their rights and responsibilities facilitates the professional activities of the media, and prevents violations of the law that are detrimental not only to journalists and editors, the subjects of articles and reports, and thousands readers and viewers.

Effective implementation of journalism is possible while creating a favorable legal environment for its development, that is, the rule of democratic law in the relationship of journalists and editors with public authorities, civil society and individual citizens. Establishing the rule of law, along with creating a supportive, transparent, predictable policy and regulatory framework reflecting national realities is necessary to create a people-centered information society.

Today in Kazakhstan, the core educational model is the university bachelor's degree in journalism. This model is used in the United States and other countries. Today, regardless of education and skills, journalists can find suitable employment. This is a far contrast from other professions. It also accounts for greta inconsistency between the media industry and universities on what is necessary knowledge.

The development of the Internet has even more democratized the field of journalism. In some developing countries, the role of journalists are limited to principles of social responsibility theory, while remaining independent of government and business journalists should respect and promote the national history, literature and culture, writing in the national language and support the positive development of society.

So, we can establish some general expectations that all journalists operate within the framework of political, economic and cultural boundaries. Universities have begun to change the duration of training programs and implement the European system of assessments and credits. But the most important thing. That is why the Bologna process draws attention not on the credits or years of training, but the results and

outcomes. And although journalism as a discipline has not yet been determined, most observers agree that a model should use international standards requirements, such as those recommended by EJTA or UNESCO.

The best journalists are the most educated journalists, who use research skills, academic accuracy and high ethical standards period. They need knowledge that underlies the traditional liberal arts and can be found in subjects related to history, culture, politics and science. The journalist who speaks only in technical skills or only a theoretical knowledge can not properly define "news" and its importance, much less teach it with precision and grace. Historically, journalism in the Soviet Union was a sub-unit of literature, so it was logical to pursue journalism education in the faculties philology. And while we can agree that reporters should be able to write in their national language and clearly, in compliance with the spelling and punctuation, there is a dispute as to the value of literature for journalism education. Professor David Mould from University of Ohio noted that enrollment in Kazakh-language journalism tracks (most universities offer two tracks, in Russian and Kazakh) is increasing. Even Kazakh academics admit that the educational and professional standards of Kazakh-language journalism teachers are often lower than their Russian-language counterparts, and so departments face a difficult dilemma: Russian-language teaching capacity may be adequate, but there are fewer students to teach; more students want to work in Kazakh-language journalism, but there are not enough qualified teachers".

Professor David Mould in his research about Kazakhstan journalism education system showed that he ministry requires faculties and departments to have a specified number of teachers with graduate degrees; those that do not will lose their state accreditation. Most working journalists have only a bachelor's degree, so the rule often prevents departments from hiring them. Even without it, attracting practitioners is a financial challenge; journalism in Central Asia is not a well-paid profession, but teachers' pay is even lower. At many universities, working journalists can do no more than give a few *pro bono* guest presentations, and supervise interns". Traditionally, courses in journalism were divided into specialization such as newspapers, magazines, television, radio and, more recently, online media. Although all students learn the skills of general subjects, collecting and transmission of information, it is assumed that they follow different paths in their careers and need different, specific to the medium, knowledge.

Today's journalists also need the skills to work on all types of media: the ability to take pictures, shoot video as well as adapt a printed article or TV report for online media.

In the Kazakh National University named after al-Faraby, faculty members are in the process of the curriculum of traditional journalism undergraduate majors including newspaper, magazine, air and online. In the class on the basics of reporting and writing, students shoot and edit video and learned building links online stories and links. Despite retaining some specialized courses, such as journal writing and stories, more future courses will include several types of media. Similar reforms or at least discussions are taking place around the world. In the future, specialization of a journalist can not be by medium alone.

Today, the fact remains that the Internet, mobile phones, Twitter and other new media are also sources of news. Most journalists use the Internet to gather information. Moreover, the so-called mainstream media has lost their monopoly on information. Due to the fact that Internet journalists are cheap (enough to write a blog or upload pictures or video from mobile phone), this type of journalism is becoming an important source of news in the developing world where traditional media are struggling to remain viable from a financial point of view. According the information Khabar Agency correspondent Adilya Noruzova: "34 percent of Kazakhstani people use Internet. The WORLD WIDE WEB involves in its networking. This global village, as people named Internet, has different residents, good and bad. The latter are the sites that propagandize terrorism, extremism, violence, drugs and child's pornography". Whether we like it or not, gossip on the Internet, social networking sites, popular journalism and communications on the mobile phone have become part of the media world. Journalists should play a key role in analyzing and directing the flow of this information and verifiable facts to the public. For this function, they should be able to work in various types of mass media.

Journalists working in an extremely complex world with many specialized areas of knowledge – in health, business, science, environment. One of the new trends in journalism education is to prepare students for specialization in the areas they cover,

by means of an interdisciplinary study or double degrees. Today faculty of Journalism at KazNU has more than ten agreement of cooperation of an interdisciplinary study. Major media have always had a topic on which reporters to specialize – in covering politics, business, literature and the arts. But most journalists are reporters on general subjects, with no specialized training.

One of the main problem is the professional development needs teachers. Media organizations need to offer the possibility of short-term (usually – in the summer) for teachers, and not just let them watch, but also to work as journalists, gaining new skills. Such a program also needs media training and development courses. Experienced journalists can help journalism educators to update the content of programs and subjects. Similarly, teachers can advise media organizations in the development of vocational training, including workshops and training sessions.

Over the 20 years of independence, Kazakhstan has seen positive developments in the field of mass media and in the field of journalism education. Journalism remains a popular area of education for many young people, and the media industry has expanded significantly, creating new jobs. Today journalism education prosperous and the government has wisely committed revenue to higher education. But change in journalism area of education comes slowly. Against this background, we must remember that the university has been here a long time, and must take responsibility for educating the next generation of journalists. That means reforming curriculum and improving teaching, in particular the practical courses. At the same time, as resources – financial and human – are still the main obstacle, it is argued here that there is little reason to be hopeful because of the change in the position of journalism teacher and, in some cases, the position of university administrators.

References

1 David Mould, Independent Media Trainer and Consultant and Professor Emeritus of Media Arts and Studies at Ohio University, USA, *Media professionals training, journalism education, and communication for development (C4D). www.unesco.kz/_files/39_Agenda_EN.doc*

2 Kazakhstan Press, Media, TV, Radio, Newspapers – television www.osce.org/ru/fom/41761

3 A New Course of Action for Journalism | Central Asian Republics centralasia.usaid.gov/kazakhstan/our www.pressreference.com

4 20 Years Later: Kazakhstan, By Karla Jamankulova. www.globaljournalist.org/.../20-years

УДК 007 : 304 : 070

Б.Н. Носова

Киевский национальный университет им. Тараса Шевченко, Институт журналистики, Украина, г. Киев
E-mail: dananosova@ukr.net

Изучение зарубежной журналистики: баланс традиций, новые имена

Статья посвящена проблемам изучения творчества новых персоналий в рамках курса зарубежной журналистики. Акцентируется внимание на текстах Дж. Барнса, У. Эко, книге-интервью В. Горбулина, книге-диалоге Ф. Штерна и Г. Шмидта. Инициируется попытка представить модели будущего журналистики на основе анализа зарубежных исследований.
Ключевые слова: журналистика, книга-диалог, книга-интервью, коммуникация, публицистика, текст.

B.N. Nosova

Study of foreign journalism: balance of traditions, new names

The article is devoted to the study of works of new personalities in the frames of training course of Foreign Journalism. The attention focuses on texts of J. Barnes, U. Eco, book-interview of V. Gorbulin, book-dialogue F. Stern and H. Schmidt. Was initiated an attempt to present models of future of journalism on the basis of analysis of foreign researches.
Keywords: Journalism, book-dialogue, book-interview, communication, opinion journalism, text.

Б.Н. Носова

Шетел журналистикасын оқыту: дәстүр сәйкестігі, жаңа есімдер

Мақала шетел журналистикасы курсы аясындағы жаңа тұлғалардың шығармашылығын зерттеу мәселелеріне арналған. Дж. Барнс, У. Эко мәтініне, В. Горбулинаның сұхбат-кітабына, Ф. Штерн және Г. Шмидтің диалог-кітабына негізделген. Шетелдік зерттеушілер еңбегін талдау негізінде болашақ журналистика моделін көрсетуге талпыныс жасалады.
Түйін сөздер: журналистика, диалог-кітап, сұхбат-кітап, коммуникация, публицистика, мәтін.

Вопросы изучения зарубежной журналистики рассматриваются нами в ключе всеобщего интереса различных научных школ к будущему журналистики в XXI веке. Технологические изменения в средствах передачи информации влекут за собой новые модификации самого контента новостей. Ученые спорят о том, что именно важнее: новость или комментарии к ней. Есть отдельные попытки соединить эти две позиции в подаче и оценке. Это касается Интернет изданий.

Очевидным становится тот факт, что появляются новые персоналии зарубежной журналистики, произведения которых заслуживают пристального изучения, так как затрагивают много актуальных тем, созвучных быстро меняющемуся времени. Цель этой статьи проследить необходимость инновационного подхода к изучению/преподаванию зарубежной журналистики. А также мотивировать возникшую потребность в обновлении курса зарубежной журналистики. Связывая это не только с развитием журналистики, начиная от жанровых изменений, и до многоформатных произведений, а и с появлением новых актуальных произведений.

Интересные изменения претерпевают печатные СМИ. Возьмем, например, распространенный жанр – интервью. Существует большой ареал научной литературы, отображающий развитие жанра. Но в последнее десятилетие появилось много книг, изданных в форме интервью. В Украине стала популярной своеобразная исповедь-интервью академика В. Горбулина «Без права на покаяние» [1]. С ним беседуют эксперты в области вооружений В. Бадрак и С. Згурец. В рецензии издания дипломат, писатель Ю. Щербак отмечает, что «книга состоит

из двух взаимосвязанных пластов: проблем национальной безопасности во всей их сложности и остроте, учитывая глобальные вызовы XXI века и попытки вытолкнуть Украину на обочину европейского «мейнстрима»; и оценки деятельности известных украинских государственных деятелей, претендующих на свое место в истории (некоторые его уже заняли)» [2]. Системную оценку развития отношений Украины и РФ в годы независимости, которую дал В. Горбулин, Ю. Щербак называет интеллектуальным и гражданским мужеством. Тематика этого объемного интервью, на наш взгляд, вполне созвучна современным программам обучения журналистов-международников. Жанрово и тематически эта книга-интервью академика В. Горбулина имеет определенное значение для модернизации курса зарубежной журналистики.

Обращает на себя внимание и появление книг-диалогов. Это не интервью в чистом виде, но собеседники пользуются приемами интервью. Нам уже приходилось делать аналитический обзор коммуникационного диалога интеллектуалов, сосредоточенного под обложкой с названием «Наша эпоха». Это произведение – результат общения известного немецкого политика Г. Шмидта и историка Ф. Штерна. Их рефлексивные размышления о современной истории нами рассматривались как публицистика в состоянии коммуникации, обсуждение общественно значимых, актуальных тем с историческими отступлениями, портретными характеристиками их современников, цитированием философских произведений.

Появление книг-диалогов, книг-интервью актуализировало исследования изменения жанра, который изначально использовался в газетно-журнальной публицистике, а потом занял ведущие позиции в теле- и радиожурналистике, Интернет-изданиях. Опираясь на уже существующие в Украине исследования в области коммуникации, принадлежащие В. Иванову, С. Квиту, Г. Почепцову, В. Ризуну, а также принимая во внимание работы М. Житарюка, В. Здоровеги, Б. Потятыника, касающиеся развития украинского журналистиковедения, можем наметить новую платформу изучения зарубежной журналистики, привлекая ее современные актуальные тексты для научного анализа. Исследования будем проводить методами контент-анализа и дискурс-анализа.

В книге-диалоге Ф. Штерна и Г. Шмидта – пристальное обсуждение различных аспектов процесса объединения двух Германий. Спрашивая друг друга о тех событиях, они формулируют ответы как отдельные сюжеты сопровождающиеся воспоминаниями и дискуссиями. Политические портреты Л. Брежнева, Э. Хонеккера, Г. Коля, в их беседе выразительно дополняют картину посткоммунистического реформирования Центрально-Восточной Европы.

Ф. Штерн акцентирует внимание на одном из главнейших достижений Европы: «Впервые за последние пятьсот лет больше не существует вероятности большой европейской войны. Это действительно достижение мировой истории! Хотя оно остается не до конца осознанным» [3, с.285].

Если перечислить небольшой ряд произведений современности, например «Наше постчеловеческое будущее» Ф. Фукуямы, «Жаркий, плоский, многолюдный. Кому нужна «зеленая революция» и как нам реконструировать Америку» Т. Фридмана, «Полный назад! «Горячие войны» и популизм в СМИ» У. Эко, «Письма из Лондона» Дж. Барнса то, несмотря на то, что написаны они разными авторами, их объединяет тема человека в глобализованном мире.

В сборнике У. Эко «Полный назад» есть статья «Сценарий для Европы». Как пишет автор, идея произведения принадлежала Ю. Хабермасу, который предложил Д. Ваттимо, Ж. Деррида, А. Мушгу, Ф. Саватеру, Р. Рорти, У. Эко опубликовать программную статью. Нарративы европейского будущего, выдвинутые У. Эко, нашли место в новых интерпретационных понятиях и обсуждаются в научных спорах по сей день. Кстати, он надеялся, что правительства воспримут прогнозы видных европейцев, поскольку так «утопии могут стать реальными гипотезами на фоне меняющегося миропорядка» [4, с.74].

Какой бы общественной темы не касался Дж. Барнс, в его публицистике нередко присутствует высокий смысл защиты истинной английскости – что тождественно национальному патриотизму. Интересны также своей сюжетной разноформатностью и образностью статьи, посвященные британскому парламенту, деятельности премьер-министра М. Тэтчер. Присущая автору интертекстуальность, плавно и логично переплетается коммуникативными рефлексиями.

Гипотетически можем предположить, что инновационные изменения в изучении текстов современной зарубежной журналистики послужат продолжением коммуникативного диалога, который присущ произведениям мировоззренческой журналистики XXI века, созданной украинскими авторами. Среди них выделяются эссе, статьи, интервью писателей О. Пахльовской, Н. Рябчука, И. Дзюбы, О. Забужко. Продолжить перечень можно называя имена украинских журналистов, чей расширенный интеллектуальный и профессиональный интерес к истории своей страны и прогнозам ее будущего развития пополняет качественный публицистический ряд современных СМИ. Эту позицию можно подкрепить акцентами исследователя массовой коммуникации С. Квита на универсализме журналистской профессии: «Журналисты занимают особенное место в системе массовых коммуникаций, поскольку они являются профессиональными коммуникаторами. От их профессионализма зависит налаживание связей между различными группами общества, состояние мас-медиа, взаимообмен различными точками зрения, информацией, опытом, процесс самоорганизации и прочее» [5, с.94].

Наше обращение к проблемам современных медиаисследований, естественно, не может базироваться только на жанровых изменениях. В этой статье, на наш взгляд, необходимо очертить те тенденции, которые активизировались в связи с глобализацией коммуникации, рождением новых продуктивных идей в журналистике. Немного перефразировав очень тонкое высказывание О. Забужко о сущности ее новой книги, можем утверждать, что один лишь перечень этих тенденций – это «линк в неизвестное», за которым пойдут более глубокие и масштабные проникновения в сущность именно этой проблематики медиаисследований.

Украинская газета «День», освещающая общественно-политическую тематику, вслед за образовательным Интернет-сайтом «MediaSapiens» опубликовала мнения некоторых зарубежных экспертов относительно того, что принесет журналистике 2013 год. Опрос был сделан в рамках проекта Фонда Неймана Гарвардского университета и касался мировой журналистики.

«Из комментариев экспертов очевидно – и эта тенденция чувствовалась и в прошлом году, – что часть подходов, которыми западные журналисты руководствовались еще пять лет назад (а украинские стремились внедрить в свое медиа-пространство), себя исчерпала. Сегодня недостаточно представить две точки зрения и «умыть руки». Нужны смыслы, акценты, в конце концов – позиция. Гражданская позиция – как бы не боялись этого понятия некоторые отечественные медийщики», – утверждает газета «День» в своем предисловии к подаче высказываний экспертов [6, с.20].

Лаура Амико, основатель и редактор «Homicide Watch D.C.» высказала мысль о том, что в 2013 году мейнстримом станет «журналистика решений». «Журналистика решений – это сообщение и рассказ о путях решения проблем общества, предложение идей для изменений. Она строит сообщество, объединяет людей, дает инструменты для организации диалога, создает открытое пространство для разговора», – таково мнение эксперта [6, с.20]. Стоит предположить, что вслед за этим могут появиться исследования и выводы, что же собой представляет «журналистика-решений».

Интересный поворот развития диалога – общения, коммуникации между потребителями информации и журналистами, предложила редактор сообществ в «The Globe and Mail» Дженифер Макмилан: «Мой прогноз, что в 2013 году интерактивное видео в медиа будет правилом хорошего тона. Если в конце 2013-го веб-сайт не предложит пользователям смотреть видеодебаты и взаимодействовать в реальном времени – он проиграет. Пользователи не хотят читать дискуссию или собственноручно набирать комментарий, если они просто могут смотреть в вебкамеру или ай-фон. Им нужен настоящий диалог и зрительный контакт друг с другом и с журналистами» [6, с.20].

Экономический редактор «The Guardian» Хейди Мур считает, что «журналистам будут платить не за сенсации, а за контекст информации, за ее организацию в вид, который лучше всего подходит читателю, за презентацию на разных медиа-платформах. Домашняя страница новостийного сайта должна быть больше похожа на периодическую систему химических элементов, с ячейками полезной информации, которая сгруппирована по виду, а не по дате публикации... Вместо того чтобы думать о «новостях», журналисты будут задумываться над акцентами... Рекламодатели, в свою очередь, будут

иметь лучшее представление о целевой аудитории» [6, с.20].

Акценты на качестве контента присутствуют во многих оценках, даже, если это касается технической модернизации: «Некоторые смекалистые медиа-компании поймут, что планшеты могут выполнять функции ресивера цифрового телевидения. Загрузив туда новостийные дополнения и обеспечив качественный контент, их можно давать в аренду на месяц, если подписчики не хотят тратить сотню долларов для покупки такого планшета», – считает Марк Кетчес, редакционный директор Центра расследовательской журналистики [6, с. 20].

Модели будущего журналистики напрямую подсказывают, какими могут быть новые направления исследований в области зарубежной журналистики. На наш взгляд, в этой статье мы только очертили неполный круг авторов и направлений, изучение которых послужит инновационным началом модернизированного сегмента изучаемого в украинских вузах курса зарубежной журналистики.

Литература

1. Горбулін В. Без права на покаяння. – пер. з рос. М. Рубанець; розпитували В. Бадрак, С. Згурець. – Х.: Фоліо: Defense Express Library, 2010. – 383 с.

2. Щербак Ю. Гірка правда Володимира Горбуліна // День: Щоден. всеукр. газ. – 2009. – 24 липня. – http://www.day.kiev.ua/uk/article/nota-bene/girka-pravda-volodimira-gorbulina

3. Штерн Ф., Шмідт Г. Наша епоха. Діалог; пер. О. Ушкалов. – К.: Темпора, 2011. – 318 с.

4. Эко У. Полный назад! «Горячие войны» и популизм в СМИ; пер. с итал. Е. Костюкович. – М.: Эксмо, 2007. – 592 с.

5. Квіт С. Масові комунікації: Підручник. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 206 с.

6. Що чекає на ЗМІ 2013 року? // День: Щоден. всеукр. газ. – 2013. – 11–12 січня. – С. 20.

References

1 Gorbulin B. Bez prava na pokoyanya. – Per. s ros. M. Rubanets; rozpituvali Badrak B. S. Zgurets. – Em.mus: Folio: Defensio Express Library 2010. – 383 s.

2 Xherbak Yu Girka pravda Volodymyr Gorbulina / / Den: Schoden. vseukr. Gas. – 2009. – 24 Lipnya. – http:// www.day.kiev.ua/UK/article/nota bene-/girka-pravda-volodimira-gorbulina.

3 Severus, F., G. Shmidt noster solet. Dialog Math. O. Ushkalov. – K: tempora, MMXI. – CCCXVIII p.

4 Eco U. Polnyi nazad! «Coriyashiye vvoyni», I populism v SMI; per. Ital. E. Kostyukovich. – M: EKCMO, 2007. – 592 s.

5 Kvit S. Masovi komunikatsiї: Pidruchnik. – K: Vid. dim «Kiєvo-Mogilyanska akademiya», 2008. – 206 s.

6 Scho chekaє na 2013 roku? / / Den: Schoden. vseukr. Gas. – 2013. – 11-12 sichnya. – S. 20.

ӘОЖ 821.512.122.09

А.А. Абиыр

С. Демирел атындағы университет, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail: abiyr@mail.ru

Жастар поэзиясының көркемдік әлемі

Мақалада тәуелсіздік жылдарындағы қазақ поэзиясының көркемдік сипаты мен жанрлық-поэтикалық-мәтіндік ерекшеліктеріне жан-жақты зерттеу жүргізген. Дәстүр негізінде қалыптасқан тәуелсіздік жылдарындағы жас ақындардың шығармаларындағы жаңашылдықты көркем тұрғысынан бағалап, ақындардың лирикалық өлеңдеріне тән көркемдік өрнектерді анықтай отырып жаңа заман поэзиясына көркемдік-стильдік тәсіл болып қалыптасуын зерделеді.
Түйін сөздер: поэзия, лирика,көркем бейнелер,лирикалық қаһарман.

A.A. Abiyr

Art world of young poets

The social, political and cultural changes that took place in the society following Kazakhstan's gaining independence have been generously inspiring the Kazakh poetry. The innovative ideas born in the period known as the *Years of Independence* became another phase of spiritual renaissance, bringing in fresh viewpoints in the creativity and arts to the Kazakh literature. All of the global changes and social antagonisms, such as political and socio-philosophical, mental and psychological problems have been being reflected in various forms in the Kazakh poetry since 1991.This article primarily focuses on: comprehensive research into the art forms and scenic-poetical-textual aspects of the Kazakh poetry of the independence years; consideration of poetical aspects of the poetical works written during the independence years and determination of the place of some poets' oeuvres in the history of the Kazakh literature; evaluation of novelty in the traditional poetry of the independence years in terms of their artistic values and analysis of creative aspects of the poets' lyrical works through identification of their individual artistic devices.
Key words: poetry, lyrics, figurative pattern, mythological thinking, lyrical character.

А.А. Абиыр

Художественный мир молодых поэтов

В данной статье рассматривается творчество молодых поэтов, анализируется новаторство и новизна современной казахской поэзии. Раскрываются особенности творчества молодых поэтов, вклад поэтов в развитие казахской поэзии, а также поэтические особенности стихов и поэм.
Ключевые слова: поэзия, лирика, образные картины, лирический герой.

«Қазақтың халық поэзиясында табиғат суреті, жаратылыс көріністері үлкен орын алды. Бұлай болу заңды да. Сахарада көшіп жүрген, күнделікті өмірі жазда, күзде тіпті, жыл бойы дерлік кең далада, төңкерілген ашық апан астында, өзен -судың жағасында өтетін елдің өзін ұдайы табиғаттың аясында, құшағында отырғандай сезіну таңғаларлық нәрсе емес» – дейді теоретик ғалым З. Ахметов. Шындығында да табиғатпен барынша жақындық ондағы құбылыстардың қыр-сырын ұғатын аңғарымпаздыққа жетелейді. Адамзат тірлігінің негізі табиғатта жатыр. Адам мен табиғат – күллі өнер туындысының нысаны. Әсіресе сыршыл өлеңде табиғаттың әрбір сәті түрлі тәсілмен жырланып, өзгеше бітімді көркем бейнеге айналды. Соның мысалы ретінде қазіргі

© 2013 Al-Farabi Kazakh National University

лирикамыздағы Ай мен Жұлдыздың бейне (персонаж) дәрежесіне көтеріліп, кескінделуін бір топ жас ақындармыздың поэзиясынан аңғарамыз.

XXI ғасырда поэзияға ағалары салған бағытты одан әрі дамыта бастаған, жаңа серпін, серпіле екпін бере алатын жас шайырлар келіп енді. Лирикада адам мен табиғат арасын кіріктіру, шендестіре бейнелеу үлкен поэтикалық зерделеуді қажет етеді. Қазіргі қазақ поэзиясындағы табиғат лирикасы жаңа дәуірлеу кезеңінде. Табиғатты сананың призмасы арқылы адам мінезінің қыр-сырымен салыстыра суреттеу, адамның жақсы-жаман іс-әрекеттері арқылы көрсету, тұлғалық деңгейдегі көрінісі дәрежесінде беру бүгінгі жастар поэзиясында жақсы игеріліп келеді.

Ежелгі ерте дәуірден адам өзін қоршаған орта – табиғатпен қарым-қатынас арқылы тылсым дүниенің сырын түсінуге тырысып, өзі таба алмаған дүние жауабын табиғаттан алған. Өзінен тысқары ұлан-ғайыр кеңістікті алып жатқан табиғат күшінен сескеніп, оның сыры көп жұмбағын шеуге ұмтылуы адамзат баласының әуелдегі шешімі еді. Адамзат әуелі табиғаттан үйренді, жаратылыстың адамға алғаш үйреткен қасиеті танымдық қабілет болды. Табиғат поэзиясы әр ұлт ұғымына, тіршілік, тұрмысына байланысты дамиды. Қоғам, заман өзгергенімен, табиғат сол сәби, бейкүнә, уыз қалпында қала бермек.

XXI ғасырда поэзияға ағалары салған бағытты одан әрі дамыта бастаған, жаңа серпін, серпіле екпін бере алатын жас шайырлар келіп енді. Лирикада адам мен табиғат арасын кіріктіру, шендестіре бейнелеу үлкен поэтикалық зерделеуді қажет етеді. Қазіргі қазақ поэзиясындағы табиғат лирикасы жаңа дәуірлеу кезеңінде. Табиғатты сананың призмасы арқылы адам мінезінің қыр-сырымен салыстыра суреттеу, адамның жақсы-жаман іс-әрекеттері арқылы көрсету, тұлғалық деңгейдегі көрінісі дәрежесінде беру бүгінгі жастар поэзиясында жақсы игеріліп келеді.

Бұлт-бұлт ойнап түтіннің күс білегі,
Тарамай тұр төбеде түс түнегі.
Зұлмат тұман еңсесін езе түсіп,
Тұмауратып, кәрі тау түшкіреді (1, 4)

Сірә, көздің «көлі» – мұң,
Кетер одан Ай ұлып. (2, 30)

Жел жүгірді етекте батылдана,
Үнсіз жатыр жер деген ақылды ана.
Ақ көрпеге орнған бәйбішедей,
Аппақ қарды жамылып жатыр дала.
(3, 15)

А. Блок тұжырымына сүйенсек, «Жай адамның көзі ажырата алмайтын қырларды шалса, табиғаттың бергі қабатын ғана көрмей, оның әр жағындағы сырды ұғып, сезінсе, сол адам – суреткер» (4, 123) Жоғарыда келтірілген өлеңдерден мезгіл көрінісін түйсінудегі асқан сезімталдығына, сезінгенін бейнеге айналдырудағы шеберлігіне ерекше назар саламыз. Уақыттың бір мезетін суреттегенде ақын табиғаты танып қана қоймай, оны өз әлеміне қарай икемдеп, бойына сіңірді. Бұл жерде Белинскийдің мына бір пікірін келтіре кетсек: Лирикада субъект затты өзінің аясына алып қана қоймай, оны ерітіп, іші-бауырына тартып алады... Лирика мылқау түйсікке тіл бітіріп, образ береді, оларды ыстық, тар кеуденің қысымынан көркем өмірдің тың әуесіне шығарып, өзгеше өмір береді.

Ақын Алмас Темірбайдың табиғат лирикасына жазған өлеңдерінің ішінен, Ай бейнесіне тоқталсақ. Ақында табиғат Алмастың көңіл-күйімен, толғаныс-шерімен бірге өріліп кете барады, яғни тақырып негізі – адам бейнесі де, оның образын ашуда табиғат элементі, көбінесе ай, күн, түн символикалары беріледі.

Мифологиялық ойлау дәуіріне тән мифтік санада күллі табиғат тірі, саналы рух түрінде қабылданады. Адам мен табиғат тепе-тең, ойлау, қайғыру, қуану сияқты сезім күйлерін адамға тән екені сияқты табиғатқа да тән деген сенім көркемдік ойлау жүйесіндегі бейнелі, астарлы, ишаралы мәндерге негіз болғаны белгілі. Тақырыпқа арқау болып отырған ай да сол табиғат құбылысы, нақтылай айтқанда оның бір сәті, мезеті. Ақынның «Пешене» деген өлеңіндегі негізгі мотив ретінде адам өз ойымен өзі сырласып, сыртық дүниенің де дерегімен қарсыласа отырып, «Өзімнен қашамын ба Өмірден қашамын ба?» – деген риторикалық сұрағының жауабына Өзге (Өзге – бұл жерде басқа адам, қоғам) мен Өлімді келтіреді. Өлеңдегі негізгі ортақ жауап:

Ұмтылып жарыққа бір,
Қашқанда қайда барам?!

Қара жер – алып қабір,
Басына Ай қадаған, –

деген өлең жолымен беріліп, осындағы Ай бейнесі өлеңнің анықтаушысы ретінде беріліп тұр. Өлеңдегі Ай – заттық бейне, бірақ поэтикалық тұрғыдан қарасақ, қара жердің жарығы, шырағы рөліндегі анықтамаға ие.

Айға байланысты образдарды қазіргі ақындардың поэзиясынан жиі ұшырасатынын атап айту керек. Ай лирикалық субъект ретінде қабылданады. Ай, әрине, бірінші ақиқат өмірде түнде көрінетін, сәуле шашатын, шағылысатын, өз формасын, фазасын өзгерте алатын аспан денесі. Айдың концептуалдық мағыналары:

– ай адамазат баласына тән эмоцияларды сезінетін тіршілік иесі;

– ай уақыттың қозғалысымен байланысты;

– ай күнге қарама-қарсы.

Интерпретациялық мәнде «Ай» эмоционалды және эстетикалық мағынадағы компоненттер. Эмоционалдық концепт тұрғысынан Ай лирикалық субъектінің эмоционалдық көңіл-күйіне жағымсыз әсер етеді. Айдың доминантты эмоциялары: мұң, қайғы, жалғыздық, күйзеліс, шарасыздық, жан ауруы. Кейбір ақиқат дүниелер адам санасындағы эмоционалды, аффективті көңіл-күй арқылы, ішкі сезім арқылы танылады.

Эстетикалық концепт тұрғысынан Ай- көркем танымда сезімдік бейнелеу әрекеттерінде белсенді қызмет атқарады. Айдың сәулесі, шуағы, сыршылдығы, жұмбақтығы, сұлулығы эстетикалық категорияда ерекше бейнелі. Маралтай Райымбекұлының өлеңдерінде Ай ақынның эмоционалдық көңіл-күйіне ерекше әсер ететіні көреміз.

Ай толғанда басым байлап пәлеге,
Жан ауырып, жалғыз қалдым және де.
Толған Айдың толқынынан көрдің ғой,
Менің демім өрт шарпып тұр әуеге

Сен мені жатырқама, жарық Айым,
Бұлттан шық, ақ нұрыңды жамылайын.
Аққудай бір қыз бар еді, ақ маңдайлы,
Алысқа ұшып кетті-ау неғылайын?! (5, 10)

Алмат Исаділдің «Мұңайыс» өлеңінде:

Көктегі Айға ұмсынып,
Айтып ем, сеніп сырымды,
Жұлдыздар және күрсініп,
«Мұңдығой» деді, жырымды. (6 ,6)

Ерғали Бақаш «Сынық Ай сырын ашпайды»

Сынық Ай сырын ашпайды,
Кірбің көңілі тазармай.
Ойларым аулақ қашпайды,
Жақсы бір өлең жазардай (7,97).

Алмас Темірбай «Ай туардағы жыр» өлеңінде:

Есірке, ескі Айым,
Жарылқа, жаңа Айым.
Қызарып батсыншы кеш дәйім,
Ағарып атсыншы таң ләйім (8, 14) –

Қазақтардың ұлттық болмысында Жаңа Ай туған кезде айға сәлемдесу, яғни бір айдан екінші айға аман-есен жеткеніне амандасу арқылы Аймен диалог, тілдесуі исламға дейінгі дәуірден келе жатқан дәстүр екені белгілі. Ай – мұсылмандық салтымыздың символикасы. Ақындардың Айға «дұға оқытып» қоюы кездейсоқтық емес.

Қазақ өлеңіндегі жиі кездесетін Ай образы ұлттық әдет-ғұрыптан бастау алады. Ата-бабалардың ерте дүниедегі Тәңірге сенуінен бастап, бертінгі исламға кіргеннен кейінгі дәуірлерде де Ай бейнесі ерекше тотемдік белгіні білдірген. Адам айға сеніп, ол туралы тұтас бір дүниетаным философиясын тудырған. Түркілер табиғатты жатсынып, жатырқап, оны бөле-жара алып қарамаған. Халық аспанға, жерге, күнге, айға, отқа, суға сыйыну, табыну сияқты тәңірлік, сиқырлық, имандылық дәстүрді қалыптастыра отырып, өзінің наным-сенімдерін бекітті. Соның бір объектісі – Ай. Айға сену, оны пір тұту, ай арқылы тілек білдіру, бата беру ғұрпы енді. Екіншіден, Ай – түн-түнектен құтқаратын, қараңғылықтан қорғайтын, адасқанға жол сілтейтін бағдар ретінде де адамдар санасында жақсылықтың нышанына айналды. Осыған дәлел ретінде Алмастың «Ай» атты өлеңінде:

Бісімилла, бісімилла... жата ғой,
Қатты ұйқыға, тәтті ұйқыға бата ғой.
Бүгін ғана толған Айдай толықсып,
Ертең жаңа таңым болып ата ғой –

деп өлеңін бастаған ақын бүлдіршін қызының кешке ұйықтар алдындағы «Көке, маған айды алып берші» деген сұрағына жауап ретінде ай туралы тамаша суретті бейнелейді. Қазақы сана-

сының ғасырлар бойы жинақталған бар ұғымын, нанымын өлеңмен өте шебер өрнектейді.

«Әке, сені мен көтеріп тұрамын,
Алып берші, ойнаймын...», – деп жыладың.
Ай дегенің – ата-баба арманы,
Ал арманмен ойнамайды, шырағым!.. (8: 14)

Өлеңін «Енді, балам, тәтті ұйқыңа бата ғой, түсіңде өзіңе айды әперген әкеңді көретін бол» деген тілекпен аяқтаған Алмас бүлдіршінге бата берген ақсақал бейнесінде көрініп, ай мен адам ұқсастығына шәк келтірмейді. Киелі затқа, құбылысқа, болмысқа табынуды ғылымда фетишизм дейтін болсақ, Алмас осыны поэзияда әсем әспеттеген. Қазіргі қазақ поэзиясында ай образы тұтас типтік бейнеге айналып, жас ақындар шығармаларында ерекше орын алады. Ақындар Айды адам ретінде қабылдап, ақын ретінде өзінің сырын бөліседі, мұң-шерін тарқатады.

Нән қалада көп адастым қайғырып,
Қылығымды қызықтады Ай күліп (6,61)

Ай жатыр. Жылжымайды,
Тұншығып кім жылайды?..

Толған айдың толқынынан көрдің ғой,
Менің демім өрт шарпып тұр әуенге
(Райымбекұлы 2001: 15)

Кейіптеу тәсілі лирикалық поэзияда әр түрімен, сан қырымен қолданылып келеді. Адамның көңіл күйін, әрбір сәттегі толқуы мен толғанысын, қуанышы мен мұңын табиғат құбылыстары арқылы бейнелеп көрсетуде кейіптеу тәсілі жетекші орын алады десе де болады. Ай мен күн, жел, түн, өзен, гүл сияқты табиғаттағы заттар мен құбылыстар көркемдік ойлау жүйесіндегі адамға тән іс-әрекеттерімен ауыстырылып, салыстырылып, егізделіп көрсетіледі. Мұндай қолданыстардың арасындағы байланысты тағы да көне дәуірдегі таным, басқаша айтсақ, мифтік сана үстемдік еткен дәуірдегі мифологиялық ойлау жүйесі мен адамзат санасы өскен тұстағы көркемдік ойлау жүйесі арасынан іздеу заңды. Кейіптеу – лирикалық қаһарман болмысын ашудың бірден-бір жолы. Қазіргі поэзия үлгілерінен жаңғыртыла, жаңартыла жасалған кейіптеулерді молынан ұшыратуға болады. Кейіптеу туралы сөз қозғағанда ең әуелі табиғат құбылыстары мен заттарының суреттелуінен тоқталсақ, поэзия тілінде аспан, бұлт, түн, жел, т.б. ұғымдар адамға тән іс-әрекетпен көрсетіледі. Көңіл күй құбылыстарын, күйініш-сүйеніш сезімдерін өлең тілімен өрнектеу ақыннан шеберлікпен қатар сезімталдықты, аңғарымпаздықты талап ететіні ақиқат. Қазіргі лирикамыздағы тіл кестелілігі, бейнелеу шеберлігі мәселесін ауызға алғанда бірден кейінгі буын өкілі – Маралтай Райымбекұлы есімі. Ақын өлеңдерінен мысал келтірейік:

Көкжиегімнен көтерілді Күн налып,
Көкірегімнен дүбірлі сезім ұрланып.
Сондай бір сәтте иесіз қалған жүрекке
Создың ба қолың, саусағы – сәуле бір бақыт
(10, 23)

Бір ғана сәттегі табиғат суреті. Ақын көңіл күйін «налыған күн» арқылы берсе, «қолын созуы», « саусағы – сәуле бір бақыт» сынды сөзбен сурет салатын ақынның бұл тосын кейіптеуі бүгінгі ұлттық поэзиямыздың көркемдік қуатын танытатын сипатының бірі деуге болады. Жалпы, ақын табиғатпен етене араласып, оны сөйлетуге бейім. Сезім әлеміндегі күллі құбылысты табиғат арқылы бейнелеп жеткізудегі шеберлігі кейіптеу тәсілімен жазылған өлеңдерінен көрініс беріп отырады.

Ақын өлеңдерінде табиғатты әрбір зат, әрбір құбылыс назардан тыс қалмай, поэтикалық оралымға еніп кете береді. Солардың бірі – Ай. Ай мифологиялық дәуірдің, мифтік сананың жемісі болса, Маралтай өлеңі бейнелі ойлау шартымен туындаған шығарма.

Айдың поэтикалық кейіптеу түрінде бейнеленуі Маралтай лирикасындағы әртүрлі жолдармен көрінеді. М. Райымбекұлының «Ай» атты өлеңдер жинағының алғы сөзінде Н. Оразалин былай дейді: «Маралтай ақын мұңға, қасіретке, қара түске жақын. Онысы біреулерге ұнамай қалуы да кәдік емес. Өз басым оны мін санамаймын. Мұң мен қасіреттің сиясына малынбаған қаламнан шындықты арқау етер жырлар тумайды... Маралтай өзінің ертеңгі күнінің биіктері мен асуларына дайындағысы келсе, поэзияның кеңістігі мен тереңіне жетелер алуан-алуан үдерістерге, ізденістерге батыл баруы керек» (Оразалин 2001:5). Бұл жерде ақын ізденісінің нәтижесі, талант қуаты алдыңғы орынға шығады. Ақынның «Ай» атты өлеңінде:

Ай толғанда күрсініп қап көкірек, –

деп келетін жолдар бар болса,

Ай толғанда басым байлап пәлеге,
Жан ауырып, жалғыз қалдым және де.
Толған айдың толқынынан көрдің ғой,
Менің демім өрт шарпып тұр әуеге (10, 10) –

болып өрілген жол лирикалық кейіпкер көңіл күйін танытып тұр. Сол сияқты кейіптеу тәсілімен суреттелген түн, жұлдыз сияқты табиғат құбылысы мен уақыт мезгілі ақын өлеңіне тән бейнеліліктің бірден-бір сипаты.

Ақынның «Жас жуар» өлеңі тұтасымен кейіптеу тәсілімен жазылған. «Үздіге қарау» тіркесі эспрессивті-эмоционалды мәні арқылы адамның аспан әлеміне, жұлдызға қимастығын танытады. Жұлдызға айналуын арман еткен ақынның ішкі толғаныстарын, келесі жолдағы құсаға толы кеудесін «дүр» деген айқындаумен беріп, қуанышын, шаттығын «көміліп қалған күлкімен» ұластырады.

Өмірдің өзекті өртер өткіншілігі, табиғаттың тамаша сәттердің тұрлаусыздығы аталмыш өлеңнің өзегіне алынған. Өлең мазмұнына тереңірек үңілгенде тебіреніспен суреттелген жұлдыз бейнесі, оның іс-әрекеті көрінеді.

Үздіге қарап Үркерге...
(Жұлдыз боп кетсем, шіркін-ай!)
Құсаға толы дүр кеуде,
Көміліп қалған күлкім-ай (10, 57)

Өлеңнің өн бойында мұңлы леп бар. Адам өзін табиғаттан бөлмеген көне замандарда қалыптасқан түсінік кейіннен бейнелеуіштік сипат алғанына С. Қасқабасов миф туралы зерттеуінде тоқталып өтеді (11, 89). Табиғатты тірі рух түрінде қабылдаған ұғым олармен тілдесуге, мұңдасуға болады деген сенімді тудырса, уақыт өте бұл түсінік көркемдік ойлау жүйесінде маңызды қызмет атқарады. Халықтық поэзияда көп ұшырасатын психологиялық егіздеу, ауыстыру, үлгілері де сол сенімнен бастау алып, кейіптеу тәсілімен сабақтасып жатады. Сондай-ақ лирикалық кейіпкер айға қарата сөйлеп, адаммен тілдескендей тілдеседі:

Сен мені жатырқама, жарық Айым,
Бұлттан шық, ақ нұрыңды жамылайын, –

«Сөзді әлденедей бір жансыз нәрсеге, затқа қаратып айту да жиі қолданылатын тәсіл. Осындай арнау сөздің әсерлілігі сезімнің күшінде деп білу керек. Тілсіз дүниеге, затқа, құбылысқа қаратып сөз айтушы адам солар сөзін тыңдап, ден қойып тұрғандай, солармен тілдескендей тебірене сөйлейді. Ал мұның өзі адамның толғанған, ой-сезімге берілген шағын танытады», – деп жазады теоретик ғалым З. Ахметов (12, 56).

Қазіргі қазақ лирикалық қазақ поэзиясындағы дерексіз ұғымдарды заттандыру, жансызға жан бітіру, тілсізді сөйлету, тіпті, дерексіз дүниелердің өзіне тіл бітіру тәсілдерінің түрлері көп, бұрынғы кезеңдерден де әлдеқайда кең қолданылып, мейілінше өрістеуі. Бұның да негізінде тақырыптық-идеялық тереңдеулер жатқанын аңғаруға болады. Өйткені психологиялық, философиялық лириканың негізгі нысандары – ой, қиял, бақыт, өмір, сезім (сағыныш, аңсау, мұң, үміт, арман, қайғы, үрей, қуаныш) секілді көзбен көріп, құлақпен естіп, қолмен ұстауға болмайтын абстрактілі нәрселер, дерексіз ұғымдар мен құбылыстарды суреттеудің әсерін аса күшейту үшін оларды заттандыру, жандандыру тәсілдеріне жүгіну – өте ұтымды әдіс.

Қазіргі қазақ поэзиясындағы көркемдік тәсілдер мен бейнелеу құралдарының қолдануындағы ерекшелік, олардың барлығына ортақ сипат – неғұрлым күрделілік, интеллектуалды поэзияға тән көпқырлылық. Көркемдік тәсілдер мен бейнелеу құралдарының барлығы да қазіргі қазақ өлеңінде бір-бірімен араласып, біріне-бірі және бір мақсатқа қызмет етіп тұрған күрделі құрылымда жиі бас қосатыны байқалады. Олардың жеке-дара тұруы, жалаң түрде келуі, әрине, бұрынғыдай әлі де көп кездеседі, дегенмен қазір олардың қай-қайсысының да жаппай күрделі формада араласа, қабаттаса қолданылу үрдісі қалыптаса бастағанын байқамау мүмкін емес. Бұл – жаңа, күрделі поэтикалық тіл пайда бола бастады деген сөз. Жоғарыда айтылған дерексізді заттандыру тәсілінің қолданылуынан да көп мысал келтіре аламыз. Мәселен, аталмыш тәсілге жиі жүгініп, оны күрделі түрде әрі шебер қолдана білген ақын Маралтай Райымбекұлы өлеңдерінен төмендегідей үлгі-үзінділерді талдап көрелік:

1. Қара түн құлайды бауырына алып даланы,
2. Күрең нұр көкжиек көзінде мелдеп тұр,

3. Қатқан қан сияқты.

4. Жұлдыздар қаралы... ғаламның бетінде жаралы (Райымбекұлы 2001.28)

Алынған мысалдардағы заттанып тұрған абстактілі, дерексіз нәрсе мұң, үміт. Осылардың заттануының, жандануының әр мысалдағы сипаты мен қызметін жеке талдап көрейік.

Бірінші мысалдағы дерексіз мұңға түннің даланы бауырына алу арқылы ақын оны тек қана жандандырып отырған жоқ, сонымен бірге оған түннің қараңғылығын әсерлеп те отыр. Нәтижесінде қара түн бейнесін тудырып отырған қайғы-мұңның әсері, тіпті, күшейе түскендей. Өлеңнің екі тармағына да бірнеше тәсілдер мен бейнелеу құралдары тоғысып тұр, олар: дерексізді нақтылау, кейіптеу және әсерлеу.

Екінші жолдағы «Күрең нұр» мен «Қатқан қан сиықты» теңеу өзара бірлікте алынып, «жұлдыздар қаралы» деп адам санасына образды түрде әрі психологиялық әсермен жеткізуге қызмет етіп тұр.

Лирикалық уақыт мезетінің суреттелуінің өзі түрлі бейнелеу тәсілдерімен жүзеге асатынына арғы-бергі кезеңдегі поэзиялық туындыларда көп мысалдар келтіруге болады. Адам мен табиғат – күллі өнер туындысының нысаны. Әсіресе сыршыл жанр лирикада уақыттың әрбір сәті түрлі тәсілмен жырланып, өзгеше бітімді көркем бейнеге айналды. Соның мысалы ретінде қазіргі лирикамыздағы түннің бейне (персонаж) дәрежесіне көтеріліп, «кескінделу» сөзі өлеңнен гөрі бейнелеу өнеріне жақын, дегенімен бейнелеу суретпен ғана емес, сөзбен де мүсінделетіні шындық.

Әдебиеттер

1 Әскербекқызы Ж. Қаракөз – бұлақ. – Алматы, 2001. – 25 б.
2 Қамшыгер С. Жүректегі ағыстар. – Алматы, 2008. – 43 б.
3 Сарыбай Б. Айна. – Алматы, 2003. – 56.
4 Блок А. Әдебиет туралы. – М., 1980. – 153 б.
5 Райымбекұлы М. Ай. – Алматы, 2001. – 26 б.
6 Исаділ А. Көңіл алаң. – Алматы, 2008. – 46 б.
7 Бақаш Е. Жастық жалыны. – Алматы, 2012. – 85 б.
8 Темірбай А. Мың бір мұң. – Алматы, 2008. – 79 б.
9 Райымбекұлы М. Ай. – Алматы, 2001. – 15 б.
10 Райымбекұлы М. Кентавр. – Алматы, 2008. – 51 б.
11 Қасқабасов Сейіт Қазақтың халық прозасы. – Алматы, 1984. – 32 б.
12 Ахметов З. Поэзия шыңы – даналық. – Алматы, 2002. – 28 б.

References

1 Askerbekyzy Zh. Karakoz – bulak. – A., 2001. – Page 25.
2 Kamshyger S. Zhurektegi agys. – A., 2008. Page 43.
3 Sarybai B. Ayna. – A., 2003. Page 56
4 Blok A. Adebiet turaly. – M., 1980. – Page 153.
5 Raiymbekuly M. Ay. – A., 2001. – Page 15.
6 Isadil A. Konil alan. – A., 2008. – Page 46
7 Bakash E. Zhastyk zhalyny. – A., 2012. – Page 85
8 Temirbay A. Myn bir mun. – A., 2008. Page 79.
9 Raiymbekuly M.Ay. – A., 2001. – Page 15.
10 Raiymbekuly M. Kentavr. – A., 2008. – Page 51
11 Kaskabasov S. Kazakhtyn halyk prozasy. – A., 1984. – Page 32
12 Ahmetov Z. Poezya shyny – danalyk. – A., 2002. – Page 28.

ӘОЖ 002.2(091)

Ө. Әбдиманұлы

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail: abdimanuly@rumbler.ru

«Қазақ» газетіндегі ұлт руханиятының өзекті мәселелері

ХХ ғасыр басындағы қазақ халқының қоғамдық өмірінде, даму тарихында ерекше орын алған "Қазақ" газетінің жарық көргеніне биыл 100 жыл. Оның 1913 жылдың 2 ақпанында Орынбор қаласында "Каримов, Хусайыновтар баспасынан" шыққандығы тарихтан белгілі. Патшалық Ресейдің отарлық саясатына қарсы ашық түрде ұлт-азаттық саяси күреске шығуды қолдаған, халқының азаттығы мен бостандығы жолында белсенді де батыл күрес жүргізген қазақ зиялыларының басым бөлігі осы "Қазақ" (1913-1918) газетінің маңына топтасты.
Түйін сөздер: "Қазақ" газеті, ағартушылық идея, рух сыны, жәдитшілік қозғалыс, мұсылман съезі, қазақ тілі, қазақ әдебиеті.

O. Abdimanylu

Actual problems about national spirituality on newspaper "Kazak" pages

100 years from the date of a release of the newspaper «Kazak» which occupied a special role in public life and in historical development of the Kazakh people at the beginning of the XX century were executed. It is known that the newspaper was issued on February 2, 1913 in the city of Orenburg from «Karimovs, Husainov's Printing house». The greatest part of the Kazakh intellectuals which openly supported national liberation and political struggle against colonizer policy of imperial Russia and actively fought for freedom and independence of the people, all of them rallied round the newspaper «Kazak» (1913-1918).
Key words: newspaper "Kazak", educational idea, spirit of criticism, dzhadidizm movement, congress mysylmanov, Kazakh language, Kazakh literature.

О. Абдиманулы

Актуальные проблемы о национальной духовности на страницах газеты «Қазақ»

Исполнилось 100 лет со дня выхода газеты «Қазақ», которая занимала особую роль в общественной жизни и в историческом развитии казахского народа в начале ХХ века. Известно, что газета была выпушена 2 февраля 1913 года в городе Оренбург из «Типографии Каримовых, Хусаиновых». Наибольшая часть казахской интеллигенции, которая открыто поддерживала национально-освободительную и политическую борьбу против колонизаторской политики царской России и активно боролась за свободу и независимость своего народа, все они сплотились вокруг газеты «Қазақ» (1913-1918).
Ключевые слова: газета "Қазақ", просветительская идея, дух критицизма, движение джадидизма, съезд мусульманов, казахский язык, казахская литература.

ХХ ғасыр басындағы қазақ халқының қоғамдық өмірінде, даму тарихында ерекше орын алған "Қазақ" газетінің жарық көргеніне биыл 100 жыл. Оның 1913 жылдың 2 ақпанында Орынбор қаласында "Каримов, Хусайыновтар баспасынан" шыққандығы тарихтан белгілі. Патшалық Ресейдің отарлық саясатына қарсы ашық түрде ұлт-азаттық саяси күреске шығуды қолдаған, халқының азаттығы мен бостандығы жолында белсенді де батыл күрес жүргізген қазақ зиялыларының басым бөлігі осы "Қазақ" (1913-1918) газетінің маңына топтасты.

Олардың басты мақсаттары "Қазақ" газетінің 4 санындағы Ахаң жазған бас мақалада айқын көрсетілген: "Істің мәні жалғыз-ақ тамақ асырап күн көруде қалмас, өз бетімен күн көре алмаса, өзге жұрттың есігінде жүріп, малайлықта тамақ асырап, қазақ тіршілігін өтер ғой… өз алдына дербес ұлт болып, Еділден Ертіске, Оралдан Ауғанға шейін тұтас тұрған халық едік.

Арамызға әр жұрт кіріскенде солармен қатар атымыз жоғалмай қазақ ұлты болып тұра аламыз ба? Осы біздің төсекте дөңбекшітіп ұйқымызды бөлетін нәрсе".

Басылымның осы күрестерде баса назар аударған басты мәселесінің бірі ұлт тілінің өркендеуі мен ұлт әдебиетінің өркен жаюы еді. Бұл мәселелерге қатысты жайындағы ұлт зиялылары арасындағы пікірталастарда көбіне "Қазақ" маңындағы оқығандар ой-тұжырымдары дұрысқа шығып отырды. Осы жайлы 1932 жылы шыққан кітабында Сәбит Мұқановтың: "Қазақ" "Айқап" шала пісірген нәрселерді дұрыс пісірді, көмескі пікірлерді айқындады, сонымен қатар "Қазақпен" қазақтың тілі туды, таза қазақ тілінде шыққан баспасөз "Қазақ" газеті ғана болды... көпшіліктің пікір көші "Айқаптан" "Қазаққа" ауды" (1,52), – деуі қиын кезеңде ащы шындықты айтуы болатын.

Жалпы, түркі тектес халықтарда ағартушылық идеяның өріс алу тарихы арыда жатыр. Ол түркі халқына ортақ алфавит үлгісін жасау және әдеби тілді қалыптастыру жайлы ізденістер болатын. XIX ғасырдың екінші жартысынан бастап, Россия мұсылмандары ескі оқу жүйесінің (қадым) көптеген кемшіліктерін таба бастады. Сондықтан да мұсылмандық оқудың жаңа бағдарламасын жасау кезек күттірмес мәселенің біріне айналды. Ескі оқудың кемшіліктерін көрсетіп, жетілдірудің жолын ұсынғандар Хусайын Файзханов, Дамулла Шихабуддин ибн Бахауддин (Әл-Маржани) секілді татар діни оқымыстылары еді.

Осылайша, басталған мұсылмандық оқудың оң өзгеріске бет бұруын жаңа белеске көтерген – Исмаилбек Гаспринский (1851-1914). Ол араб-түрік ғалымдарына тән дәстүрмен өз туған жерін лақап есім етіп алған (Қырымдағы Гаспара ауылы) өте білімді, шетелдерде оқыған (Париж, 1872-1874) ғұлама жан болатын. И. Гаспринский өзінің мұсылмандық оқыту жүйесін жетілдірудегі көзқарастарын «Орыс мұсылмандары» («Русское мусульманство» Мысли, заметки, наблюдения мусульманина) деген кітабында жинақтап айтса, нақты жаңа оқыту құралы ретінде «Усул сотие» жолымен тәртіптелген әліппе «Ходжа субьян» (Балалар оқытушысы) атты оқулық хрестоматия шығарған. Сонымен қатар оның «Түрік синтаксисі», «Мәдениет исламия» тәрізді зерттеу еңбектері бар. Міне, осы бір Россия мұсылмандарындағы өзгеріс кейін ірі жәдитшілдік қозғалысқа айналды.

Ахмет Байтұрсынов Гаспринский сияқты ұстаздар еңбегін жоққа шығарған емес. Ол ұстаз салған жолды жаңғыртып, өз халқының пайдасына жаратып, өзіндік жол тапқанымен, Исмаилбек Гаспринскийдің жалпы түркі халқына еткен еңбегін жоғары бағалады. Гаспринский қайтыс болғаннан кейін оны «бас ұстаз, жолбасшы» көріп, ол туралы: «Ол таусылмас мәңгілік идея тастап кетті... Болашақты көре білуге үйретті», – деп жазып, әділ бағасын берді. Өзінің оқу-ағартуға, баспасөзге қатысты мақалаларында Гаспринскийдің ағартушылық еңбектерін аса жоғары бағалап, «...Россия мұсылмандары арасында бес-алты мыңға жуық бастауыш мектептің бәрінің үлгісі Гаспринский мектебі... Бұл күнде төте оқу үшін шығарылған неше түрлі әліппе болса, бәрі де үлгіні Гаспринский шығарған әліппеден алған еді. Бұл күнде 10 мыңға жуық мұғалімнің бас ұстазы, жолбасшысы – Гаспринский» (2) – деп жазды. Оның тек оқу-ағарту ісінде ғана емес, баспасөзде де көшбасшы екендігін әрқашан да есте тұтып, «Тәржімән» туралы: «4-5 жылдың ішінде шығып тоқтаған һәм осы күнде шығып тұрған түрліше газета-журналдардың бәрі «Тәржіманның» балалары», – деуі адал көңілден шыққан ризалық белгісі еді. Міржақып Дулатов та Исмаилбек Гаспринскийді аса жоғары бағалап, ол қайтыс болғанда мақала жазды. Онда Гаспринский қазасы «бүтін жұрттың көктегі айы мен күні жоғалғаннан кем болған жоқ» деп қатты күйзеліс білдіреді. Және оның ағартушылық еңбегін айрықша бағалап, «Гаспринский – өзінің заманында жалғыз Россия мұсылмандары емес, бүтін мұсылман дүниәсінің ұлұғ адамы»(3) деген болатын.

Қазақ зиялыларының түркі тектес халықтарға ортақ әдеби тіл ретінде татар тілінің болуына қарсылығы өз халқының қамын ойлағандықтан болатын. Ахмет Байтұрсынов 1913 жылы 10 февральда «Қазақта» жарияланған «Орынбор 10 февраль» атты бас мақалада тіл жайын тереңнен қозғап, сөз қылады. Қазақ халқының жасампаз жебеушісі өз ойын былай түйіндейді: «Басқа жұртпен араласқанда, өз алдына ұлт болып, өз алдына тілі бар, өз тілінде сөзі (әдебиеті) бар жұрттар ғана тұрады. Өз тілімен сөйлескен өз тілімен жазған жұрттың ұлттығы һеш уақытта адам құрымай, жоғалмайды. Ұлттың сақталуына да, жоғалуына да себеп болатын нәрсенің ең

қуаттысы – тіл. Сөзі жоғалған жұрттың өзі де жоғалады».

Ұлттықтың, ұлттық тілдің сақталу жолындағы күрес еш тоқтаған емес.

1914 ж. Петербургте өткен мұсылман съезінде тіл мәселесі қозғалып, татар зиялылары татар тілінің түрік қауымды жұртқа ортақ тіл болып қабылдануын сұранған. Бұл съездің материалын Әлихан Бөкейханов «Қазақтың» 1914 жылдың 85-90 сандарында жариялады. Газеттің бірнеше санында жарық көрген осы мақалалардың бірінде Әлихан былай деп жазады: «Мұсылман съезі қараған закон жобасында жазылған екен рухани мекемелерде қағаз татарша тілмен жазылсын деп». Бұдан әрі автор өзінің бұл бапқа қарсылық білдіргенін баяндайды, ал қарсылық негізсіз емес еді. Оның себебін Ә. Бөкейханов нақты дәлелдермен байыптайды. «Түркі затты халықта біздің қазақтай бір жерде тізе қосып, қалың отырған іргелі ел жоқ. Біздің тілді қазақ жерін араламаған мұсылман бауырларымыз қайдан білсін, біз кітап жазып, журнал-газета шығара бастағанымыз осы 3-4 жыл ғана арасында. Анық түрік затты халық тілі қазақта.». Ол бұның дәлелі ретінде Абай, Шәкәрім, Ахмет, Міржақып, Мағжан өлеңдерінен мысал келтіреді. Сөйтіп «... осылардай ақыны бар бір жерде тізе қосып отырған 5 миллион қазақтың тілі қалай жоқ болады» деген өткір сұрақ қойып, оған өзі жауап береді. «Біздің қазақ осы тілін тастап, татарға мінгескені адасқандық болар... татар тілі деген тіл тағы біреу емес. Кавказ, Қырым ауылындағы татарды Қазан татарымен сөйлестірсе, бірін-бірі ұға ма, жұртқа ыңғайлы болу үшін һәр облыста һәр жұрттың өз тілімен жазылсын дедік», – дейді түйінді сөзінде. Сөйте келе былай тұжырымдайды: «Көп таластан кейін съезд рухани мекеме қағазы татар-түрік тілімен жазылсын деді. Біз қазақ тілі законға жазылсын деп айта алмадық, жығылатын болған соң. «Түрік» дегеннің ішіне кірдік қой деп тоқтадық».

Әлиханның «Рухани мекеме қағазы» деген сөзінің мәні бүкіл рухани жазба (кітап, баспасөз, т.б.) татар тілінде болуы керек деген татар зиялыларының талабын білдіреді. Бұл мақаладан біз сол бір тұста қазақ тіліне қатты қауіп төнгенін аңғарамыз. Әдебиетті жасаушы тіл де, рухани қазына әдебиет те өзгенің қолжаулығына айналып кету қаупі туғанын байқаймыз. Бұл қауіп қазақ тілі мен әдебиетіне үнемі қатер төндіріп келді. XX ғасырдың бас кезіндегі кітап, баспасөз ісін өркендетудегі материалдық- техникалық базаның жұтаңдығы қазақ ақын-жазушыларының өз шығармаларын бастыруда татар баспаханаларына кіріптар болуы бұл қауіпті күшейте түспесе кеміткен жоқ.

Мұны сол тұста жарияланған тағы да бір мақаладан байқаймыз. 1916 жылы «Қазақ» газетінде «Ғалия» медресесінде оқитын 34 қазақ шәкіртінің қолы қойылған ашық хат жарияланған. Онда қазақша оқыту, қазақша оқулықтар шығару жайы айтылған болатын. Бұған татардың «Уақыт» газеті қарсылық білдіріп, қазақ шәкірттерін ұлттар достығына сына қағушылар ретінде айыптаған. Осы кезде Ахмет Байтұрсынов әлгі хат жариялаған басылым – «Уақытқа» «Қазақтың» бас жазушысы ретінде жауап қайтаруды парыз тұтып, бас мақала жазған-ды. Осы мақаласында ол қазақтың төл әдебиетінің, журналистикасының өз жолымен дамуын ең басты шарт деп қарайды. Өзгенің өрісіне жайылып, жетегінде кетпеу керек деген мәселені ашық айтады. «Даудың асыл түбі шәкірттердің хатында емес, қазақша газет һәм кітап шығып отырғандығында. Қазақша кітаптар һәм газета шықпаса, шәкірттер балаларды қазақша оқыту керек деп айтпас та еді. Сөз түбі бізге тірелетін болған соң, қазақша газета һәм кітап шығарып отырған біз сөйлеп, қазақша газета һәм кітаптарды неге қазақша шығарып отырғанымызды баяндап, заңды түбін ажыратпасқа болмайды» (4).

Ахмет мәселені осылай баяндай келіп, татар зиялыларының әрекеті өзімнен басқаға болмасын деген ойдан туғандығын нақты мысалдармен дәлелдейді. Сөйтіп, қазақ газеттері мен кітаптарын қазақша шығарудан ешқашан таймайтындықтарын ашық білдіреді. «Газета һәм кітаптар халық оятып, ілгері ұмтылуына себепші зат болса, олардың да шығатын кезі осы шақ. Сондай болмаса, татарша болмаса, газета да, кітап та жоқ деп татар бауырларымыз отырса, қазақ үшін татарша газет шығаратын едік, татар тілін білмейміз деп, қамалып біз отырсақ, татар үшін өте жағымды болар. Бірақ қазақ үшін қалай болар? Құрбандық тым зор болмас па?»

А. Байтұрсынов қазақ әдебиеті мен көсемсөзін қорғауының басты себебін былай-

ша түсіндіреді: «Басқа тілде шыққан газета һәм кітаптар халық ықыласын түсіре алмайды. Халық ықыласы түспеген газета һәм кітаптар халыққа тарап, оқылмайды. Халыққа тарамаған газета һәм кітаптан пайда болады деп айта алмаймыз». Ұлт тілі туралы өз ойларын осылай тұжырымдай келе Ахмет мақала соңында ірге ажыратуға емес, бірлікке шақырады.

Қазақ зиялыларының мұндай ой-пікірлері татардың алдыңғы қатарлы ағартушы ақын-жазушыларынан қолдау тапты. Мәселен, қазақ халқының жанашырларының бірі Ғалымжан Ибрагимов қазақ зиялыларын жақтап шықты. Ол 1916 жылы «Аң» атты татардың әдеби журналында «Тілдері басқа болса да көңілдері бір» деген мақала жазып, әр кезеңде әртүрлі түрік тілдерінің алға шығып отырғандығын айта келіп, бүгінгі күнде қазақ тілінің де өзіндік дамуына толық мүмкіндігі бар екендігін толық дәлелдеген. «Қазақ әдебиеті бар екендігі нақты факті. Бүкіл қазақ сахарасына әдеби азық болып келген өлеңдер мен жырлары бар, кең далаға әуезі жаңғырған Ибраһим Құнанбайлар, соңғы Сералин, Дулатовтар, «Қазақстан», «Қазақ», «Айқаптар», қазақ мектептеріне еніп, терең тамыр жайып бара жатқан оқу құралдары – осылармен қазақ тілінде бас көтерген әдебиет қазір жоққа шығаруға болмайтын факт», – деп қазақ әдебиетінің іргелі әдебиет екендігін атап көрсеткен. Сөйтіп, қазақ тілі мен әдебиетін жоққа шығарғысы келгендерге қарсылық білдірген. «Бүтін қазақ зиялысын татарластырыңыз, оларды татарша жазуға көндіріңіз – бұл, бәлкім, мүмкін болар. Бірақ бұл ұзаққа бара алмас. Бұлай жасау уақытша ғана жасалынар, ақырында барып, бәрібір өзінің табиғи ағымына түсер» (230-231), – дейді ол өз түйінінде.

Жоғарыда айтылғандардың бар қазақ зиялыларының, соның ішінде «Қазақ» тобының өз ұлты әдебиетінің даму жолдарын айқындауының нақты көрінісі.

XX ғасыр басында қазақ ақын-жазушылары биікке көтерілген өзге де алдыңғы қатарлы елдердің тәжірибесіне көз салып, жан-жақты әдеби байланысқа түсе бастады. Осы тұста батысшыл бағыттағы зиялылар тобындағы ақын-жазушылар батыстық әдебиетке көп ден қойғаны байқалады. Мәселен, бұл жайт «Қазақ» газетінде жарияланған «Әдебиетімізге көз салу» атты «Н» бүркеншік есімді автордың бағдарламалық мақаласынан көрінеді. Мұнда әдебиеттер байланысы, бір-біріне әсері, үйрену, тәжірибе мектебі, дәстүр мен жаңашылдық жан-жақты сөз болып, қазақ әдебиетінің бет-бағдары қандай болуы керек деген өткір сұрақ төңірегінде ой қозғалады. Қазақтың жазба әдебиеті – жаңа қалыптасып келе жатқан жас әдебиет. Ендеше ол кімнен үйренуі керек, кімге қарап түзелуі керек деген мәселеде автор пікірі айқын. Ол алдыңғы қатарлы Еуропа әдебиетінен үйрену керек деген кесімді пікірін айтады. Бірақ автор көзсіз еліктеуге қарсы. «Еліктеу сондай нәрсе, оның мүмкін қадар есімізге кем түсірелік, бірақ басқаларға бас бүтін ермеу біз секілділер үшін қиын іс... Еліктеу дәуірін басымыздан кешірмей кете алмаймыз» (6). Көзсіз еліктеу неге апарып соғарына ол бірнеше әдебиетті барлай отырып көз жеткізеді. Шағатай әдебиетінің араб, парсы әдебиетінің әсерімен дәуірлегенін, бұл әдебиеттің Науаи сияқты ірі өкілдерінің, Ширази, Сағди, Хайам сияқты парсы әдебиетінің классиктерінен көп үйренгеніне зер салады. Бірақ бұл да еліктеудің үнемі жемісті бола бермесіне Осман-түрік әдебиетінен келтіреді. «Басқалардан үлгі алып еліктеу ғатманыларда күшейгені сонша, бір сыншының айтуынша, ескі Визанис бағында серуендеп жүрген иран қызына ұқсап қалды», – дейді ол. Неліктен Еуропа әдебиетіне еліктеу керек екендігіне мақала авторы мынадай дәлел ұсынады: «Өйткені Еуропа мәдениетінің бар асылы – рух сыны – дух критицизма; Бұл бізді жүре алмайтын тұйыққа, шыға алмайтын шыңырауға алып кетпес. Еліктеуіміз өлшеуден шығып бара жатса, рух сыны біздің жаңа көзімізді ашып, қатамызды көрсетер. Абай адабиятымыздың атасы бұл жолдың қорқынышсыз, біздің үшін пайдалы екенін сезіп, сол жаққа бұрылды. Әйтпесе Абай үшін ғарап ғажам (парсы Х. А.) жолы ашық еді».

Көріп отырғанымыздай, XX ғасыр басында шығыспен қатар Еуропа әдебиетіне еліктеу белең алғаны айқын байқалады. Бұл тұста, әсіресе орыс әдебиетінен үйрену кең етек жайғанын жоққа шығара алмаймыз. Оның ең бір жанды көрінісі аударма шығармалардың көптеп пайда бола бастауы болатын. Әдеби байланыс жайлы сөз бастаған кезде әдеби байланыстың ең бір өнімді саласы өзге жұрттың озық үлгідегі шығармасын өз жұртына насихаттау деген бо-

латынбыз. Оның ең тиімді жолы – аударма. Сол арқылы үйрену, тәжірибе мектебінен өту, шеберлік қалыптастыру мәселелерінің шешілуі. XX ғасырдың басында "Оян, қазақ!" деп жар сала келген жазба әдебиетімізге өз мақсатын жүзеге асыру үшін жаңа түрлер, жанрлар қажет еді. Оларды бірден игеріп кету, әрине, қиын болатын. Сондықтан бұрыннан дәстүрі қалыптасқан биік межедегі өзге әдебиетке еліктеу қажеттілігі өзінен-өзі келіп туды. Бірақ бұл құрғақ еліктеу емес, үйрене отырып, өзіндік жол табуға ұмтылған ізденісті еліктеу еді. Өзге шығармаларды аудара отырып, әлемдік әдебиетте қалыптасқан көркемдік әдіс-тәсілдерді игерді, төл әдебиетімізді жаңа жанр, соны түрлермен молықтырды. Сөйтіп, қазақ әдебиеті, әдебиетпен бірге тіл өркен жайды. Оларды қызғыш құстай қорғаған қазақ зиялыларының еңбегі текке кетпей, қазақ тілі өлмес тілге айналды.

Сонау ғасыр басындағы қазақ зиялыларының тіл мен әдебиет өркендеуі жолындағы күрес тарихы осындай еді. Мына XXI ғасыр басында да сол күрес әлі жалғасып келе жатқан секілді. Оған дәлел бүгінгі елім деп, еміренген азамат пен тілім деп жүрген зиялы тілегінің бір жерден шығуы. Аңсаған арман мен тілеген тілектің ертеңгі күні орындаларына еш күмән жоқ.

Әдебиеттер

1 Мұқанұлы С. XX ғасырдағы қазақ әдебиеті. – Қызылорда, 1932. – 326 б.
2 Қазақ. – 1914. – №79.
3 Қазақ. – 1914. –№80.
4 Қазақ. – 1916. – №167.
5 Ибраһимов Галимжан Әсәрләр. Сегиз томда, 5-ші том, Қазан, 1970. – 430 б.
6 Қазақ. – 1916. – №164.

References

1 Myqanyly S. XX gasyrdagy qazaq adebieti. – Qyzylorda,1932. - 326 b.
2 Qazaq, 1914. – №79.
3 Qazaq, 1914. – № 80.
4 Qazaq, 1916. – № 167.
5 Ibrashimov Galimzhan Asarlar. Segiz tomda, 5 shi tom Qazan 1970. – 430 b.
6 Qazaq, 1916. – №164.

ӘОЖ 351.751.5:070(574.54)

А.Қ. Әбдіразақова

Қорқыт Ата атындағы Қызылорда мемлекеттік университеті, Қазақстан Республикасы, Қызылорда қ.
E-mail: ayakuz.abdrazakova@mail.ru

Тәуелсіздік жылдарынан кейінгі Сыр өңіріндегі әдеби, танымдық, ғылыми-әдістемелік журналдар: бағыт-бағдары мен бет-бейнесі

Аталмыш мақалада тәуелсіздік жылдарынан кейінгі кезеңде Сыр өңірінде жарық көрген «Әлімсақ», «Сыр альманахы», «Тағылым», «Тұрмағанбет», «Базар жырау», «Жарасымды жаңұя» сияқты әдеби журналдарда жарық көрген мақалалар мен көтерілген тақырыптар, айдарлар ерекшеліктері сөз болады.
Түйін сөздер: тәуелсіздік, әдеби журналдар, жаңалық, айдар.

A.K. Abdirazakova

Literary and educational, scientific and methodical magazines region
Cheese over the years of independence: themes and image

Literary magazines play an important role in the history of local editions of our city. In magazines “Alimsak”, “Syr Almanagy”, “Tagilim”, “Turmaganbet”, “Bukhar Zhirau”, “Zharasimdy Zhanuya” regular themes, thematic peculiarities of materials published are analyzed. These magazines introduce the readers of the Syr Land to the common spiritual wealth, they function publishing investigations connected with news in the world of literature.
Keywords: Independence, literary magazines, news, rubric.

А.Қ. Әбдіразақова

Литературно-познавательные, научно-методические журналы региона
Сыр за последующие годы независимости: тематика и имидж

В истории региональных печатных изданий особое место занимают литературные журналы. Журналы «Әлімсақ», «Сыр альманахы», «Тағылым», «Тұрмағанбет», «Базар жырау», «Жарасымды жаңұя» обьявляя о проведенных исследованиях в мире литературы, знакомят своих читателей со свежими новостями, обогощают их духовными ценностями земли Сыра. Проанализированы постоянные рубрики и тематические особенности поднятых материалов.
Ключевые слова: независимость, литературные журналы, новость, рубрика.

Баспасөздің өмірге келіп, оқырмандарына танымдық, ақпараттық хабарлар жеткізетін бүгінгі көтерілген деңгейге дейін талай қалыптасу жолынан өткендігі белгілі. Мәселен, алғашқы жарнамалық қарапайым ақпараттан бастап, осы ғасырға келгенше өсу-өркендеу, даму, толысу, қалыптасу мезгілдерін басып өтті. Уақыт өте келе үлкен қоғамдық мәселелерді көтеріп, пікір қалыптастыру арқылы халықтың назарын өзіне аударды. Бұған қол жеткізу, әрине, оңай болған жоқ. Ол үшін бұқаралық ақпарат құралдары қызметкерлері үнемі ізденіс жасап, оқырмандар алдындағы жауапкершілік сезімімен жұмыс істеуіне тура келді. Кез келген редакция ұжымы қызу еңбек, жаңалыққа деген құмарлық, орын алған оқиғаны жүрегімен қабылдау, қоғамның кемшілігіне немқұрайлы қарамау қасиеттері арқылы оқырманның асыға күтетін басылымын дүниеге әкелетіні анық.

Қоғамдық тарихи дамудың қайбір кезеңінде де халықты толғандырып отырған өзекті мәселелер, олардың жан-дүниесінің толқулары мен ішкі сезімдері, қуаныштары мен реніштері және замана үні мерзімді баспасөзде көрініс тауып отырды. Қандай да бір болмасын кез келген басылым қалың жұртшылықтың өз дәуіріндегі «көзі» мен «құлағы» іспеттес.

Тәуелсіз Қазақстанның дамуын, саяси жүйе-

сін бұқаралық ақпарат құралдарынсыз қазіргі таңда елестету мүмкін емес. Әр аймақтың өзіндік ерекшелігі, халқының қалыптасқан тіршілігі, тұрғындарының басым көпшілігі айналысатын жұмысы, өнер және мәдениет саласындағы жаңалықтары, экономикалық, аграрлық салалардағы жетістіктері мен кемшіліктері болатындығы заңды. Осы айтылған мәселелерді толығымен өз бетінде көрсетіп, жетістіктерімен мақтану, кемшілікті тузету қызметтерімен өңірдегі мерзімді басылымдар да қырағылық танытып келеді. Қазақ журналистикасының тарихында аймақтық мерзімді басылымдарының да өзіндік орны бар. Аймақтық журналистика мәселесіне алғаш Темірбек Қожакеев «Жыл құстары» еңбегінде тоқталған [1].

Еліміз тәуелсіздік алған жылдардан бері баспасөздегі материалдар тақырыбында, мазмұнында, берілу пішіні мен жанрында түбегейлі өзгешеліктер, жаңалықтар пайда бола бастады. Заң жүзінде берілген еркіндік, сөз бостандығы, жариялылық, баспасөздің бұрынғыға қарағанда барынша еркін сөйлеп, батыл ой айтуына, жабық тақырыптарды көтеріп, ұлттық мүдде тұрғысынан баға беруге зор ықпалын тигізді.

Тәуелсіз бейресми басылым шығарудың қаншалықты қиындығы бар екендігі еліміз егемендік алғаннан кейінгі дәуірдегі Сыр өңірінің мерзімді баспасөз шығару тарихы айқындап берді. 1986-1990 жылдардың ішінде республика бойынша бейресми газеттердің саны үш есе өскенімен, ұлттық тәуелсіз басылымдардың саны саусақпен санарлықтай еді. Ұлттық мүддені қозғайтын басылымдарды шығару республикамызда 1996 жылдардан кейін ғана мүмкін бола бастады. Аймақтық басылымдардың дүниеге келуі жеке адамдардың басылым шығару әрекетіндегі алға қойған мақсатына байланысты болды. Жаңадан шыққан басылымның қандай мазмұнда болатындығы сол газетті шығарған адамдардың дүниетанымына, алға қойған міндетіне тәуелді еді. Өңірлік газеттер нақты оқиғаның, нақты қоғамдық құбылыстың негізінде белгілі бір уақыт пен кеңістік, белгілі бір әлеуметтік топтардың сұранысына, қажеттілігіне сай дүниеге келді. Сондықтан олар, ең алдымен, өзін дүниеге әкелген уақыт пен адамның ықпалына ереді. Заман өзгерген сайын мемлекеттік емес басылымдарға деген сұраныстың артуы табиғи құбылысқа айналып барады. Қазіргі таңда облыс аумағында шамамен 100-ге жуық мерзімді баспасөз тіркелген. Бірақ олардың барлығы дәл қазіргі уақытта оқырмандарының жүрегіне жол тауып отыр деп айта алмаймыз. Бір редактор мен бір журналист қана қызмет атқаратын ұжымдар да газет шығару ісін табыс көзіне айналдырып отыр. Дегенмен, нарықтың қатаң талаптарына жауап бере алмай аз уақыт қана жарыққа шығып, кейіннен жабылып қалған, таралымы 1000 данадан аспайтын заман ағымы ысырып тастаған басылымдар да бар.

Қазіргі уақытта Қызылорда облысында ғана емес, бүкіл Қазақстанда мерзімді басылымдар даму және ізденіс үстінде. Кешегі Кеңестік кезеңде тек қана бір идеологияға бағынған баспасөз шығарылса, бүгінде әралуан позициядағы мемлекеттік және жекеменшіктік, тәуелсіз баспасөз түрлері пайда болды. Көтеретін тақырыбы, газеттегі уақыт талап еткен айдарлары, стилі, концепциясы жағынан түрлі-түрлі басылымдар да бар.

Өңірлік мерзімді басылымдар тарихында әдеби журналдардың алатын өзіндік орны айқын. Сыр бойы ақын-жазушыларының шығармашылығы шығыстық сарындағы көркемдік дәрежесі жоғары дастан, толғау-терме, насихат, сондай-ақ нәзира-аудармаларға, жыраулық, жыршылық өнерге, әңгіме, суырып салма және жазба айтыстарға да өте бай. «Шығарманың материалдық болмысын, өзегін тарихи белгілі ақиқат оқиғалар құрмайынша, белгілі тарихи дәуірдің шындығын шынайы суреттеу тағы да қиын»[2] деген пікірді ескеріп, бүкіл Сыр еліне ортақ рухани қазынаны оқырмандарына таныстыру, жасалған зерттеулерді жариялау арқылы әдебиет әлеміндегі жаңалықтармен сусындату қызметін атқарып жүрген бірнеше басылымдар бар.

Солардың бірі Сыр өңірінде 2009 жылдың сәуірінен бері жарық көретін әдеби-мәдени, тарихи-танымдық «Әлімсақ» журналы өз оқырмандарына тұрақты қазақ халқының егемендік алуымен қатар еліміздің рухани өміріне жаңаша өзгерістер ене бастағандығынан, халыққа білім беру, ғылым мен мәдениеттің дамуы кеңінен жолға қойылғандығынан, әдебиет пен өнер – адам жанына нәр беріп, рухани жағынан күш-қуатқа айналатын егіз ұғым екендігінен хабардар етіп келеді.

Басылымның бас редакторы Сыр өңіріне белгілі журналист, филология ғылымдарының кандидаты, «Жылдың үздік журналисі», «Өткір тілді журналист», «Жыл журналисі»

номинацияларының иегері Нұрлан Көбегенұлы журналдың алдына қойған мақсатын: «...Қазақтың әлімсақтан келе жатқан хатқа түскен төл тарихын, өлеңмен өрілген өмірін, ұлттық болмыс-бітіммен астасқан әдебиеті мен мәдениетін, діні мен тілін, әдет-ғұрпы мен салт-дәстүрін жаңа ғасырдағы ұрпағының жадында жаңғырту; арандай аузын ашқан жаһанданудың алдына иірілген топтың патриоттық сезімін ояту, ұйқыда жатқан отансүйгіштік қасиетіне жан бітірту, жақсы мен жаманды таразылау, осы арқылы ұлттық иммунитет қалыптастыру» [3], деп көрсетеді. Ақылдастар алқасында: жазушылар одағының мүшесі, жазушы С. Жұбатырұлы, филология ғылымдарының докторлары, профессор Қ. Әбдезұлы, Т. Тебегенұлы, профессор А. Жаманбаев, жазушы-публицист Әмірхан Бәкіров, дінтанушы Қ. Отызбаев, ақын А. Кенжебековтер бар. «Ел болам десең, бесігіңді түзе» – журналдың ұстанымы.

Ұлт мүддесін жоғары қойған басылым тарих тереңіне үңіліп, ұрпақ санасын рухани байытып, кешегіні бүгінгіге жалғастырар рухани көпірге айналдыру үшін «Түгенделген руханият әлімсақтан сыр тартады», «Жанқожа – тарихи тұлға әрі әдеби көркем бейне», «Ұлы күрескер Мұстафа», «Бабалардан ұлағат-ұрпақтарға аманат», «Ұлы даланың дара ұлы» атты танымдық-тарихи мақалалар жариялаған.

Осы мақсатта журналда Жанқожа батыр, Есет батыр, Қара бура әулие, Қара молда, Мұстафа Шоқай, Зейнолла Шүкіров, Темірбек Жүргенов сияқты тұлғалар «Ақсауыт» айдарымен берілген. «Зерде» арқылы бүгінгі күннің басты қасіретінің негізгісі – Арал теңізінің тарихы, теңіздің тартылу себептері мен салдарлары, ғалымдардың осы мәселе төңірегіндегі зерттеулері жарық көрген. Әдебиет саласындағы проза, поэзия, сатиралық шығармалар да жарияланып тұрады. «Шамшырақ» айдары аясында діни мақалалар қамтылса, «Дидар» бетінде өнердің барлық саласында жетістікке жетіп жүрген жас талант иелерінің жеңістері таныстырылады.

Сыр бойындағы алғаш рет руханият әлеміне қалам тартқан журналдың өз оқырмандарына берер рухани байлығы мол. Әр шығарылым сайын Сыр өңірінде ізі қалған тарихи тұлғалар туралы, ұлттық ерекшеліктерімізді насихаттайтын бұрын жарық көрмеген мәліметтер, өткенімізге зер салып, болашаққа дұрыс шешім қабылдауға арқау болатын ойлы жарияланымдар жарық көреді.

Саясаттан ада, шынайылық пен табиғилықты ұштастырған журналдың оқырмандардың рухани өміріне үлкен серпін әкелері даусыз.

Жарыққа шыққан уақыттан бері қарай бұл басылым ұлтымызды ұйыстырар басты баспасөз құралдарының біріне айналып отыр. Сондай-ақ Алаш зиялыларының өмірі мен еңбектері жайында, әдебиет, мәдениет, тіл саласындағы тұлғалардың шығармашылығы хақында өзекті материалдар ұсынып келеді.

Өңірдегі тағы бір ғылыми-әдістемелік «Тағлым» журналы 2011 жылдың наурызынан бастап шығады. Журналдың алғашқы бас редакторы: филология ғылымдарының кандидаты Зухра Ермағанбетова. «Қадірлі оқырман! Ақпарат айдынына қанатын енді ғана қаққалы отырған «Тағылым» журналының мазмұнын жақсарту, жетілдіру, оны ұстаздың күнделікті қызметіндегі қажетіне жарайтын дүниесіне айналдыру сіз бен біздің бірлесе қызмет етуімізге байланысты» [4], – деп бас редактордың ағынан жарылуы көп жағдайлардан хабар береді.

«Тағылым» – ұлттық дәстүрмен біте қайнасқан, ұлт ұрпағын жаман әдеттен жирентіп, жақсы әдетке талпындыруға баулитын ұғым. «Тағылымның» ерекшелігі – маман даярлаушы мен маман арасында диалог құруында, нарықтың тілімен айтқанда, тұтынушы мен тауар өндірушінің байланысын сақтауында. Бүгінгі күнде тәжірибе алмасу мінберіне айналып отырғандығы да шындық. Мектеп мұғалімдері мен жоғары оқу орындары оқытушыларының кәсіби біліктілігін арттыру, сабақ өту барысындағы тәжірибелерін ортаға салу және тарату, ой-пікір бөлісу, өзара тәжірибе алмасу мақсатында түрлі жанрларда танымдық, әдістемелік материалдар жарық көрген.

Басылымда «Редактор бағаны», «Көкейкесті», «Ғалымның хаты...», «Озық технология – ортақ әдіс», «Зерде», «Жаңа сабақ үлгісі», «Рецензия», «Әріптес әлемі», «Болашақ маман ой қозғайды», «Ұстаз шығармашылығы», «Құттықтаймыз!» атты тұрақты айдарлар бар.

Зерттеуші ғалымдардың танымдық-тағылымдық мәні зор мақалаларымен оқырман «Ғалымның хаты» айдарында танысса, «Үздік ғылыми жұмыс» айдары студенттер мен мектеп оқушыларының үздік ғылыми жобаларын жариялайды. Бұл айдар аясында дарыны

мен таланты бар әр жасқа ғылым мұхитының інжу-маржанын теруге көмектесіп, бұлақтың көзін ашқандай, ғылымдағы жаңа есімдерді таныстыруды мақсат етеді. Жас ғалымдардың зерттеулері «Зерде» айдары аясында жарық көреді. Мысалы, А. Абасилованың «Шешендік сөздер: оны оқытудың жолдары мен әдістері», Б. Жұмақаева, Ш. Қасабаеваның «Әдебиет сабағында тұлғаның құзыреттілігін дамыту жолдары», Қ. Әбдірахмановаңың «Сейіл Боранбаев шығармашылығындағы поэтикалық ізденістер» атты зерттеулерін атауға болады.

Журналда жарық көретін әрбір материалдар бүгінгі ұстаздың білім-біліктілігін, дүниетанымын кеңейтуге септігін тигізері даусыз.

Сыр өңірінен шығатын республикалық ғылыми-әдеби, танымдық «Тұрмағанбет» журналы 2011 жылдың наурыз айынан бастап жарық көреді. Басылымның бас редакторы: Ғабит Тұяқбаев.

Журналда әдебиеттанудың өзекті мәселелерін сөз еткен зерттеу еңбектері, ұлттық тарихымыз бен мәдениетіміз, салт-дәстүріміз бен әдет-ғұрпымыз туралы танымдық мақалалар, заман, қоғам жайын сөз еткен публицистикалық мақалалар, қазақ қаламгерлерінің прозалық, поэзиялық шығармалары мен әлем әдебиетінің туындылары, дарынды жастардың шығармалары және жас ғалымдардың зерттеулері жарияланады.

Журналда «Тұрмағанбеттану мәселелері», «Зерде», «Таным», «Тағзым», «Әлем әдебиетінің асыл қазынасы», «Проза», «Поэзия» айдарлары бар.

Адамзат қоғамының даму заңдылықтарына зер салып қарап отырсақ, даусыз бір шындыққа көз жеткізуге болады, ол – қандай қоғам болса да, руханият саласының алдына белгілі бір дәрежеде мақсат, міндеттер жүктейтіні. Ал ол міндеттердің қалыптасқан қоғамдық, әлеуметтік, тарихи-саяси және рухани талап, тілектерден туындайтыны мәлім. Адамзаттың рухани дамуында әдебиет пен өнердің рөлі зор. Шын мәнісіндегі әдеби шығармалардың адамға айрықша ықпалы бар. Оның санасы мен сезімін билейді, оның өмір мәселелерін жіті бағалауына себін тигізеді. Осы мәселелер басылым бетінен үнемі көрініп отырады. Сонымен бірге журнал бетінде Сыр бойы өнерінің өзіндік ерекшелігін, ақындарының шеберлігін зерттеу, зерделеу, сараптау, өзіндік көзқарастар мен пікірлер білдіру, тұжырымдар жарық көреді. Мысалы, С. Қосанның «Тұрмағанбет тәлім алған әдеби орта және рухани үндестік», Т. Ізтілеуұлының «Шаһнаме», Ә. Қараның «Мұстафа Шоқай: өмірі, күресі, шығармашылығы» сынды мақалалардың жарық көруі соның дәлелі болса керек.

Ұлттық болмыс пен нақышымыздың, ана тілінің қадір-қасиетінің ең мол және құнарлы сақталған әдеби туындылар жөнінде толыққанды ақпарат беруі де басылымның алдына қойған міндеттерінің бірі болып табылады.

Сыр бойы әдебиетінің тарихы мен қазіргі күнге дейінгі қалыптасқан мектебінің өзіне ғана тән ерекшелігін айқындай отырып, олардың көтерген тақырып аясының кеңдігін, ұстанған идеясын жан-жақты талдауға арналған ғылыми жұмыстарға да көп мән беріледі.

Басылымда жарық көрген әрбір туынды оқырманын адамгершілікке үндеп, адам бойында болуға тиіс асыл қасиеттерді уағыздайды, Отанды құрметтеуге, әдебиетті сүюге үндейді.

Аймақта 2012 жылдың наурыз айынан бастап шығатын республикалық әдеби, ғылыми-танымдық «Базар жырау» журналының бас редакторы филология ғылымдарының докторы, профессор, Қазақстан Республикасы Жазушылар Одағының мүшесі Бағдат Кәрібозұлы. Журнал үш айда бір рет жарық көріп, 1000 данамен тарайды.

Басылымның мақсаты – Сыр өңірінің тарихы, мәдениеті, өнерінің барлық түрлері, ғылымы туралы зерттеулерді оқырмандарға таныстыру. Сыр жастарының рухани жағынан жарымжан болмай, бай да байсалды болып өсіп-жетілуі септігін тигізу, мемлекеттің беріктілігін насихаттау болып табылады.

«Базар жырау» журналының бетінде жарияланатын мақалалар мен көркемөнер туындылары арқылы оқырмандарымыз туған жер мен елге, мемлекетіміздің қазіргі өмірі мен болашағына деген сенімдерін арттыра түсетіні анық.

Журналдағы «Әдебиеттану» бөлімінде Базар Оңдасұлының шығармалары тұрақты беріледі. Сонымен бірге басылымда «Тілтану», «Өнертану», «Тұлғатану», «Елтану», «Поэзия», «Проза», «Драма», «Ел аузынан» атты бөлімдер де бар.

«Рухани кемелдік – жан-жақты жетілген тұлғаның басты белгісі» дейді журналдың бас редакторы Б.Кәрібозұлы [5]. Әдебиет саласында өзіндік орны бар, «Сырдария кітапханасы» арқылы 200 томдық еңбек шығаруда басшылық

жасаған бас редактордың осы саланың жанашыры екендігі шындық.

Қазақтың тілі мен ділі, ұлттық қалып-қасиеті жайлы, адамгершілік ізгіліктері жайлы тынбай жазуды бастаған «Базар жырау» журналы Сыр өңірінің тарихы мен ұлттық құндылығын, әдебиеті мен мәдениетінің дамуына өзіндік үлес қосатынына сеніміміз мол.

Республикалық әдеби-мәдени, қоғамдық-саяси, ақпараттық-танымдық «Сырдария» альманахы 2008 жылдың 18 маусымында жарық көрген. Альманах Сыр бойы аймағында тарайды. Бас редакторы: Жақсылық Рахматулла. Көлемі 11 баспа табақ болып шығатын басылымның таралымы 1000 дана.

Журналда «Өзі бір күндік, сөзі мың күндік», «Зерттеу», «Поэзия», «Мәдени мұра», «Эссе» атты айдарлары бар.

«Бұлақ көрсең көзін аш» айдары жөнінде басылымның редакторы Ж. Рахматулла: «... «Бұлақ көрсең көзін аш» жобасы Жазушылар Одағы облыстық филиалы аймақтағы талапкер жастар, оқу орындарындағы студенттер мен мектептегі жоғары сынып оқушыларының шығармашылығына белгілі ақын, жазушылар арқылы демеу көрсетуді мақсат етеді. Өйткені жастар шығармалары басылымдарда өте сирек жарияланады. Жоба негізінде осы мәселелерді іске асыру көзделеді. Жоба жастарды ұлттық әдебиетті сүюге, қазақ тілін қадірлеуге тәрбиелейді. Бойында дарыны, таланты бар балалардың келешекте әдебиет мұхитына құятын бұлақ көзін ашады деп үміттенеміз. Жас ұрпақты елін, жерін сүюге, ұлтжанды болып өсуіне тәрбиелеу – қаламгерлер парызы», – деп пікір білдіріп, әр санында Қызылорда қаласы мен Шиелі, Жалағаш, Сырдария, Жаңақорған аудандарында өткен жастар шығармашылығының байқауында үздік деп танылған өлеңдер мен әңгімелерді жариялап отыратындықтарын хабарлайды [6].

Дегенмен аталмыш басылым соңғы жылдары қаржылық мәселеге байланысты тұрақты шығуын тоқтатты.

Сыр аймағында тағы бір басылым 2011 жылдан бастап жарыққа шыққан республикалық танымдық-тәрбиелік «Жарасымды жанұя» журналы болып табылады. Журналдың бас редакторы: Н.Б. Жарылқасынова. Басылымда журналистер Ә. Бердіқожаева, Ж. Шұғланова, Р. Жоламанова мен Ф. Әбдіраимовалар қызмет атқарады. Журнал айына 1 рет екі тілде, 59 бет көлемінде, 2000 данамен тарайды.

«Жарасымды жанұя» журналын жарыққа шығаудағы біздің мақсатымыз – отбасы, бала тәрбиесін жан-жақты зерттеп, оның кең ауқымда қаралуын, қызықты әрі сұранысқа сай тақырыптардың қатарына қосу» [7], – дейді басылымның бас редакторы Нәзікен Бекмұратқызы Жарылқасынова.

Журнал тың ойлар мен жаңа бағыттар бойынша жауабын таппаған сұрақтарға облыстың психология, заң, медицина, педагогика, т.б. салаларының білікті мамандарымен сұхбаттасып, аймақтағы жаңа белестерді көрсетіп отырады. «Саясат», «Іскер әйел», «Жас отау», «Мектеп», «Бала тәрбиесі», «Тәлім», «Пайдалы кеңестер» рубрикалары арқылы келелі мәселелер қозғайды.

Сонымен бірге журналда «Қонақжай», «Бір шаңырақ астында», «Білім», «Классный час», «Денсаулық», «Ақын әлемі», «Жарасымды жанұя», «Сыр мен шер», «Бөбекжай», «Ана», «Көкөністер энциклопедиясы», «Үкілі үміт», «Деловая женщина», «fashion 2012», «Коммерческое предложение» атты тұрақты айдарлар бар.

2012 жылы журналда «Мектеп – білім бұлағы», «Сыр елі – жыр елі», «Спорт саңлақтары», «Тәрбие – тал бесіктен» атты тұрақты айдарлармен толыққан. Тұрмыс-тіршілігіміздің сан саласын қамтыған өткір де өзекті дүниелер жарыққа шығып тұрады.

Ұлт мақтанышы, ұстаз-ғалым А. Байтұрсыновтың: «Сөзі жоғалған жұрттың өзі де жоғалады», – деген даналық мәйектерінде шынайы шындық бар.

Асыл сөздің сыры мен сипаты, көркемдік-эстетикалық мұраты А. Байтұрсыновтың «Әдебиет танытқыш» еңбегінде нақты көрсетілген. Ұстаз-ғалым: «Сөз өнері адам санасының үш негізіне тіреледі: ақылға, қиялға, көңілге. Ақыл ісі – аңдау, яғни нәрселердің жайын ұғу, тану, ақылға салып ойлау; қиял ісі – меңзеу, яғни ойдағы нәрселерді белгілі нәрселердің тұрпатына бейнесіне ұқсату, суреттеп ойлау, көңіл ісі – түю, толғау» [8].

Сөз өнері – өмірдің көркем шежіресі, рухани нәрі.

Қазіргі уақытта қазақ әдебиетінің байлығы туралы аз айтылып жүрген жоқ. Осы мәселеге Сыр өңірінде жарық көретін басылымдардың да зор үлесі бар. Аталмыш журналдардағы

жарияланымдар арқылы оқырмандар әдеби мұраларымыздың уақыт өткен сайын ұмытылмай, қайта жаңарып, көркемдігі арта түскендігіне көз жеткізеді.

Әдебиеттер

1 Қожакеев Т. Жыл құстары. – Алматы: Қазақстан, 1991. – 240 б.
2 Ыбырайымұлы М. Халықтық мінез хақында// Абай журналы, 1996. – №2. – 96 б.
3 Көбегенұлы Н. // Әлімсақ журналы, 2009. – сәуір. – №1. – 2 б.
4 Ермағанбетова З. // Тағылым журналы, 2011. – наурыз. – №1(11). – 4 б.
5 Кәрібозов Б. // Базар жырау журналы, 2012. – қаңтар. – №1.
6 Рахматулла Ж. // Сырдария альманахы, 2008. – маусым. – №1. – 42 б.
7 Жарылқасынова Н.Б. // Жарасымды жаңұя, 2010. – сәуір. – №3(14). – 21 б.
8 Байтұрсынов А. Таңдамалы // 2-басылым. – Алматы: Жазушы, 1985. – 360 б.

References

1 Kozhakeev T. Zhyl kustary. – Almaty: Kazakstan, 1991. – 240 b.
2 Ybyraimyly M. Khalyktyn minez khakynda// Abaiy zhurnaly, 1996. – №2. – 96 b.
3 Kobegenyly N. Alimsak zhurnaly, 2009. – sauir. – №1/ - 1b.
4 Ermagambetova Z.// Tagulym zhurnaly, 2011. – nauruz. – №1 11. – 4 b.
5 KaribozovB. // Bazar zhyray zhurnaly, 2012. – kantar. – №1.
6 Rakhmatulla Zh. // Syrdariya al,manakhy, 2008. – mausym. – № 1. – 42 b.
7 Zharylkasynova N.B. // Zharasymdy zhanya, 2010. – sauir. – №3(14). – 21 b.
8 Baityrsynov A. Tandamaly// 2-basylym. – Almaty: Zhazyshy, 1985/-360 b.

ӘОЖ 821.512.122.09+821.512.161.09

П. Берікболова

Сүлеймен Демирел атындағы университет, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail: semey1992@mail.ru

Алып Ер Тоңға жоқтауы туралы жазба дерек көздерінің маңыздылығы

Бұл мақалада Мақмұт Қашқаридың Диван Лұғат-ит Түрік атты шығармасында алғашқы сақ билеушісі Афрасиаб туралы берілген мағлұматтардың маңыздылығы айтылған. Бұл шығарма – тек қана сөздік емес, сонымен бірге өте маңызды дерек көздерінің бірі. Ежелгі дәуір әдебиеті жайлы көптеген қытай, парсы, араб деректерінің жанында бұл деректің түркі тілінде жазылғандығы да өте маңызды. Сақ билеушісі Афрасиабтың осы шығармада алғаш рет Алып Ер Тоңға екендігі айтылады.
Түйін сөздер: сақ, сөздік, тоңа, Афрасиаб, билеуші.

P. Berikbolova

Value of written sources about crying across Alyp Er Tonga (Saksky governor Afrasiyab)

This article discusses the importance of the work of Makmut Kashgari "Divan Lugat at-Turk" which is the first manuscript about famous ruler of Saks' under the name of Afrasyab.
The article explores the importance of the work of Mahmud Kashgari "Divan Lugat at-Turk" which is one of the first references to the famous ruler of Saks' Afrasiab. Also this work is not only a dictionary but also an important source of ancient Turkic literature. Multiple sources of ancient Turkic literature in Chinese, in Fars, in Arabic languages. Sofa Lugati-at Turk is considered as one of the first source in ancient language. At first time inside the work it was written that Sak's ruler Afrasiyab is Alp Er Tonga who is known as famous Turkish hero and ruler.
Keywords*:* Sacs, a dictionary, Afrasiyab, the ruler.

П. Берикболова

Значение письменных источников о плаче по Алып Ер Тонга (Сакский правитель Афрасиаб)

Статья исследует важность произведения Махмуда Кашкари «Диван Лугат-ат Тюрк», которое является одним из первых литературных источников об известном правителе саков Афрасиаба. Это произведение является не только словарем, но и важным источником древнетюркской литературы. Имеются многочисленные источники древнетюркской литературы на китайском, персидском, арабском языках. «Диван Лугат-ат Тюрк» – первый источник на древнетюркском языке. В этом произведении впервые было отмечено, что сакским правителем Афрасиаб является «Алып Ер Тонга» – знаменитый тюркский герой и правитель.
Ключевые слова: саки, словарь, Афрасиаб, правитель.

Махмұт Қашқаридың Диван Лұғат ат- Түрік атты шығармасына тек қана сөздік немесе оқулық ретінде қарауға болмайды. Бұл теңдесі жоқ шығарма түрік халықтары үшін XI ғасыр және одан бұрынғы кезеңдердің тарихи және әдеби дерек көзі болып табылады. Тіпті, тарихта сақтар туралы жазылған алғашқы дерек көзі де осы Диван Лұғат ат-Түрік болып есептеледі. Тарих пен әдебиет бір-бірін толықтырып отырады.

Өйткені тарих әдебиетті тудырады. Ал әдебиет болса, тарихтың рухы іспеттес. Сол себепті тарих арқылы халықтар өздерінің түптамырын тануға мүмкіндік алады. Ал әдебиет арқылы өзінің тарихи рухына көз жүгірте алады. Сондықтан да тарих пен әдебиетті бір-бірінен бөле жара қарастыруға болмайды [1,6].

Сақтардың екі дастаны бар, олар – Алып Ер Тоңға және Шу дастандары. Шу дастаны туралы ғалымдар Диван Лұғат ат-Түрікте «түрікмен» және «қолаш» сөздерінің түсінігін беру кезінде айтылған әңгімелердің дастанның бір бөлігі болуы мүмкін деген пікірге тоқтайды. Бұл жерде

ұлы Ескендір немесе одан бұрын өмір сүрген Арияни (Aryani) корольінің шығысқа жасаған жорығында сақтармен олардың ханы Шудың оқиғасы айтылады [2,96].

Тарихтағы ең ескі түрік дастаны, түріктердің ең алғашқы мемлекеті сақтардың дәуірінен қалған Алып Ер Тоңға және Шу дастандары болып табылады. Шахнамада Афрасиаб атымен аталған Алып Ер Тоңға – орта Тяньшаньда құрылып, б.з.б. IV ғасырға дейін билік құрған Сақ мемлекетінің билеушісі. Бір халықтың басқа бір халықтың қаһарманына өз дастанында орын беруі үшін, ол қаһарманның шынымен-ақ ұлы болуы керек. Диван Лұғат-ат Түрікте осы дастанның кейбір шумақтары, Шахнама мен Құтты Білікте де осы дастан туралы мағлұматтар бар [2, 202-205].

Алып Ер Тоңға дастанына қатысты алғашқы мағлұматты Қашқарлы Махмұт берген. Диуану лұғат-ат-түркте «қаз» деген кісі атауын түсіндіргенде мұның «Афрасиабтың қызы екендігін, Қаздың әкесі Алып Ер Тоңғаның Афрасиаб деген атпен танылғанын айтады». «Тоңға» сөзі туралы «Тоңа: жолбарыс тектес бір аң. Ол пілден күшті. Бұл сөздің түпкі мағынасы сол. Әйтсе де, бұл сөз түріктерде әуелгі мағынасы өзгерген күйде қолданылады. Бұл сөз көбінесе адамдарға лақап орнында айтылады. Мысалы: Тоңахан, Тоңа Тегін, тағы сондайлар секілді. Түріктердің ұлы ханы Афрасиабты Тоңа Алып ер деп атаған. Жолбарыс секілді күшті, қайратты, батыр адам дегендегісі» [3, 493], – дейді. Осылайша, Диван Лұғат-ат-Түрікте Афрасиаб деген атпен аталған Туран билеушісінің Алып Ер Тоңға екендігі айтылады. «Хан – түріктердің ең үлкен басқарушысы. Афрасиабтың балаларына да хан дейді. Афрасиабты хақан дейді. Оның бұл атпен аталуы хақында ұзақ хикая бар», – деп қосады[3,218].

Бұл дастан Исламиеттен бұрынғы VII ғасырда ирандықтармен соғысқан сақтардың патшасы Алып Ер Тоңғаның (исламиеттен бұрын 624) басынан өткендер туралы болуы мүмкін. Қашқарлы Махмұттың Диван Лұғат ат-түрік атты шығармасында Алып Ер Тоңғаға айтылған жоқтау бар. Парсы ақыны Фирдоусидің Шахнамасында Алып Ер Тоңға Афрасиаб деп аталады [4,98]. Асур деректерінде «Мадува», Геродотта «Мадиес» деп аталады [5,1-10]. Алып Ер Тоңға түрік тарихындағы алғашқы қаһарман.

Б.з.б. VII ғасырда болған Түрік-Иран соғысына аты жер жарған билеуші ирандықтарды бірнеше дүркін жеңіліске ұшыратып, соңында иран патшасы тарапынан өлтірілген. Оның өлімінен кейін Сақ мемлекеті бұрынғы күшінен айырыла бастаған. Осы қаһарман туралы айтылған дастан күнімізге дейін жетпеген. Тек қана Иран тарихында Афрасиаб деген атпен қалған. Түрік халқының жүрегінен орын тапқан билеушінің аты Диван Лұғат ат-түрікте жиі-жиі кездеседі [6,14].

Мысал үшін алып қарайтын болсақ, Қатұн: қатын, ханым. Афрасиабтың қыздарына лайықталған атау, есім [7,470]. Шарұқ: шарұқ. Түрік тайпасының атауы. Олар Баршұқ қаласын мекендейді. «Баршұқ» – Афрасиаб қалаларының бірі. Бұхты Нессердің ұлы Берзенді Афрасиаб осы қалаға қамаған [7,438-439]. Тегін: ... Бұл атты келе-келе Афрасиаб ұлдарына көшкеніне келсек... [7,474]. Баршұқ: Афрасиаб салдырған бір шахар. Ол Бухту Нассар ұлы Байзанды сонда қамаған [7,526]. Қаз: Афрасиабтың қызының аты. (Осы сөзді талдағанда Афрасиабтың Тоңа Алып Ер екендігін айтады.) [3,208-209]. Казсувы – Іле өзеніне құятын үлкен бір өзеннің аталуы. Олай аталуының себебі: Афрасиабтың қызы оның бойында қала салдырған [3,210]. Хан: түріктердің ең үлкен басқарушысы. Афрасиабтың балаларына да хан дейді. Афрасиабты хақан дейді. Оның бұл атпен аталуы хақында ұзақ хикая бар [3,218]. Тоңа: жолбарыс тектес бір аң. Ол пілден күшті. Бұл сөздің түпкі мағынасы сол. Әйтсе де, бұл сөз түрктерде әуелгі мағнасы өзгерген күйде қолданылады. Бұл сөз көбінесе адамдарға лақап орнында айтылады. Мысалы: Тоңахан, Тоңа Тегін, тағы сондайлар секілді. Түрктердің ұлы ханы Афрасиабты Тоңа Алп ер деп атаған. Жолбарыс секілді күшті, қайратты, батыр адам дегендегісі [3,493]. Иұңұ – Барман қалашығына ағатын үлкен дарияның атауы. Бұл қалашықты Афрасиабтың ұлы сол дарияның жағасына салған. Барман сол қалашықты салған адамның есімі еді. Қалашық соның атымен аталған.... [3,494]. Барған: Афрасиабтың ұлының есімі. ..... [3,555]. Бұл деректердің барлығы Афрасиабтың тек дастан қаһарманы ғана емес тарихи тұлға екендігін көрсетеді.

Афрасиаб есімі иран тілінің үш кезеңінде бірінші мыңжылдықта эвеста тілі, екінші мыңжылдығында пәхлеви тілі, 10 ғасырдан басталатын үшінші кезеңінде парсы дәри тілі түрлі фонетикалық ерекшелігімен жазылып жүрді.

Мәселен, «Авеста» кітабында Франграсиан (Frangrasyan), Пәһлеви жазбаларында Фрасиак, Фрасиаб деп жазылса, Әбілқасым Фирдауси (940-1030) «Шахнамесінде» Афрасиаб түрінде жазылғанын көреміз. Афрасиаб сөзінің лексикалық мағынасын ғалым Юсти: «Үрей тудыратын адам» деп берген. Ирандықтар Тұран патшасын ең мықты палуан әрі ұлы қолбасшы кейпінде тани отырып, оны Афрасиаб атымен атаған өздері болған [1,25-26].

Түрік халықтарының өмір сүріп, салтанат құрған ежелгі аумағын «Тұран» деп атап жазған да осы Авеста. Сол дәуірдегі Тұранды басқарып, иран еліне жорық жасаған, иранды жеңіп сонда билік еткен Тұран патшасы Афрасиаб есімімен де аталғанын кітаптан кездестіреміз. Мәселен, «Авестаның» мәтіндерінде Афрасиаб (2 рет), тұрандық Афрасиаб (1 рет), жауыз Афрасиаб (1 рет), тұрандық жауыз Афрасиаб (4 рет), аса қайратты Афрасиаб (5 рет) жазылған [1,25].

Алып Ер Тоңғаның өліміне айтылған жоқтау халық арасында ауыздан ауызға тарап Қашқарлы Махмұттың шығармасына мысал ретінде кірген. Алып Ер Тоңғаға ирандықтардың Афрасиаб дегендіктерін Құтты Біліктегі мына жолдардан да аңғарамыз.

Назар салсаң, бұл түріктің бектері,
Жаһанның әз бектері, асыл тектері.

Түрік бектері ішінде атын асырған,
Алып Тоңға Ер еді, құты тасыған.

Білімі – даңқы ұлы, көптің сарасы,
Білімді, ойлы әрі халық ағасф.

Зерек, дана көңілі сара, сері еді,
Жұтты жалған елге тұтқа ел еді!
Тәжіктер оны Афрасиаб деп атаған.
Елдерге ол көп ізгілік жасаған.

Қажет білсең білім, ақыл даналық,
Қолға алуға дүниені қаратып.

Тәжіктер де хатқа мұны түсірген,
Кітапта жоқ болса, кімдер мұны түсінген!? [8,101-102].

Бұл жерде Баласағұн өте орынды пікір білдірген. Ол тәжіктердің оны Афрасиаб деп атағандығын және тәжіктердің мұны хатқа түсіргендігін өте орынды айтқан.

Біздің заманымызға дейін келіп жеткен тарихи деректер оның «ажун бегі», яғни әлем императоры болғандығын көрсетеді. Алып Ер Тоңға б.з.б VII ғасырда Түрік Иран соғысында талай жеңіске жетіп, атағы жер жарған, Сақтар оның арқасында тарихтағы алтын дәуірін кешкен. Иран патшасы Кейхұсрап оны айламен өлтіргеннен кейін Сақтар өздерінің ескі күштерін жоғалта бастаған. Соған қарамастан б.з.б. IV ғасырға дейін өздерінің биліктерін жалғастырғандығы туралы Қытай және Иран деректерінен көруге болады [9,33].

Қарап тұрсаңыз Баласағұнда ол үшін:
Назар салсаң, бұл түріктің бектері,
Жаһанның әз бектері, асыл тектері, –

дейді, яғни оның немесе түрік бектерінің жаһанның билеушісі екендігін көреміз. Әлемді билеу түсінігі барлық түрік билеушілеріне тән түсінік.

Қашқарлы Махмұт пен Жүсіп Баласағұн ең мықты қаһарман ретінде Алып Ер Тоңғаны жазғандарына қарағанда X-XI ғасырларда Алып Ер Тоңға дастаны кеңінен тараған және танымал болғандығын байқаймыз. Екеуінің де бір-бірінен хабарсыз Алып Ер Тоңғаны Иран дастанындағы Туран қаһарманы Афрасиаб деп атағандары кездейсоқтық емес. Ирандықтар Афрасиабтың інісі Барысхан тарапынан өлтірілген Иран ханзадасы Сияуш үшін ғасырлар бойы жылдың белгілі күндерінде қаза тұтса, түріктер Анадолы мен әзірбайжанда ирандықтар тарапынан өлтірілген Алып Ер Тоңғаға жоқтау айтқан [10, 506].

Алып Ер Тоңғаны жоқтау

Алып Ер Тоңға өлді ме?
Опасыз дүние қалды ма?
Заман өшін алды ма?
Енді жүрек жыртылар....

Бектер атын болдырып,
Қайғы оларды солдырып,
Меңді жүзі сарғайып,
Запыран рең сүртілер.

Бөрідей жұрт ұлысып,
Айғаймен жаға жыртысып,
Өкірген үнін өшіртіп,
Жылаған көзден жас өрер.

Көңілім ішті жандырды,
Жазылған жара жаңғырды,
Кешкен күндер көзге ұрды,
Үн-түн демей ізделер.

Тағдыр кезін келтірді,
Ұры тұзағын ілдірді,
Бектердің бегін ап кетті,
Қашса қалай құтылар.

Тағдырдың күнін тербетер,
Ұры тұзағын ілдірді,
Бектердің бегін ап кетті,
Қашса қалай құтылар.

Тағдырдың күнін тербетер,
Пенденің күшін меңдетер,
Пәниді жұрттан тазартар,
Қашсаң тағы артылар.

Тербетер салты мұндай-ақ,
Бұдан да басқа сыр көп-ақ,
Заман атса кезеп-ақ,
Таулардың басы күйрелер.

Оғын атса дәл кезеп,
Кім тоқтатар көлбеу кеп,
Тауды атса көздеп кеп,
Шың шатқалы қарқырар.

Замана түгел күйреді,
Білімді, жақсы сиреді,
Жаман-жәутік түптеді,
Ізгі бектер шертілер.

Білімді батыр жүнжіді,
Замана аты жаншыды,
Ізгілер тәні жидіді,
Жерге тиіп сүртілер [11,9-10].

«Диван» – сөздік қана емес, ол сонымен бірге 11 ғасырдағы Орта Азия тайпалары жайлаған өлке халықтарының тприхы мен сол халықтардың әдебиеті туралы көптеген мәлімет берерлік маңызды дерек. Әсіресе мұнда халық ауыз әдебиетінің алатын орны өзгеше [12,30].

Махмұт Қашқаридың Диван Лұғат ат- Түрік атты шығармасы ғасырлар өтсе барлық түркі халықтары үшін маңызды дерек көзі, таусылмас қазына болып қала бермек.

Әдебиеттер

1 Жеменей И. Қос Өзен: Қанаттас түркі, парсы ақындары: Павлодар, «Brand Print» баспасы, 2010. – б.
2 Казым Йетіш «Дастан» Ислам инцеклопедиясы, 9-том, ТДВ баспасы, Анкара,1986. – 96 бет
3 Қашқари М., Түрік сөздігі. Үшінші том. – Алматы: «Хант» баспасы. – 1997. – 493 бет
4 “Destan” Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedısı, s. 98.
5 Umay Günay, Türk destanları, s1-10.
6 Nihat Sami Banarlı, Tüek edebiyatının tarihi, s14.
7 Қашқари М., Түрік сөздігі. Бірінші том. – Алматы: «Хант» баспасы, 1997. – 470 бет.
8 Баласағұн Ж. Павлодар: «ЭКО»ҒӨФ, 2003. – 101-102 бет.
9 Togan Zeki Velidi. Umumi Türk Tarihine Giriş. İstanbul, 1946. 33 s.
10 Zeki Velidi Togan, “Türk Destanının Tasnifi”, Türkler, Cilt III, Ankara 2002. – S. 506.
11 Қыраубаева А. Ежелгі әдебиет. 5 томдық шығармалар жинағы. 2- том. – Алматы: Өнер, 2008. – 9-10 б.
12 Сүйіншәлиев Х. Қазақ әдебиетінің қалыптасу кезеңдері. – Алматы: «Қазақстан» баспасы, 1967. – 30 б.

References

1 Zhemeney. I. Kos Ozen: Kanattas turki-parsi akindari: Pavlodar, «Brand Print» baspası, 2010. – 6 b.
2 Kazım Yetıs, «Dastan» Islam İmsıklopedyası, 9-tom, «TDB» baspası, Ankara, 1986,9 b.
3 Kashkari Mahmud, Turik Sozdıgı, 3-tom, Almatı «Hant» baspası. – 1997, 493 b.
4 “Destan” Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedısı, s. 98.
5 Umay Günay, Türk destanları, s1-10.
6 Nihat Sami Banarlı, Tüek edebiyatının tarihi, s. 14.
7 Kashkari Mahmud, Turik Sozdıgı, 1-tom, Almatı «Hant» baspası. – 1997, 470 b.
8 Balasagun Zh. Pavlodar: «EKO» GOF, 2003. – 101-102 b.
9 Togan Zeki Velidi. Umumi Türk Tarihine Giriş. İstanbul, 1946. 33 s.
10 Zeki Velidi Togan, “Türk Destanının Tasnifi”, Türkler, Cilt III, Ankara 2002. – S.506.
11 Kıraubayeva.A. Ezhelgi Adebiet. 5 tomdık shıgarmalar zhınagı. 2-tom. – Almatı: Oner, 2008. – 9-10 b.
12Suınshalıey H. Kazak Adebıyetinin kalıptasu kezenderi. – Almatı: Kazakstan basпası, 1967. – 30 b.

ӘОЖ 070.23(1-21):070,43/44

З.Н. Ермағанбетова, А.Қ.Оразова

Қорқыт ата атындағы Қызылорда мемлекеттік университеті, Қазақстан Республикасы, Қызылорда қ.
E-mail: zuhra_9195@mail.ru

«Айқын» газеті: айдарлары, тақырып және проблема

Автор мақаласында тәуелсіз еліміздің ақпарат кеңістігінде өзіндік орны бар «Айқын» газетінің ерекшеліктері, ақпарат берудегі әдіс-тәсілдері жайында сөз етеді. Қазақ тілді күнделікті шығатын басылымдар саусақпен санарлық. Солардың бірі – «Айқын» газетінде көтерілетін проблемалар мен тақырып мәселесі және айдарлар атауы жан-жақты талданады. Басылымға тән ерекшелік журналистердің еліміздің қоғамдық-саяси өміріндегі өзгерістер мен жетістіктерді және кемшіліктерді ешқандай бұрмаламастан анық-қанық қалпында жеткізуі екендігі жайында тұжырым жасалады. Қарапайым халықтың мұң-мұқтажын шешуде билікке ықпал ете алатын бірден-бір басылым екендігі мақалада нақты мысалдар арқылы дәлелденеді. Айдарлар аясында жарық көрген жарияланымдар тақырыбы мен қозғалған проблеманың мазмұны мен сипатына, журналистер шеберлігіне баға беріледі. Публицистикадағы тақырып пен проблемаға қатысты зерттеуші ғалымдар пікірлері орайлы қолданылады.

Түйін сөздер: қазақ баспасөзі, публицистика жанрлары, талдамалы корреспонденция, сыни мақала, айдарлар атауы, тақырып және проблема, журналистік шеберлік.

Z.N. Ermagambetova, A.K. Orazova

Rubries of the newspaper «aikyn»: topic and problem

The author analyses thematics and problems of the materials, published in rubrics of the republical social-political newspaper ‘’Aikyn’’.
The article deals with the ways of solving problema, arisen in the newspaper. The author reveals specifie peanliarities of the mentioned newspaper. The author reveals specifie peanliarities of the mentioned newspaper.

Key words: Kazakhstany press, newspaper «Aikin», genre of writing on current affairs, analectic correspondence, critical materials, subject-matter and problem, the title of rubric.

З.Н. Ермаганбетова, А.К. Оразова

Газета «Айкын»: рубрики, тематика и проблема

В статье автор анализирует тематику и проблемы материалов, опубликованных в рубриках республиканской общественно-политической газеты «Айкын». В статье предлагаются пути решения проблем, поднимаемых в газете. Автор выявляет специфические особенности названной газеты.

Ключевые слова: периодическая печать, жанры публицистики, аналитическая корреспонденция, названия рубрик, тематика и проблема, журналистское мастерство.

Қазақ баспасөзі тәуелсіздік жылдарында жаңаша дамудың кезеңдерінен өтіп, оң-солын таныды, тәжірибе жинақтады. Қазіргі таңда журналистер тарихи ақиқатты тануда, қоғамдық позицияны таңдауда айтарлықтай көп ілгері қадам басты, кәсіби қабілеттері артты, білім деңгейлері өсті, таным көкжиектері кеңейді. Міне, тәуелсіздік жылдарында дүниеге келген «Айқын» газетінің журналистері де ақиқатты айтуда ешкімге жалтақтамай, оқырманды ақпаратпен қамтамасыз етуде ақ қағазға адалдық танытып, кәсіби қабілеттерін арттырып келеді деп айта аламыз.

«Қазіргі журналистика біршама жалтақтамайтын, танымын тура айта алатын мінез тапты. Қуанарлығы – бірінің жасқаншақтап не өресі жетпей айта алмағанын, екіншісі айта алатын дәрежеге жеткен»[1, 12 б.], – деген ғалым

Н. Омашевтің пікірімен толық келісеміз. Бұл «Айқын» газетінің журналистеріне де қатысты.

Газеттің өзге басылымдармен салыстырғандағы өзгешеліктері айтарлықтай. Айдарлары, тақырыптары, мәселе көтеру мен шешімін табудағы ізденістері көңіл қуантарлық. Мәселен, «Анық-қанық», «Сөзбе-сөз», «Бағыт пен бағдар», «Ғалам және ғарыш», «Мемлекет және мүдде», «Тұрмыс пен қылмыс», «Жарыс пен табыс», «Дерек пен дәйек», «Үміт пен күдік», «Сезім мен төзім», «Баға және базар», «Тіл мен діл», «Талап пен тәртіп», «Не боп кетті өзі?», «Сұмдық-ай!», «Ал, ендеше...», «Жетпегені осы еді?», «Осы ғой енді...» айдарларының атаулары оқырманды елең еткізерліктей, оқуға еріксіз мәжбүр ететіндей етіп құрылған. Бұл айдарларда дербес заметкалар және айтары мол шағын талдамалы корреспонденциялар, сыни мақала формасында жазылған шығармалар беріледі. Оларда айтылатын ойлардың, қозғалатын проблемалардың қоғамдық маңызы зор.

Енді осы айдарлар аясында жарық көрген мәселенің мәнісін тез ашып, қоғамдағы оқиға, құбылысқа жедел түрде үн қатқан материалдар тақырыбы мен проблемасына тоқталайық. Газеттің «Осы ғой енді» айдарында келеңсіз жайттар, орын алған кемшіліктер мен жағымсыз фактілер сыналады. «Зейнеткерлердің ақшасын жеген жемқорлар» атты корреспонденция осы айдар аясында берілген. Журналист Қайыржан Төрежанның мәлімдеуінше, қаржы полициясының Алматы қалалық департаменті Зейнетақы төлеу жөніндегі мемлекеттік орталықтың Бостандық ауданындағы бөлімшесінде 2000-2005 жылдар аралығында маман болып істеген Г. Жантілекова, Г. Смағұлова, Г. Қасымбекова деген мемлекеттік қызметкерлер мемлекеттік меншікке, басқару жүйесіне қарсы ұйымдасқан қылмыс жасаған. Бұлар әлеуметтік жәрдемақы алатындардың санатына жатпайтын адамдарды электрондық базадағы тізімге енгізіп, солардың есепшотына зейнетақы, әлеуметтік жәрдемақының ақшасын аударып, бөліске салып отырған. Ұйымдасқан жемқор топтың мемлекеттік бюджеттен ұрлаған ақшасы 26 451 370,5 теңгені құраған [2]. Нақты фактілер мен деректерге құрылған бұл материал оқырманды бей-жай қалдырмайды.Тақырып айтылатын ойдың мазмұнын ашып тұр.

Ал Ұ. Райымбекұлының «Оңтүстікте ұстаздар ұятқа қалдырып жүр» атты мақаласында осы аймақтағы білім саласындағы жемқорлық әшкереленеді [3]. Оңтүстік Қазақстан облысы бойынша сыбайластығы үшін жемқорлыққа тартылған 160 тұлғаның 130-ы білім беру мекемесінің қызметкері екендігі анықталған. Автор нақты мысалдар келтіре отырып, политехникалық колледждің басқарушысы бұрын есепші болып қызмет атқарғандығын, білім беру саласындағы өзге де былықтардың бетін ашады.

Журналист Қуандық Оразбекұлы газеттің Оңтүстік Қазақстан облысындағы меншікті тілшісі. Осы өңірдегі жаңалықтар журналистің өткір тілі, бұлтартпас деректері, нақты мысалдары негізінде оқырманға түсінікті әрі қызықты баяндалады. Аталмыш журналистің «Тергеу абақтысына 45-ші директор отырды» заметкасында облыс бойынша білім саласы қызметкерлерінің үстінен 103 қылмыстық іс қозғалғанын, соның 45-і мектеп директорының үстінен көтерілген іс екендігі айтылады. Заметканың соңы: «Директорлар, негізінен, жұмысқа қабылданғаны, жүктеме берген кезде сағатты көбірек бергені үшін ұстаздар қауымынан, яғни өз әріптестерінен пара аламыз деп отқа түскен көбелектей тергеу абақтысына қарай жөнелтіліп жатыр» [4], – деп аяқталған. Бүгінгі күннің өзекті мәселелерінің бірі саналатын жең ұшынан жалғасқан сыбайластардың әр аймақтың мемлекеттік мекемелерінде кездесетіні шындық. Осы тақырыпты журналист дер кезінде көтере білген.

«Публицистикадағы тақырып пен проблема бір-бірімен тығыз байланысты. Кейде тақырыптың өзінен проблема көрініс береді. Проблема бір ғана фактімен шектелмейді, онда бірнеше фактілер жүйесі көрсетіледі. Сан алуан шешімін таппаған мәселелер тақырыпқа өзек болды. Әрі өмірден орын алып отырған проблемалар тек айтылып, хабарланып қана қойған жоқ, ол терең талданды, сол түйіткілді шешудің жолдары іздестіріледі» [5, 381б.], – дейді филология ғылымдарының докторы, профессор Б. Жақып.

Баспасөз ел өмірінің қай саласын болсын қамтуы керек. Мерзімді баспасөз назарына ілікпеген, не тым аз қамтылған тақырып елеусізденіп, ескерусіз бола бастайды. Соның ішінде тіл, мемлекеттік тіл тақырыбы біз үшін айрықша маңызды іс болып отырғаны белгілі. Мемлекеттік тіл мәртебесіндегі қазақ тілінің өз

ішкі, яғни таза лингвистикалық күрделі жайлары бір басқа да, оның өз мәртебесіне сай қолданыста болу мәселесі – бір басқа. Қазіргі таңдағы ең маңыздысы – мемлекеттік тілдің республикалық өреде барлық саланы қамтып, кең қолданысқа енуі, әсіресе мемлекеттік қызметте күнделікті қолданыста болуы.

Осы орайда, тіл тақырыбы «Мінбер», «Басқосу», «Байқау», «Талқы», «Ойсалар», «Қыжыл», «Жиын», «Көкейкесті», «Руханият», «Мәселе», «Көзқарас», «Түйткіл», «Бәрекелді!», «Айтайын дегенім…», «Жаназық» айдарларында көтеріледі. Газеттің 2010 жылғы 77 және 205 сандары аралығында осы айдарларда тілге қатысты бірқатар келелі мәселелер сөз болған.

Атап айтар болсақ, А. Байтұрсынұлы атындағы Тіл білімі институты Әлеуметтік тіл білімі орталығының меңгерушісі Н. Наржанның «Тілді меңгеру марапатқа негізделмеуі тиіс», Мәжіліс депутаты Жарасбай Сүлейменовтің «Біз үшін бәрінен де Тәуелсіздіктің шын мәнін түсіну маңызды», Жолдасбек Дуанабайдың «Тест тапсырушыларға тіл білуді де міндеттесе…» (кадр іріктеуде), Сайын Шаймерденнің «Қызылжар дей алмасақ, қалаға Абылайдың атын беру керек», «Халық сөзі» газетінің бас редакторы Қуат Әуесбайдың «Астананы әлі де қазақыландыру қажет», павлодарлық Бейбіт Бөженнің «Мемлекеттік тілді «мүгедек» етіп…», қарағандылық Қамбар Ахметовтің «Лениннің атында 16 көше бар, ал Әлихан Бөкейхановқа бір көше бұйырмай тұр», атыраулық Т. Қалымовтың «Тілмәштар институтын тарату керек», Қайыржан Төрежанның «Мемлекеттік тілді дамытудың бір әдісі», Әйгерім Бақытқызының «Бағалаушылар мемлекеттік тілді місе тұтпайды», Кәмшат Тасболаттың «Балабақша қашан 100 пайыз қазақша сөйлейді?» атты және басқа да мақалалар мемлекеттік тілдің уақыт алға тартып отырған келелі мәселелерін көтерген. Мұндағы мақалалар, авторлар пікірлері нақтылықтарымен, тілдің күн тәртібінде тұрған өзекті жайларын алға тартуларымен ерекшеленеді.

«Қыжыл» айдарында «Қазақ тілі қашан зәру болады?» деген тақырыппен М. Арыновтың корреспонденциясы берілген. Авторды қазақ тілінің мәртебесін қайткенде көтереміз деген сауал мазалайды. Шетел тәжірибесін саралай келе: «Америкаға барып жұмыс істеймін деушілер үгіт-насихатсыз-ақ ағылшын тілін шұғыл үйренуге әрекет жасайды. Тіл білмесе жұмыс жоқтығын біледі. Мәселен, Ресей, Украина, Тәжікстан, Өзбекстан мемлекеттерінде осындай жағдай. Алайда өз мәртебесін алған мемлекеттік тіл ендігі өзге елдер сияқты тіл бөгетін қолданса, сол күннен бастап тіліміздің мәртебесі биіктеп, ең керекті зәру тілге айнала бастайды»,- деп түйіндейді автор өз ойын. Алайда бұл мәселе әлі күнге дейін шешімін тапқан жоқ.

«Жағымды жаңалық» айдарымен «Голливуд әртісі Семей балаларына көмектеспек» атты жағымды заметкада Семей өңірінде бірнеше рет болып қайтқан голливудтық актриса Кимберли Джозефтің Америкадан арнайы дәрігер әкеліп, Семей ядролық полигон зардабынан ауруға шалдыққан балаларға операция жасатуға уәде бергендігі жайында жазылған. Бұған дейін ол Семей өңірінде фотосурет көрмесін ұйымдастырып, деректі фильм түсіріп, 25000 АҚШ доллары көлемінде қаржылай көмек көрсеткен //Айқын. – 2008. – 28 қараша. Әрине, бұл ақпарат оқырманға қуаныш сыйлайды. Себебі бүгінгідей алмағайып заманда Америка әртісінің Қазақстанның шалғай ауылына көмек қолын созуы екінің бірінің қолынан келе бермейтін іс. Бұл ретте Голливуд әртісіне риза болмасқа амалың жоқ.

Газетте сәтсіз қойылған айдарлар да жоқ емес. Мысалы, еліміздің батыс және орталық әрі шығыс бөлігін жалғастырып отырған Қостанай транзиттік теміржол бөлімшесінің жұмысы жайында жазылған «Жұмысы жемісті бөлімше» деген мақалаға «Вагон жөндеу» деген айдар қойылған.

Шақпа тілді журналист Жолдасбек Дуанабайдың «Мұздай болып келіп, қыздай болып кетті» немесе Мәсімов макетке неге қызығып жүр?» [6] атты заметкасы: «Мұздай киінген Мәсімовті жергілікті билік өкілдері аядай бөлмеде аз уақытқа ғана бөгесе де, көңілден шығатын көптеген мәліметтермен демеп жіберді» деп басталады.

Әрі қарай оқырман ол қандай мәліметтер екен деп қызыға оқиды. Сөйтсе, алдағы уақытта жасалатын жұмыс барысын қағаз жүзінде асығыс тыңдаған басшы әрекеті жайында баяндалады екен. Заметканың соңы: «Несін айтасыз, әзірше ауызша әңгімелер жүріп жатқан құрылыс төңірегіндегі түйткілдерді мұздай болып киінген Мәсімов қыздай болып тыңдап кетті. Сонда Астанадан арнайы ат сабылтып келген премьердің бұл асығыс жүрісі не жүріс?!» деген сауалмен аяқталады.

«Сенген серкем» айдарымен «Бүркітбаевтың бүлдіргені көп сияқты...» атты мақала берілген. Авторы Кәмшат Сатиева. Тілші бұрынғы «ҚазМұнайГаз» Ұлттық компаниясының төрағасы Серік Бүркітбаевтың қамауға алынғандығын айтады. Бірақ оның себеп-салдары әлі белгісіз. Журналист Бүркітбаевтың неге қамауға алынғанын зерттегеннен гөрі, оқырманға оның кім, қандай адам болғандығы туралы ақпарат бергенді жөн санайды //Айқын. – 2008. – 8 тамыз. Бүркітбаев не бүлдіріпті деген сауал оқырманды оқуға жетелейді.

«Не десек екен?» айдарында «27 ауыл бос қалды, ал 116 ауыл қараңғылық құшағында отыр» деген тақырыппен корреспонденция берілген. Мұнда журналист: «Бүгінде елімізде 7093 ауыл бар екен. Сол ауылдардың проблемалары жетерлік. Ауызсу жетпеген, телефон тартылмаған. Тіпті, әлі күнге тас қараңғылық құшағында отырған 116 ауыл бар», – деп нақты сандық көрсеткіштерді пайдалана отырып, «Қазақ ауылдарының жай-күйін осыдан-ақ пайымдай беріңіз», – деп ой тастайды.

«Мәселе» айдарындағы «Сектанттар аймақтағы елді жайлап барады» деген проблемалық мақаланың авторын тәуелсіз ел жастарының болашағы ойлантады. Мұнда автор Оңтүстік Қазақстан облысында етек алған діни ұйымдар жайында әңгімелейді. Көптеген діни бірлестіктер астыртын жұмыс жасайды. Әділет мекемелерінде тіркеуден өткен діни миссияларын олар көбіне «қайырымдылық», «гуманитарлық» деген сарындағы сөздермен жасырады. Ал шындығында олар өзге мемлекеттерде діни секта, кейде, тіпті, қауіпті ұйымдар деп танылатындығына мысалдар келтіреді. Жастардың көпшілігі адасып, саналары уланып басқа дінге кіруде. Осының әсерінен шырқы бұзылған отбасылар қаншама? Демек, бұл тақырыптың газет бетінен көрініс табуы орынды.

«Бір отбасының төрт баласы төрт сектада...» атты мақалада осы тақырыппен мазмұндас. Авторы Е. Қалымбайұлы. «Сырттан бізді ешқандай жау келіп алмайтыны белгілі. «Ендігі қауіп қай жақтан?» дегенде санаға бүгінгі күні еліміздегі шиеленіскен діни ахуал сарт ете түседі. Бітеу жара... Әзірше жасырып, жауып бағудамыз. Бірақ соңы қорқынышты...», – деп басталады бұл мақала. Кеңестік дәуір құрсағынан тіліміз шұбар, дініміз пәс болып шықтық. Бір отбасындағы төрт баланың бірігіп ас ішпеуі қасірет емес пе? Бұл – мемлекеттің, ұлттың тұтастығына төнген қауіп екені рас. Журналист ел арасында кең етек алып бара жатқан мәселені қозғай отырып, оқырманға ой тастайды, жат ағымдардың жетегіне еріп кетпеуден сақтандырады.

«Ұшқырлық, тездік. Батылдық, қандай да проблеманы ашық жазу, астарына үңілуге ұмтылу журналистикамыздың жаңа сипаттары деуге саяды»[1, 144 б.] десек, «Айқын» газеті ақпарат таратуда жедел әрі ұшқырлық танытып, өзекті тақырыптарды батыл жазуда үлгі көрсетіп келеді.

Бұл ретте газет бетінде көтерілген проблеманың аяқсыз қалмайтынын айта кету керек. Оның мысалын «Айқынның» кезекті сандарында жарық көрген «Айқын» жазды, Алланың шапағаты тиді», «Айқын» жазды, 130-ға келген қарияға әкім үй берді» деген хабарлардан көруге болады. Мәселен, Қарлығаш Зарыққанқызының «Айқын» жазды, Алланың шапағаты тиді» деген заметкасында жеті баламен дүңгіршекте тұрып жатқан Тұрсынхан Дүйшенәлиеваның Ақсай-3 ықшам ауданынан екі бөлмелі пәтерге ие болғандығы туралы жазылған.

Газеттің алдыңғы сандарында кейіпкердің адам төзгісіз тірлігі жайында, жергілікті әкімқарарлардың Тұрсынханға барып, халін сұрап жәрдем берудің орнына «дүңгіршекті тұрған жерінен алып тастап, жеті баланы анасымен уақытша жатақханаға шығару керек» деп дігір салғаны туралы жазған болатын. Міне, «Айқынның» қозғау салуының нәтижесінде қазақтың бір отбасысы баспаналы болды.

Сонымен бірге «Айқын» жазды, 130-ға келген қарияға әкім үй берді» деген ақпарат әлемдегі ең қарт адам – 130-ға келген қарағандылық Сахан Досоваға қаланың «Көгілдір тоғандар» ауданынан екі бөлмелі пәтер берілгендігі жайында жазылған. Әрине, жергілікті биліктің мұндай мырзалыққа оңайлықпен бармайтыны оқырманға белгілі. Қарияның бір баспанаға зар болып жүргені туралы дер кезінде дабыл қағып, бұл проблеманы жоғары жақтың құлағына жеткізген тағы да «Айқын» газеті болатын. Демек, газет бетінде көтерілген мәселелердің оң шешімін табуы басылымның пәрмеңділігін көрсетеді.

Жоғарыда атап өткен айдарларда кемшіліктер мен жағымсыз фактілер сыналады. Кейбіреуінен дер кезінде қорытынды шығарылды да. Ал кейбір сыналған жайттар бүгінге дейін өмірден орын алып жатады.

«Айқынның» 2012 жылғы 22 ақпандағы санында «Үкімет» айдарында «Қарамағыңызда кім жүр, министр мырза?» атты Айқан Шәріптің мақаласы берілген. Тақырыбы көп жұртты елең еткізетін мақаладағы айтылар мағлұмат та лауазым иелеріне қатысты. «Парақор қызметкерді қанатының астына алған биік лауазымды басшыларға отставка қаупі төнді. Бұл жаңалық кеше мәлім болды. Министрлер кабинетінің осы күнгі отырысынан шыққан Мемлекеттік қызмет істері агенттігінің төрағасы Ә. Бәйменов журналистерге өз агенттігінің арнайы заң жобасын әзірлегендігін хабарлады. Осыған сәйкес, егер қол астындағы қандай да бір шенеунік коррупциялық қылмысқа қолын былғаса, оның басшысы отставкаға кетуге міндетті болмақ» деп басталатын мақалада бұл Батыста кең қолданылатын тәжірибе екендігі айтылған.

Егер әлгі заң өмірге жолдама алса, басшылардың қызметкер таңдаудағы жауапкершілігі артып, ақыр соңында ол жемқорлықтың төмендеуіне ықпал етері сөзсіз.

Мәдениет, өнер адамдарын таныстыруда, қаламгерлерді насихаттауда, әдеби-мәдени саланың жетістік-кемшіліктерін саралауда да «Айқынның» беті айқын. Оларды да басылым бетінен жиі-жиі кездестіреміз. Басылымның соңғы бетінде тұрақты айдарларға орын берілген. Мәселен, «Туған күніңізбен!», «Күле отырыңыз», «Біздің тұрақты оқырман», «Қаламгер құпиясы», «Танымал әннің тарихы».

«Танымал әннің тарихы» айдарында аты айтып тұрғандай, жұртшылыққа танымал қазақ әндерінің шығу, таралу тарихы туралы әншісазгерлер әңгімесі қызықты етіп баяндалады. Ән авторының, мәтінін жазған ақынның, оны орындаушының әңгімесі арқылы тақырыпты аша түседі. Мәселен, «Күлдір, күлдір кісінетіп» деп аталатын Қаншайым Байдәулетованың мақаласында белгілі жазушы, журналист, ғалым Ақселеу Сейдімбектің композиторлық қыры ашылады. Филология ғылымдарының докторы, профессор А. Сейдімбек жұртшылыққа өзінің ғылыми-зерттеу еңбектерімен, бірнеше тарихи-мәдени, өнер тақырыптарында жазылған шығармаларымен таныс. Алайда біз білетін ғалым ән де жазады екен. Ақтамберді жыраудың сөзіне жазылған «Күлдір, күлдір кісінетіп» әнінің авторы екенін көпшілік оқырман осы басылым арқылы білді десек қателеспеспіз.

«Мен мұны әншілігім тасып шығарғаным жоқ. Бірақ шынында да халықтың жүрегіне сенім ұялатқан, соншалықты желпінткен дүние болды», – дейді автор. Туындыны алғаш Жәнібек Кәрменов орындайды. Бірақ көп ұзамай қайтыс болады. Бұл жазушының қабырғасына қатты батады. Ол туралы автор: «Мүмкін тірі болғанда әлі де көп дүние жазар ма едік... Кейде оны «Ақтамбердінің толғауы» деп хабарлап жатады. Бұл қате. Өлеңі Ақтамбердінікі болғанымен, толғауды дүниеге келтіруші – мен» [7], – деп нақтылай түседі.

Ал «Қаламгер құпиясы» айдарында белгілі ақын-жазушылардың шығармашылық құпиясы сөз болады. Мұнда тақырып қызықты әрі қаламгер құпиясының бір қырын ашатындай етіп қойылады. Мысалы: «Өтірік өлең жазып қоюдан сақтанатын ақында» ақын, Халықаралық «Алаш» әдеби сыйлығының лауреаты Әбубәкір Қайранның шығармашылық жолы сөз болады. Ас үйде отырып жазғанды ұнататын ақын жазарда қағаз таңдайды. Ақ қағазға өлеңді шимайламай шығарады. Егер өлең басталғаннан шимай түссе, басқа парақтан бастайды екен.

Сондай-ақ, «Жалқаулықты жаны сүйетін жазушыда» бірнеше прозалық кітаптардың авторы Жаңабек Шағатайұлының «Менің ең сүйетін ісім- жалқаулық. Диванда жатып, құрғақ қиялмен теледидар көргеннен артық ештеңе жоқ. ҚазМУдің журналистика факультетін асықпай 11 жыл оқыдым» деуінен шығармашылық адамының мінездері мен табиғаты әр түрлі болатынына көз жеткізесің.

Ал, Сәуле Әбединованың «Кітап ұрлағанды ұнататын ақын» деген мақаласы белгілі ақын, публицист Аманхан Әлім жайында. Ақын бала кезінен кітапты жақсы көргендіктен кітапханашы болуды армандапты. Бір күні ауыдың кітапханасынан бір қап кітап ұрлаған көрінеді. Ол кітапқа деген құмарлықтан болған оқиға болса керек. Кітап сыйлап, қолтаңба алғанды жақсы көретін ақынның үйінде үлкен кітапханасы бар.

«Он жеті томды қаламмен жазған жазушы» деген тақырыптағы Жолдасбек Дуанабайдың мақаласында жазушы, қоғам қайраткері Софы Сматаевтың шығармашылық қыры, әр шығармасының дүниеге келу тарихы, қаламгер шабытына әсер ететін жағдайлар сөз болады. Журналист мақаланы бірден кейіпкерінің сөзімен бастайды:

«- Менің өндірте жазатын кезеңім – бұрын күз бен қыс айлары болатын. Жаңбыры сіркіреген, аспанын бұлт торлаған қазан, қараша айлары тыстағы табиғат сұлулығын қымтап көміп, төрт қабырғаға қуып әкеліп, қамап тастайтын бұлыңғыр күндерде еріксіз жазу үстелімнің жанынан табылам ба, әлде жаз бойы арқаны кеңге салған жауапсыз, сылқымсоқ мезеттердің қарымтасын қайтару керек дейтін ішкі түйсіктің дүрбелеңі бастала ма, қолым қаламға жармасады. Ал содан соң, кейде бірер айдың ішінде не бір романның немесе бірер пьеса, повестің сұлбалары қағаз бетіне түсіп қалады» [8]. Одан әрі қаламгердің шығармалары туралы әңгімелейді.

«Елім-ай» романы арқылы оқырманға жақсы таныс жазушы осы уақытқа дейін сегіз роман, он үш повесть жазыпты. Қазір «Елім-ай» атты циклды романның төртінші кітабын жазу үстінде.

Журналист әр шығарманың тууына себеп болған әртүрлі оқиғалар жайын да назардан тыс қалдырмайды. Мәселен, «Әулет сыры» деген дастанның жазылуына бір ардақты ананың адамгершілік құдіретіне арналған С. Тұрысбековтың күйін тыңдағандағы тебіренген халі дәнекер болыпты. «Елім-ай» романының жазылуына «Елім-ай» әні қатты әсер етіпті.

Қаламгер жазу үстінде отырғанда үнемі тыныштықты қалайды екен. Өзін суретте отырған оқиғалардың ішінде жүргендей сезінетін көрінеді. Айқас-шайқас өтіп жатқан тұста дәл қасынан көріп тұрғандай ғажайып бір күй кешетіні бар. «Сондай сәтте мен, керек десеңіз, әлгі кейіпкерімнің киген киімдерінің түр-түсін, қимыл-қозғалыстарының әр мезетін кәдімгідей ажыратып сезінем. Сондай күйден әлдебір кедергі килігіп кетіп, үзіп жіберсе, қатты кейимін»,-деп ағынан жарылады.

«Айқын» газеті спорт тақырыбына ерекше көңіл бөледі. Аптасына бес мәрте шығатын газеттің әр санының тұтастай бір беті спорт саласына арналған. Бетті журналист Ғалым Смағұл дайындайды. Бұл – қуантарлық жайт. Өйткені қазақстандық газет-журналдардың көбінде бұл тақырып мүлде жоқ. Бар болған күннің өзінде тым аз жазылады. Аталмыш басылым Қазақстанда болып жатқан немесе отандастарымыздың қатысуымен өтетін жарыстарға көп тоқталады. Және аймақтық спортқа да ерекше көңіл бөледі. Кезінде ел спортына елеулі еңбек сіңірген азаматтар да ұмыт қалмайды. Бұл тақырыптар сұхбат, репортаж, сыни корреспонденция, мақала, оның ішінде проблемалық мақала, журналистік зерттеу түрінде беріледі.

Газеттің кең танымал болуының себебі – «Айқынның» халықтың көкейінде жүрген мәселелерді дер кезінде көтере білуі және оны халықтың зердесіне жететіндей әр жанрдың ерекшеліктеріне сәйкес ұғынықты, әрі түсінікті тілмен жаза білетіндігінде дер едік.

Газеттің «АЙҚЫН апта» қосымшасы әдеби, мәдени, өнер тақырыптарына арналған материалдарды қамтиды. Оқырман әсіресе «Дидар ТД» арнаулы беті арқылы теледидар әлемі және тележұлдыздар өмірімен таныса алады.

Жалпы, газет бетінде көтерілген тақырыптарда қазақ тілінің мәртебесін көтеру, отансүйгіштік қасиетті шыңдаудағы кемшіліктер, ел байлығын шетелдіктердің талан-таражға салуынан сақтау, сыбайлас жемқорлыққа жол бермеу, қылмыскерлерді дер кезінде құрықтау, мемлекеттік қызметкерлердің қызмет бабын асыра пайдалануы, жастар тәрбиесіндегі кемшіліктер, діни ағымдардың көбейіп кетуі, т.б. ірілі-ұсақты мәселелер сынға алынды.

Қорыта айтқанда, турашылдық, кесіп айту басылымның өресін биіктетті десек артық айтқандық емес. «Айқын» бүгінгі заманның жақсылығын да, «кеселін» де дөп басып айта біледі. Әрине, бұған кез-келген газеттің батылдығы жете бермейді. Қарапайым халықтың мұң-мұқтажын шешуде билікке де ықпал ете алатындығына жоғарыдағы мысалдар дәлел. Алдағы уақытта да газет алғашқы шыққан жылдардағы барды бардай, жоқты жоқтай етіп айта алатын бағытынан ауытқымаса екен деген тілек бар.

Әдебиеттер

1 Омашев Н. Жол үстінде журналист. – Алматы: Атамұра, 1999. – 168 б.
2 Төрежан Қ. Зейнеткерлердің ақшасын жеген жемқорлар //Айқын. – 2008. – 28 қараша.
3 Райымбекұлы Ұ. Оңтүстікте ұстаздар ұятқа қалдырып жүр //Айқын. – 2008. – 21 қазан.
4 Оразбекұлы Қ. Тергеу абақтысына 45-ші директор отырды //Айқын. – 2008. – 9 тамыз.
5 Жақып Б. Публицистикалық шығармашылық негіздері. – А., 2005.
6 Дуанабай Ж. Мұздай болып келіп, қыздай болып кетті немесе Мәсімов макетке неге қызығып жүр? //Айқын. – 2009. – 20 сәуір.
7 Байдәулетова Қ. Күлдір, күлдір кісінетіп //Айқын. – 2009. – 3 ақпан.
8 Дуанабай Ж. Он жеті томды қаламмен жазған жазушы //Айқын. – 2009. – 18 ақпан.

References

1 Omashev N. Zhol ustinde zhurnalist. – Almaty: Atamura, 1999. – 168 b.
2 Torezhan Q. Zeinetkerlerdin aqshasyn shegen zhemqorlar // Aiqyn, 2008. – 28 qarasha.
3 Raimbekuly U. Ontustikte ustazdar uyatqa qaldyryp zhur // Aiqyn, 2008. – 21 qazan.
4 Orazbekuly Q. Tergeu abaqtysyna 45-shi director otyrdy // Aiqyn, 2008. – 9 tamyz.
5 Zhaqyp B. Publicistikalyq shygarmashylyq negizderi. – A., 2005.
6 Duanabai Zh. Muzdai bolyp kelip, qyzdai bolyp ketti nemese Masimov maketke nege qyzygyp zhur? // Aiqyn, 2009. – 20 sauir.
7 Baidauletova Q. Kuldir, kuldir kisinetip // Aiqyn, 2009. – 3 akpan.
8 Duanabai Zh. On zheti tomdy qalammen zhazgan zhazushy // Aiqyn, 2009. – 18 akpan.

ӘОЖ 070

Т.Ж. Машарипова

Бердақ атындағы Қарақалпақ мемлекеттік университеті, Қарақалпақстан Республикасы, Нөкіс қ.
E-mail: tamara_masharipova@mail.ru

Публицистика және әдебиет

Мақалада әдебиет пен публицистикаға салыстырмалы талдау беріледі. Әдебиет пен публицистиканың объектісін, сонымен бірге шығармашылық қызметінің әдістерін зерттеу негізінде әдебиет пен публицистиканың аудиторияға әсері, бірінші және екінші тараудың өзіне тән өзгешеліктері ашып көрсетіледі. Егер әдебиеттің басты мақсаты жазушының рухани дүниесінің байлығы нәтижесінде тұрмысты көркем-эстетикалық жақтан суреттеу болса, публицистика үшін белгілі бір қоғамдық мәселелердің демонстрациясы және оларды шешу үшін аудиторияны жедел іске кірісуге үндейтіндігі жан-жақты дәлелденеді.
***Түйін сөздер**:* қоғам, аудитория, суреттеу, актуальды, типик, жеке, методтар, жанрлар, әдіс, тіл.

T. J. Masharipova

Reading and literature

The article provides a comparative analysis of literature and journalism. Based on the study of the object and the subject, as well as methods of creative activity, showing the radio of literature and journalism, the audience, disclosed the specific of the first and second areas. Proven that if the main purpose of literature is the artistc and aesthetic representation of reality and spiritual world writers, for journalism is a demon.
***Key words*:** society, audience, reflection, actuality, typical, individual, methods, genres, stile, language.

Т.Ж.Машарипова

Публицистика и литература

В статье проведен сопоставительный анализ литературы и публицистики. На основе изучения объекта и предмета, а также методов творческой деятельности, показа отношения литературы и публицистики к аудитории, раскрыты специфические особенности первой и второй сфер. Доказано, что если главной целью литературы является художественно-эстетическое отображение действительности и духовного мира писателя, то для публицистики это демонстрация конкретных общественных проблем и непосредственный призыв к действию.
Ключевые слова*:* общество, аудитория, отражение, актуальность, типическое, индивидуальное, методы, жанры, стиль, язык.

Публицистика және әдебиеттің өзара байланыстылығы ежелден белгілі. Олардың бір-біріне әсері туралы көп жылдардан бері пікірлер тынбай айтылып жатыр. Бұл тартыстар, атап айтқанда, жадидтер дәуірінде де (XX ғасырдың басынан бастап) жалғасты.

XX ғасырдың екінші жартысында да бұл мәселенің түрлі көріністері бойынша М.В. Ломоносов атындағы Москва мемлекеттік университетінің журналистика факультетінен Е.П. Прохоров, В.Д. Пельт, В.В. Учёнова, В.М. Горохов, М.С.Черепахов, Петербургтен Е.И. Журбина, Львовтан В.И. Здоровега, Екатеринбургтан В. Шандра, Ташкенттен О. Тоғаев, Р. Мухамадиев, Ф. Муминов, Ю. Хамдамов, Нөкістен Қ. Жәрімбетов, Қ. Оразымбетов, Самарқандтан М. Хусаиновтар бір қатар кітап және мақалалар жариялады. Бұл еңбектерде публицистика түсінігіне, оның теориясы және практикасына кейбір анықтамалар берілген болатын.

Сонымен бірге біз жоғарыда тілге алған ғалымдар публицистика мен әдебиеттің өзара

қатынастарына жетерлік дәрежеде салыстырмалы анализ бере алды деп айта алмаймыз. Бұл мақала осы олқылықты толтыруға арналған.

Коммуникация, әдебиет, журналистика, публицистика.

Мақаланың тақырыбын толық түсініп алу үшін кейбір терминдерге түсінік беру керек. Бұлардың ішінде ең көп мағыналы түсінік – коммуникация.

Коммуникация – бұл жалпы түрдегі байланыс, ол жанды және жансыз дүниеде де әрекет етеді.

Аспан денелерінің магнит ауданы жәрдемінде бір-біріне тартылысуы және бір-бірінен қашуы немесе күн нұрлары және теректің жапырақтары арасындағы байланыстар – бұл жансыз дүниедегі коммуникация. Балықтар, құстар және жануарлар әртүрлі дауыстар жәрдемінде өзара қатынас жасауы және сол жол мен бір-біріне мәліметтер жеткізуі де коммуникация.

Адамдар сөз немесе ым мен бір-біріне түрлі сигналдар жіберуі де – коммуникация. Коммуникацияның түрлері және көріністері туралы көп нәрсе жазуға болады, бірақ келтірілген үш мысалдың өзі мақала тақырыбын ашып беру үшін жеткілікті деп ойлаймыз. Қосымша түрде тақырыбымыз айналасында коммуникация санасыз, қалаусыз сана және саналы түрде жүзеге асырылуы мүмкіндігін түсініп алу зиян етпейді.

«Әдебиет – көркем өнердің бір түрі, сөз өнері. Әдебиет – жазба түрде жаратылған және әлеуметтік маңызға ие болған адам ақылының жемістері. Әдебиеттің техникалық, ғылыми, публицистик, эпистоляр, мәліметтеме және басқа да формаларын ажыратып қарайды. Қарапайым және қатаң мәнінде әдебиет деп көркем жазба шығармаларға айтылады» [Қозыбаев С.К. және басқалар. Журналистика Казахстана. Энциклопедия. – Алматы: Экономика, 2006]. Әдебиеттің элементтері және оның ежелгі көріністері саналы адам пайда болғанынан бастап бар. Ұзақ мың жылдықтар аяғында әдебиет ауызша және пиктограмма (шартты суреттер) формаларында амалға асырылды, жазу ойлап табылғаннан кейін әдебиеттің жазба түрлері пайда болды. Осы күнге дейін сақталып келген алғашқы ұлы шығарма бес мың жыл бұрын ежелгі Шығыста жаратылған «Гильгамеш туралы эпос» болып саналады. Бұдан соң қорытынды шығару мүмкін, әдебиет адамзат тарихында адамдар ойлап тапқан бірінші шығармалардан есептеледі.

Бүгінгі күні әдебиет ірі шығармалар үлгісіне, жалпы айтқанда, үлкен тұрмыс қажеттілігіне айналады. Заманалық әдебиет әр қандай идея, процесс, тұлға немесе оқиғаны көрсете алады. Бұл үшін әдебиеттің арнаулы түрлері бар.

Әдебиет түсінігін профессор Қ. Жәрімбетов төмендегіше дәріптейді:

«Көркем әдебиетті, көбінесе қысқа қылып, әдебиет деп те атаймыз. Көркем әдебиет – жазба түрдегі көркем сөз өнері. Сыртқы дүниені, қоғамдық тұрмысты, інсанның рухани көшірмелерін образдар арқылы танудың бір түрі. Ақиқатында да, көркем әдебиет сөз өнері болып есептеледі, жазушы-ақындар көркем сөздің құдіретімен сурет салады, тек қана сурет салып қоймастан, оған түрлі эстетикалық сезімдерді дарытып жан береді, адам характерін, оның ішкі жан дүниесін ашып береді. Әдебиет те қоғамдық сананың бір түрі есептеледі. Ол табиғатты, тұрмысты білуге ұмтылады һәм олар жөнінде дұрыс түсініктерді көркем образдармен береді. Сондықтан да көркем әдебиеттің әлеуметтік, тұрмыстық маңызы күшті, ол адамды рухани тәрбиелеу қызметін де орындайды» [2, 9-10].

«Журналистика» сөзі бірнеше мағынаға ие. Біріншіден, бұл – әлеуметтік маңызға ие болған информацияны жинау, қайта өңдеу және жариялаудың шығармашылық, қоғамдық-саяси қызмет түрі. Екінші мағынасы − хабар құралдары үшін оператив хабарлар – жазушы адамдар кәсібі (редактор хабаршы, жауапты хаткер, шолушы, авторлар және т.б.). Баспасөз, радио, теледидар және интернет үшін дайындалған репортаж, интервью, шолу және басқа жанрларда жазылған шығармалар үшінші мәнін білдіреді. Төртінші мәні болса ақпарат хабар құралдары жиындысы. Журналистиканың бесінші және ең маңызды мәні – ол қоғамның ерекше әлеуметтік институты деп қаралады. Осы формада оның қалған төрт мәні бірігеді (3, 4, 5). (Қараңыз: Муминов Ф.А. Журналистика ижтимаий институт ретінде. Ташкент, Университет, 1998).

Публицистика. Публицистиканың не екендігі туралы да көп тартыстар болған. Бұл пікірлерді төрт топқа біріктіруге болады.

Біріншіден, әдеби сыншылардың пікірінше, бұл **әдебиеттің бір бағыты**. Екіншіден, журналистика саласындағы мамандардың түсінігінше,

бұл **журналистиканың бір көрінісі**, олар, тіпті, көркем-публицистикалық жанрлар тобын ажыратып, оған сурет және очерк, фелъетон және портрет, сықақ мысал және эпиграммаларды кіргізеді. Үшіншіден, бұл екі топардан өзін хабарсыз көрсетпекші болған ғалымдар публицистиканы **шығармашылықтың** ерекше **арнайы түрі** деп айтады [4]. Төртінші көзқарастың жоқтаушылары публицистиканы белгілі бір стильде орындалған және белгілі бір стильде жазылған және өзінің өзгешеліктеріне ие **мәтіндер** (тексттер) деп есептейді. Бұл мәселеде біз төртінші топар мамандарына қосыламыз.

Әдебиет және публицистикада ғылыми-шығармашылық ағымдары адамзат тұрмысы және ақылы көркем әдебиеттің түрлі көріністерінде өз бейнесін табады. Бұл бағдарлар классикалық және классикалық емес деп аталған екі ірі топарға біріккен.

Классик мектептер, ағымдарға классицизм (Франция, XVII ғасыр), сентиментализм (Ұлы Британия, XVIII ғасыр), романтизм (Батыс Еуропа, XIX ғасырдың басталуы: Новалис, Байрон, Шелли), критикалық реализмдер (Еуропа, XIX ғасыр: Бальзак, Флобер, Диккенс, Гоголь) кіреді. Бұл ағымдар ежелден белгілі болып келген және әдебиеттану мен публицистика саласындағы мамандарға белгілі болғаны себепті біз оларға тоқталмаймыз.

Постклассик (неоклассик) бағдарларға назар аударайық. Бұларға модернизм, сюрреализм, постмодернизм тағы басқалар кіреді. Модернизм XIX ғасыр ақыры және XX ғасырдың басында көркем өнер және әсіресе көркем әдебиетте өз көрінісін тапты. Оның негізін салушылары және белгілі өкілдері ретінде Т. Элиот, Ж. Жойс, Г. Стайн, В. Вульф, т.б. айту мүмкін. Модернизм барлықты және әдебиетті бұрынғы қалпынша бағалауды кескін бекерлейді және жаңа бейнелеу құралдарын іздеуге және пікірлеуге шақырады. Сюррелистер абсолют реалдықты көзде тұтуды және оған мамандықта жетіспекші болған авторлар болып табылады. Бұл ағым бірінші және екінші дүниежүзілік соғыстар арасында дамыды. Сюррелизмге ақын А. Бретон негіз салды.

Постмодернизм сондай күрделі және көп қырлы бағдар, оған тек бір жазушыны негіз салушы ретінде атап көрсете алмаймыз. Алғаш рет терминді Р. Ранвиц «Еуропа көркем өнерінің кризисі» (1917) деп аталған кітабында келтірді. Оның бұл терминді 1934 жылы XX ғасырда 20-жылдарының басында шығармашылықпен шұғылданған және алғашқы әдеби дәстүрлерді кескін бекерлеуші ақындар шығармашылығын бағалау үшін қолданған. Соңынан бұл түсінікті тарихшы А.Тойнби, философ Ж. Лиотар тағы басқалар біршама байытты.

Әдебиет тарихында дүниеге келген шығармашылықтар тек жоғарыда біз тілге алғандардан тұрмаса да, мақаламыз үшін жоғарыдағы ағымдарды көрсеткеніміздің өзі жеткілікті. Өйткені біздің міндетіміз – әдебиет пен публицистиканы салыстырып, олардың жалпы өзгешеліктері және айырмашылығын анықтап алу. Бағдарлардан көрініп тұрғанындай, публицистика олардан біршама алыста. Публицистикалық шығармалар классицизм, сентиментализм, романтизм немесе критикалық реализм әдістерінде жазылуы мүмкін, әрине, бірақ бұл әдістердің өзі, әдеби шығармалардағы сияқты, публицистикалық шығармаларда үстемдік ете алмайды. Және үстемдік етуі мүмкін емес. Себебі публицистік шығармалар жазудың мақсаты, міндеттері және әдістері басқаша.

Модернизм, сюрреализм және постмодернизм сияқты пікірлеу және жазу түрлері публицистикаға классикалық бағдарлардан да алыстау. Себебі бұл ағымдардың өкілдері сондай басқаша түсінеді және бейнелейді, не ары, не бері емес. Мұндай, тіпті, бүгінгі күндегі публицистикадан да кескін айырмашылық қылады. Қайталауға тура келеді, заманагөй публицистиканың объекті мен предметі, мақсаты, міндеттері мен әдістері әдебиеттегі жаңа классикалық бағдарлардың объекті мен предметі және әдістерінен біршама алыс. Себебі публицистиканың қоғамдық бағдарламасы басқаша. Публицистиканың мақсаты – қоғамдық пікір ояту, оны публицистикалық шығармадағы идея айналасында біріктіру, публицисттің идеясы айналасында қоғамдық пікірлерді жинау, аудиторияны белгілі бір міндеттерді орындауға шақыру және дайындау. Егер біз жоғарыдағы келтірілген көркем әдебиеттің түрлі дәуірдегі ағымдары мен шығармаларын публицистика мен публицистикалық шығармалармен салыстырсақ, әдебиет пен публицистика өзара тарихи, классификациялық және теориялық жақтан қалай ажыралатыны анық көзге тасталады.

Әдебиет пен публицистикада ұлттық дәстүрлер

Кейінгі маңызды мәселе – көркем әдебиет пен

публицистиканың дәстүрлерге болған қарым-қатынастарын анықтап алу. Жоғарыда келтірілген пікірлерімізден көрініп тұрғанындай, дәстүрлерді бекерлеу әдебиеттің түпкі негізінен жаңалану жолындағы дамуының табиғи жолы. Көп жазушылар олардың шығармашылығын замандастары түсінбегенін көріп, «бұл ұрпақ мені түсінбесе, кейінгілері түсінер» деп өздерін жұбатқан және сондай болған да. Мәселен, кейбір жазушы және ақындар өз шығармалары үшін Отанынан қуылған (Данте; «Илай комедия»), тіпті, өлімге үкім етілген (Машраб). Бірақ ғасырлар өтіп олар ұлттық қаһармандар ретінде танылған. Қысқасы, соны айту мүмкін, көп белгілі жазушылардың шығармаларын замандастары жақсы түсінбеген (Сервантес; «Дон Кихот», Бульгаков; «Ұста мен Маргарита») және ол шығармалар соңынан танымал болып кеткен.

Публицистикаға мұндай жол ешқандай тура келмейді. Публицистика әдебиет сияқты дүниені жалпы мағынада емес, оны анық бір қоғамда, анық ұрпақтар жасайтын сол дәуірге, сол адамдарға мүрәжат етеді. Публицист үшін ол өзі жазған уақытта жасайтын адамдар оны түсінуі керек, себебі автор, әсіресе сол аудиторияны мәлім бір әрекеттерге және актив өмірлік позицияға үндейді. Публицист бүгінгі күн үшін, жазушы болса, болашақ үшін жұмыс істейді. Нағыз жазушы ұлттық дәстүрлерді қабыл етпеуі күмән болса, публицист ондай қыла алмайды. Публицисткада керісінше, халықтың мықты заңдылықтары ретіндегі дәстүрлер шығармашылықтың негізін, мәнісін, публицистикалық рухын, өмірлік тамырын білдіреді.

Әдебиеттің ұлттық дәстүрлерге бойсынбауы жаңа топардағы дәстүрлерді – жалпы адамилық қасиеттердің пайда болуы және дамуына алып келді. Қабілетті жазушы және ақындар ұлттық шекаралармен дәлелденбеген, олар өз шығармаларын адам деген жаратылысқа, бүкіл адамзатқа арнаған. Нағыз жазушы тек қана ұлттық емес, сонымен бірге дәл сол шығарманың өзінде, жалпы адамилық қасиеттерімен бірлестірген түрдегі мәтінді жаратады. Нәтижеде классик (мумтаз) әдебиет ретінде жазылған және бүкіл адамзат жазған шығармалар бүкіл адамзаттық көркем-эстетик ауданды пайда етеді, бұл ауданның аты дүние әдебиеті деп аталады. Дүние әдебиеті адамзатты бірлестіруші бірінші және нәтижелі әрекет болды. Адамзат тарихында әскери, саяси, экономикалық бірлестірулер де көп болған, бірақ олар күтілген нәтиже бермеді. Ұлы әскербасылар (Ескендір Зұлқарнайн, Шыңғысхан, Әмір Темір…) дүниеден өткен соң олар түзген империялар тарқалып кетті. Бірақ «Шах Эдип» және «Гамлет», «Алпамыс» және «Шахнама» сияқты шығармалар жәрдемінде қалыптасқан дәстүрлер ғасырдан-ғасырға өтіп, мемлекет шекараларынан асып, бүкіл адамзаттың идеялық мүлкіне айналды.

Әдебиетті тек қана ұлттық деп емес, сонымен бірге жалпы қоғамдық қазына деп білген ақын Гүлістан Матяқубова былай деп жазады: “Бүгінгі күнімізде әдебиет, руханият, мәдениет жөнінде түрлі саяз пікірлер көбейіп кеткен. Кейбіреулер руханият жөнінде көп әңгімелер болып жатса да, амалда ештеңе көрінбейді, деп өкінеді. Жеуге нан, киерге киім табылмай жатқанда руханият кімнің көңіліне сыяды дейді тағы біразы. Және біреулер болса, әдебиет те өлмекте, оның орнына сән әлемі дамуда, сахнада әр күні жаңа әртіс. Эстраданың заманагөй XXI ғасырға сай ән-күйі баршаны руханият және әдебиеттен, кітап оқу, ежелгі тарих және әдебиет әлемінен үзіп тастады деп тұжырымдайды. Бұлар жөнінде талантты ақын Бахтыяр Генжемұратовпен ұзақ пікір таластық.

– Әдебиет ешқашан өлмейді, – деді сеніммен Бахтыяр. – Інсан, оның көңілі тірі екен, әдебиет бар, ол жасап жатыр, бізден кейін де жасай береді. Не үшін біз көңіліміз құлазыса, жауапсыз сұрақтарымыз көбейсе Науайға, Мәшірепке, Паһлаван Маһмудқа, Румий және басқа бабаларымызға жүгінеміз? Ұзақ және жақын тарих парақтарынан Бердақ бабамызды іздейміз, жоқтаймыз? Бүгінгі күнде әдебиет бар. Тек әдебиетшілер, сыншылар көрінбей жатыр...” [5, 87]. Автордың пікірлерін жалпы қолдай отырып айтпақшымыз, әдебиетшілер бүгінгі күнде Қарақалпақстанда, Өзбекстанда бар және олардың қатарында көптеген мықты авторлар да бар.

Публицистика және әдебиеттің объекті және предметі.

Әдебиеттің объекті – жаратылыс. Жазушының әдеби дүниені жаратуы соншалық кең түсінік, мұнан да кеңірегін табу қиын саналады. Дүние сырларын ұғу жолдары, түрлері және әдістері жазушының қалай жантасуына байланысты. Өз кезегінде, жазушының жантасуы қаншалық ерекше, өзіне тән өзгеше сипат-

та болса, шығарма соншалық қызықты болмақ. Сондықтан соны айту орынды, әдебиеттің объектін толық түсіну өте ауыр мәселе, тіпті, оны анық көз алдыңа келтіріп, бейнелеу қиын.

Әдеби шығарманың предметі болса, толық түсініп болмайтын оқиға. Бұл өте қиын, шешімі жоқ проблема. Мәселен, «Ғашық Ғаріп және Шахсанем». Оның предметі не? «Король Лир»-дің ше? «Гаргантюа және Пантагрюэль» ше?

Көркем әдебиеттің предметін біз жалпы көріністе өмірлік проблемалар деп айтуымыз мүмкін. Сонымен бірге классикаға айналған көркем шығармалардың предметтерінің бір-бірінен кескін жағынан айырмашылықтары бар. Мәселен, А. Азимов шығармаларының предметі не? «Одиссея», «Форсайттар туралы саға», «Өткен күндердің» предметтерін салыстырайық. Көріп тұрғанымыздай, бұл өте қиын мәселе. Айту керек, бұл салыстырудың аяғына жетіп болмайды. Бұл сұрақтардың шешімі жоқ, себебі бұл мәселенің өзі шексіз.

Публицистиканың болса, объекті және предметі анық. Публицистиканың объекті – белгілі бір әлеуметтік оқиға, жағдай. Предметі – осы оқиға себепшісі болған орталық проблема, адамдарды қиындыққа салып жатқан саяси жағдайлар. Публицистік шығудың тиісті предметі анық, экономикалық-мәдени немесе экологиялық проблема болуы мүмкін. Бірақ бұлар бірінші көріністе, бірден назарға ілінетін фактілер, оқиға және кезеңдер есептеледі. Негізінде олардың түбірінде саяси мәселелер жатады. Яғни мекемені, мамандықты, қоғамды басқару өнері, осы басшылықтағы кемшілік саналады.

Публицистік шығармада, оның предметі ретінде, мәнісі жағынан, екінші жоспар болуы мүмкін, бірақ үшінші, төртінші жоспарлар өте кем кездесуі немесе ешқандай болмайды. Себебі публицистика – бір мәтінді, шектеусіз қызмет, оның міндеттері әдебиетке қарағанда басқаша түрде жүзеге асырылады. Әдебиеттің болса жоспарлары шексіз.

Әдебиет және публицистика – ұғымыр және пікір көріністері, бірақ бұл көріністер бір-бірінен айырмашылық қылатын бояуларға ие. Әдебиет өз сұлулығы, эстетикасымен күшті. Публицистика әлеуметтік маңызы және күрделілігімен өзіне тартады.

Әдебиет, әдеби кезең, көркем шығармалар – біршама кең түсінік. Көркем әдебиет туралы, оларды түсіндіретін публицистика бар (Д. Писарев мақалалары). Бірақ публицистикалық шығармаларды көрсететін көркем әдебиет жоқ (егер олар публицистикалық шығармалардағы мәселелерден келіп шығып, арнайы мақсаттарда жазылып жатқан өзбетінше шығармаға айналмас). Себебі публицистика және публицистикалық шығармалар әдебиет және көркем шығармаларға қарағанда біраз аясы тар және анық мақсатқа жұмсалатын болады. Осы тұрғыдан, публицистика көркем шығармадағы идеяларды насихаттайды, оларға әдеби сыншылардың көзі және қаламын қаратады.

Сондай-ақ талантты суреткер Оразбай Абдірахмановтың “Арал: аппақ қабырға алдында...” деп аталған публицистикалық мақаласының объектісі – Арал теңізі, предметі болса Аралмен қатысты мәселелер: теңіздің өлуіне тоталитар түзімнің айыптылығы, өткендегі кеңестік дәуірде шақынан дәрі алу үшін сайғақтарды қыру, жабайы қаздардың азаюы, өзен дельтасында хайуанат түрлерінің жойылып кетуі және сол сияқты оқиғаларға адамдардың парықсыздығы деп есептейді [6, 117-127].

Белгілі журналист және публицист Ш. Уснатдіновтың “Астанада жасау жауапкершілігі” мақаласының объектісі – Нөкіс қаласы және оның тұрғындары, предметі болса астанада жасау мәдениетімен қатысты мәселелер [7, 72-78]. ҚМУ студенті А. Алламбергеновтің “Қадірлеу үшін жаралған әйел” публицистикалық очеркінің объектісі – Халық тәлімінің үздігі, Беруни ауданындағы 61-мектеп мұғалімі, жазушы Мунаввара Құрбанбаева, предметі – осы еңбекқор әйелдің ұмыры және қол жеткізген табыстары [8, № 1].

Публицистика және әдебиеттің өз аудиториясына қарым-қатынасы.

Бұл қарым-қатынас әртүрлі. Көркем шығарманың концепциясы: жазушы жаратылыс − әдіс − аудитория. Публицистикалық шығарманың концепциясы: публицист – проблема – аудитория. Барлық публицисттердің методы бірдей мәселені сөз ету. Әрбір жазушының өз әдісі бар және дәл осы метод авторын жазушы адам және заманға ұсынады. Бұл әдістер бір-бірінен айырмашылық қылады және дәл дұрыс таңдалған әдіс жазушының оригиналдылығын қамтамасыз етеді. Өз әдісін таппаған жазушы жазушы емес. Публицисттердің баршасы бір

әдіс негізінде істейді, бұл әдіс әлеуметтік проблеманы көрсетеді. Әдебиет өз аудиториясын тәрбиелейді. Публицистика өз аудиториясына жолдама береді.

Әдебиет – көбірек сөз өнері және көркем-эстетик көріністегі **философия**. Публицистика баршаны өзіне қаратушы, сол жол арқылы белгілі сұрақтарға халық пікір-ойын аударушы және нәтижеде түрлі-түрлі тайпадағы адамдардың қажеттілігін қоғамның күн тәртібіне қоюшы, оларды маңызды мәселеге айландырып және де мәселенің шешімін көрсетуші қоғамдық-саяси **әрекет күші** саналады. Публицистика қоғамның бүгінгі проблемалары үшін күреседі, әдебиет болса халықтың жалпы халықтық дәрежесін жоғарылатады, оны эстетикалық жақтан тәрбиелейді, яғни бұл келешек жылдар, он жылдықтар және ғасырларға кететін көркемдік инвестиция саналады.

Әдебиет – нәзік иірімдер мекені. Публицистиканың оған салыстырғанда пафосы күшті, тікелей мұражәт ету әдістерін қолданғаны үшін дөрекілеу келеді. Өйткені оның мақсаты басқаша яғни көпшілікті шығарма мақсаты айналасына тарту.

Публицистика көп қоғамға жоспарланады, бұл болса, шексіз байланыстарды, кескін бағаларды талап етеді. Сол үшін нәзік түстерге толы әдеби шығармалар ғасырлар бойы жасайды, публицистикалық шығармалар болса көбінесе өз дәуірін көрсету мен көзге түседі, кейінірек олардың актуалдығы өтіп кетеді. Әдебиет жай ағып жатқан терең өзенге ұқсаса, публицистика көбірек айқай және төбелеспен, бірақ дәл осылайша көпшілік назарын өзіне тартып жатқан тау өзені есептеледі.

Жазушы – жаратылыс және өзінен келіп шығады. Публицист тақырып және қоғамнан. Жазушының мақсаты – өмір көріністерін бейнелеу болса, публицистің мақсаты – адамдардың санасын ояту, осылар төңірегінде пікірлеуге бағыттау.

Көркем шығармалар аудиториясы тар және қағидаларға бойсындырылған болады. Бұндай шығармаларды барлық адамдардың жете түсініп оқуы қиын және түсіне алмайды. Сондықтан көркем шығармаларды жас шағында оқу басқа, өмірлік тәжірибеге ие болғаннан кейін оқу басқа – сол уақытта бір шығармада әр түрлі мағыналар бар екендігі анықталады.

Әдебиет көп проекциялы өмір айнасы болса, публицистика дәуір нерві. Көркем шығармадан әрбір адам өз дүние қарасына тән мағыналар табады. Публицистикаға мұншалық плюрализмге ие болу дұрыс келмейді. Оны барша бірдей түсінуі керек, болмаса публицистикалық шығарма кең жұртшылықты, түрлі әлеуметтік қабаттарды біріктіре алмайды және нәтижеде өзінің ең маңызды функцияларынан болған бағыттарды жүзеге асыра алмайды.

Сонымен бірге аудитория тікелей және тікелей бомаған екі топарға бөлінеді. Гүлістан Матяқубованың "Отан рухы" кітабындағы [5] публицистика тікелей қарақалпақстандықтарға қаратылған болса, оның тікелей болмаған аудиториясы бүкіл Өзбекстан халқы, тіпті одан да кеңірек шеңбердегі кітап оқырмандары. Оразбай Абдірахмановтың "Таңдамалы шығармалары" томдығының аудиториясы (кітап Тәшкендегі "Фан" баспасында басылған болса да) Қарақалпақстан халқы, себебі кітап қарақалпақ тілінде [9].

Әдебиет және публицистика ортасындағы айырмашылықтарды түсіну үшін және бір жақсы мүмкіндік оларды жанрлық көзқарастан салыстыру болып саналады. Мұның ыңғайлы тарапы сонда, шығармадағы пікір, әдіс, принцип, функция, автор поэзияциясы сияқты категорияларды біліп алу біраз қиын соқса да, жанрлар баршаға таныс түсінік.

Бізге мәлім, жанр (тіл және әдіс сияқты) пішіннің көріністерінен есептеледі. Қарапайымдылықтан бастап өте күрделі көрініске дейін ие болу – көркем шығарманың мүмкіндігі мен табысы.

Публицистикада болса мұндай болуы мүмкін емес. Публицистикалық шығарма түрлі құрамды көрністерді көтере алмайды, өйткені бұлай жантасуды аудитория бірден түсінбейді. Публицистикалық шығарманы қайта-қайта оқып, онда жасырынған мағынаны іздеу үшін аудиторияның уақыты және қалауы жоқ, мұндай позиция негізінде публицисттің ауылынан алыс.

Әдебиет шығармасы табиғи күрделі құрылысқа ие. Кейбір көркем шығармалардың өзіне тән қиындығы ғасырлар өткен сайын түсінікті болып, оның жаңа-жаңа мағыналары ашыла береді. Публицистика болса мұны көтере алмайды. Публицистикалық шығарма қиын структураға шыдай алмайды. Себебі публицист үшін халық оның шығармасын қазірдің өзінде оқып, түсінуі шарт. Сондықтан публицистикалық шығарма бұл тарапынан біршама қарапайымдау тәрізде жазылады. Бірақ

бұл − публицистиканың мазмұны таяз болады дегені емес. Публицистиканың мақсаты – кең көлемдегі қоғамның назарын өте үлкен әлеуметтік проблемаға аудару болып саналады.

Нәтижеде жанрлық көп түрлілік екі шығармашылық түрінде бір-біріне кескін айырмашылық етеді. Осы пікірді анық мысалдарда көріп шығайық.

Әдебиет шартты түрде эпика, лирика және де драма тектеріне бөлінеді және әлгі тектер жанрлық жақтан көптеген ішкі түрлеріне ие. Бұлардың әрқайсысы бойынша қаншадан қанша зерттеулер алып барылған.

Эпик түрге жататын романның өзі бірнеше түрлерге бөлінеді: эпопея, психологиялық, фантастикалық, сатиралық, философиялық, тарихи және тағы басқа. Новелла, әңгімелер жайлы да осы сөзді айту мүмкін. Лирикалық шығармалардың әр замандағы көрінісі – жаңа заман ұрпақтарының назарын өзіне аудара алады. Драма көп мың жылдық тарихқа ие болса да, оның жанрлық классификациясында осы күнге дейін зерттеушілер бірер бір нақты тұжырым немесе анықтама айта алмаған.

Публицистика бағытында жазылған шығармалар бұл сияқты көп көріністерге бөлінбейді, олар, мәселен, фантастикалық болуы тіпті қиын. Публицистикалық шығармалар бір-бірінен көбінесе тақырыбы бойынша ажыратылады, саяси публицистика, экономикалық, экологиялық, әскери және басқа.

Жалпы анықтама бермекші болсақ, публицистикалық шығармаға жанр сөзін қолдану оншалық дұрыс емес. Себебі публицистикалық шығармалар жанрларға бөлінбейді немесе басқаша тәрізде айтқанда, жаңа публицистикалық жанрлардың өзі жоқ. Көркем-публицистикалық жанрлар топары бар, бұл дұрыс. Бірақ публицистика және жанр ортасындағы қарым-қатынастарды түсіну үшін екі маңызды жағына көңіл бөлу керек. Біріншіден, публицистика бағыттарына бөлінуі мүмкін (жоғарыда келтірілген саяси және басқа), бірақ ол өз алдына, тек публицистикаға тән болған жанрларға бөлінбейді. Екіншіден, журналистикалық шығармалар құрамы үш топ (ақпарат, аналитик және көркем публицистикалықтан) тұратынына қарамастан, әр бір топар өкілінде, мәселен, ақпарат топарына тиісті репортаж немесе интервьюда, сыни жанрларға тиісті корреспонденция немесе мақалада публицистикалық элементтер болуы мүмкін және бұл табиғи есептеледі.

Ұзақ уақыт бойы публицистиканы арнаулы жанр деп келген ғалымдар бар (О. Тоғаев). Бірақ бұл пікір оншалық дұрыс емес. Өйткені публицистика жанр (пішін) емес, бұл сипат, шығарманың ішкі сипаты, қасиеті, мақалаға дәм беретін тұз іспеттес. Сондай-ақ әдебиет соншалық күрделі шығармашылық түрі болғандықтан, оны кең жұртшылыққа түсіндіру үшін әдебиетшілер, әдеби-көркем сыншылар керек етеді. Публицистикаға тиісті публицистикалық бағдары жоқ және керек те емес. Публицистикалық шығармалар, көркем шығармаларға қарағанда, қарапайымдау, түсінуге оңай тәрізде жазылып, қарапайым услубта және ашық әдісте жарияланады.

Осы мәселеде Қазақстан әдебиеті және публицистикасынан да көп мысалдар келтіру мүмкін. Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті оқытушысы Римма Жақсылықбаева: “Жазушының тырнақалды туындыларынан бастап қай жанрда жазылған шығармаларын алсаңыз да дерек, факт, құжат секілді материалдарға жан бітіріп, өзі көріп, басынан өткерген немесе замандастары күә болған жайларды суреттейтінін байқайсыз. Роман, повестері мен майдан жазбалары – тарихи дерекнама негізінде жазылған дүниелер. Ә. Нұршайыховтың шығармаларында хат, күнделік, қолжазба, мінездемелер секілді деректі материалдар негізінде жазу стилі орнықты қалыптасқан. Оның сыры – жазушының әдебиетке очеркист, публицист ретінде келуінде”, – деп жазады [10, 9].

Осы жерде Қарақалпақстан жазушылары мен сыншылары арасында көп талқыға себеп болған бір мәселеге біз де өз пікірімізді білдіріп өтелік. Әңгіме автор өз шығармасын қандай жанрда атауы және әдеби сыншылар бұл атауды қабылдауы немесе қабылдамауы жөнінде болмақ. Оразбай Әбдірахманов “Босаға” (“Амудария” журналы, 1984-1985) шығармасын роман деп атады. Дегенмен бұл кітапты бұл роман емес деп айтқандар да болды.

Пікірімізше, автор өз шығармасын қайсы жанрға тиісті деп білуі – оның сөзсіз құқығы. Себебі шығарма қайсы жанрда жазылғаны ең алғаш оның авторына аян. Әрине, әдеби сыншылық үлкен ғылым, дей тұрғанмен бұл

сыншылардың барша бағалары дұрыс дегені емес. Әдеби сыншымен жазушының ортасында айырма сол, бір тараптан сыншы шығарманы әдебиетте қабыл етілген нормалар негізінде қарап шығып, басқа осы сияқты шығармаларға салыстырады, белгілі идеяларды және образдарды типтік белгілер негізінде бағалайды және шығарманы мәлім мағынада рамкаға түсіруге ұмтылады.

Екінші тараптан, әрқашан жазушы оригинал, басқа ешбір шығармаға мүлдем ұқсамайтын жаңа өнім жаратуға ұмтылады. Бұл дегеніміз ол барша стандарттарды бекерлеуге ұмтылады. Оның ойында тек өз мақсатына жетісу тұрады, саясат, қоршаған орталық, жеке мәптер, тіпті, аудитория, шығарма жазылып жатқанда оның көзіне көрінбейді.

Сыншы сыналып жатқан шығармаға қалағанынша баға беруге құқықты, жазушыда оның пікірін қабылдау немесе қабылдамау құқығы бар. Әрбір тарап өз дүниеқарасынан, тұрмысты білуінен, білім деңгейінен келіп шығады. Және қайталап айтамыз, жазушының өз шығармасын қалаған жанрмен белгілеуіне күмән қылмауымыз керек, себебі бұл оның туындысы. Н. Гоголь "Өлі жандар" романын поэма деп атаған, ешкім бұны қате деген емес, кітап болса роман ретінде бағаланады.

Публицистикалық шығармалардағы публицистика және көркем шығармадағы публицистілік.

Әдебиет және публицистика арасындағы қатынастарды толық түсініп алу және анализ қылудың мүмкіндігі жоқ. Өйткені екеуі бірбіріне өтіп тұратын шексіз әлеуметтік және де шығармашылық процесс болып саналады.

Бірақ публицистика, кейбір жазушылар ойлағанындай, «жеңіл» әдебиет емес. Дұрыс публицистикалық шығарма көркем шығармаға қарағанда көлемі жағынан шағынырақ болады, бірақ көлемі көркем шығармаға жетекшілік ете алмайды. Көркем шығарма әлеуметтік міндеттерді орындауымен құнды болмақ.

Жоғарыда келтірілген салыстырулар мен түсініктеме берулерден сол нәрсе мәлім болуда, мақаламыз объекті ретінде таңдалған екі шығармашылық түрі бір-біріне біршама жақын. Екеуі де жаратылыс құбылыс әрекеттерін сөз етеді, әлеуметтік проблемаларды көтеріп шығады, көп санды аудиторияға мөлшерленген болады. Екеуі де сөз өнері болып, адамдарды белгілі бір идея және әрекеттерге қарай бағыттайды. Жалпы, әдебиеттің де, публицистиканың да адамдарға ой-пікір беру, адамзатты тәрбилеу бағдарындағы қызметтері шексіз.

Соны да айтуымыз керек, көркем әдебиет және публицистика арасында ортақтық қанша көп болса, айырмашылықтар да соншалық маңызды. Мақала жалғасында біріншісі және екіншісін мүмкін болғанынша көрсетуге әрекет жасадық. Енді соңғы пікірімізді келтіруіміз керек.

Бұл пікір қандай болар екен? Көркем әдебиет және публицистиканы қандай етіп жалпы біріктіру мүмкін, екеуі де бұдан зиян көрмесін, сондай-ақ екеуі үшін де бұл әділетті, ғылыми қорытынды болсын.

Пікірімізше, мақала проблемасын әділетті шешудің жалғыз жолы – публицистикалық шығармалардағы публицистика және көркем шығармалардағы публицистикалықты бірбірінен ажырата білу. Себебі публицистикалық шығарма өз әлеуметтік мәселесі және маңыздылығыменен күшті болса, көркем шығармалар публицистикалығымен маңызды және осы қасиетімен бірінші орында тұрып кең жұртшылықтың назарын аударады. Көркем шығарманың эстетикасы және тәрбиелік маңызы бірден назарға ілінбейді, публицистика болса белгілі мағынада оларды аудиторияға жеткізу жолында магнит және кілт (проблемаға кіру) міндетін атқарады.

Шыңғыс Айтматов, Төлепберген Қайыпбергенов, басқа атақты жазушылардың романдары публицистикалық шығармалар емес. Бірақ олар аса күшті публицистік руханиятпен суарылған. Осы публицисттілік классик романдардың ең күшті компоненттерінен саналады. Публицисттілік әдебиетке аудитория назарын тартады, көркем шығармаларды халықтың кең қабаттарына жетіп баруын қамтамасыз етеді. Публицистикалық жантасу, өз қасиеттеріне сай тәрізде, әдебиет үшін шығарма идеяларын, қаһармандарды, түр-түстілігі кең аудиторияға толығырақ жеткізеді, керекті көңіл-күй беруші әдіс шығармаға ауадай қажет, сондай-ақ нағыз классик көркем шығарма пафоссыз жасай алмайды. Нағыз әдебиет бар болғаны үшін, онда публицистілік болғандықтан, оған көркемділік жарасады. Ақиқат өмірді суреттеген көркем шығармада публицистиканың болуы табиғи болса, өз кезегінде публицистикалық шығарма көркемдігімен әдемі көрінеді.

Әдебиеттер

1 Журналистика Казахстана. Энциклопедия. – Алматы: Экономика, 2006.
2 Жәримбетов Қ. Әдебиеттанудан сабақтар. – Нөкіс: Қарақалпақстан, 2012.
3 Қ.: Мўминов Ф. Журналистика әлеуметтік институт сыпатында. – Т.: "Университет", 1998.
4 Қ.: Прохоров Е.П. Публицист и действительность. – М.: МДУ, 1973.
5 Матяқубова Г. Отан рухы. – Нөкіс: Қарақалпақстан, 2011.
6 "Арал: аппақ қабырға алдында..." // Абдурахманов О. Қарақалпақ дуниесі. Публицистика, эссе және ҳикаялар. – Т.: Алишер Науай атындағы Өзбекістан Міллій кітапханасы баспасы, 2011 (өзбек тілінде).
7 "Пайтахтта жасау жауапкершілігі" // Уснатдинов Ш. Көргендерім және көңілдегілерім. – Нөкіс: Қарақалпақстан, 2009 (қарақалпақ тілінде).
8 "Гүлайым", 2013. № 1.
9 Оразбай Абдурахманов. Таңдамалы шығармалары. – Т.: "Фан" баспасы, 2009 (қарақалпақ тілінде).
10 Жақсылықбаева Р.С. Публицистің шығармашылық шеберханасы. – Алматы: Қазақ университеті, 2011.

References

1 Zhurnalistika Kazahkstana. Entsiklopediya. – Almaty: Ekonomika, 2006.
2 Zharimbetov K. Adebiettanudan sabaktar. – Nokis: Karakalpakstan, 2012.
3 K.: Muminov F. Zhurnalistika aleumettik institut sypatynda. – T.: Universitet, 1998.
4 K.: Prokhorov E.P. Publitsist i deystvitelnost. – M.: MDU, 1973.
5 Matyakubova G. Otan rukhy. – Nokis: Karakalpakstan, 2011 (ozbek tilinde).
6 "Aral: appak kabyrga aldynda…" // Abdurakhmanov O. Karakalpak duniesi. Publitsistika, esse zhane khikayalar. – T.: Alisher Nauay atyndagy Ozbekistan Milliy kitapkhanasy baspasy, 2011 (ozbek tilinde).
7 "Paytakhtta zhasau zhauapkershiligi" // Usnatdinov Sh. Korgenderim zhane konildegilerim. – Nokis: Karakalpakstan, 2009 (karakalpak tilinde).
8 "Gulayym", 2013. № 1.
9 Orazbay Abdurakhmanov. Tandamaly shygarmalary. – T.: "Fan" baspasy, 2009 (karakalpak tilinde).
10 Zhaksylykbaeva P.S. Publitsistin shygarmashylyk sheberkhanasy. – Almaty: Kazak universiteti, 2011.

ӘОЖ 82-1

А.Т. Нұрпейісова

Алматы үздіксіз білім беру университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail: ak_nur_t@mail.ru

Мағжан поэзиясындағы ағартушылық идея

Ең көрнекті қазақ ақындарының бірі Мағжан Жұмабаев поэзия аспанын өзінің құдай берген жарқын талантымен ерекше шұғылаға бөледі. Ұлт тағдыры, ұлыс бірлігі туралы «он ойланып, жүз толғанған» қазақ ақыны бірте-бірте әлемдік ойшылдар қатарына көтеріліп, жалпыадамзаттық проблемаларға өзінше үн қатады. Адамдардың жаппай пайда қуды, өнер-білімнің өзін пайда табудың, біреуге зорлық жасаудың құралына айналдыруын – адамзатты апатқа соқтыратын жол екенін Мағжан сол кезде-ақ сезінген. Пайдакүнемдік рационалдық ойлауға негізделген Батыс өркениеті ақынды қатты шошындырады. Шығыс философиясындағы сезімдік таным әдісі, пайдалылыққа емес, руханилыққа басымдық беру дәстүрі Мағжанды қатты қызықтырған. Әлемді апаттан құтқаратын Шығыстағы дәл осы руханилық нұры деп есептейді ақын.
Түйін сөздер: әдеби мұра, поэзия, философиялық ойлар, дүниетаным.

A.T. Nurpeisova

Magjan Jumabaev's Educational Ideas

The article is concerned with the thematic and idea basics of Magjan Jumabayevs works.
The article discusses issues of ideological and thematic foundations of poetry. Magzhan Zhumabaeva. Analyzes the educational ideas of the poet in the upbringing of the young generation. Literary heritage Magzhan Zhumabaeva stood the test of time, it is organically entered the history of the Kazakh poetic culture, making along with the works of other classics of its integral part. His poems and keen inherent tragedy, expressing a sense of responsibility to the people and the ensuing appeal to the roots and the turning points of history. The study of creativity Magzhan Zhumabaeva as the national poet of Kazakh literature in science began after independence. Worldview and philosophical thoughts of the poet are relevant in the twenty-first century. This is the greatness, the power of the poet poetic global Magzhan Zhumabayevs.
Keywords: literary heritage, poetry, philosophical thoughts, outlook.

А.Т. Нурпеисова

Идеи просвящения в поэзии Магжана Жумабаева

В статье рассматриваются вопросы идейно-тематических основ поэзии Магжана Жумабаева. Анализируются просветительские идеи поэта в воспитании молодого поколения. Литературное наследие Магжана Жумабаева выдержало испытание временем, оно органически вошло в историю казахской поэтической культуры, составив наряду с творчеством других классиков ее неотъемлемую часть. Его стихам, поэмам присущ обостренный трагизм, выражающий чувство ответственности перед народом и вытекающее из него обращение к истокам и переломным моментам истории. Изучение творчества Магжана Жумабаева как национального поэта в науке казахской литературы началось после обретения независимости. Мировоззрение и философские мысли поэта актуальны в XXI веке. В этом и состоит величие, поэтическая мощь поэта мирового масштаба Магжана Жумабаева.
Ключевые слова: литературное наследие, поэзия, философские мысли, мировоззрение.

XX ғасырдың басындағы қазақ ойшылдарының көзқарастары терең демократиялық және гуманистік сипатта болды. Олардың шығармаларында жалпы адамзаттық маңызға ие философиялық мәселелер – адамның болмысы мен еркіндігі, өмірдің мәні, дін мен еркіндіктің арақатынасы, т.б. мәселелердің де көтерілгенін атап айтуымыз керек. Қазақ

ойшылдары адам бойындағы даралық қасиетке ерекше мән берді, кез келген кісіге қайталанбас жаратылыс жұмбағы ретінде қарады, адам мен ұлттың тарихтағы рөлін дұрыс бағалай білді. Философиялық мәселелерді ізгілік пен қараулық аясында қарастырып, дүниетанымдық ойларын этикалық бояумен астастыра бейнеледі.

Дәл осы кезеңде ғұмыр кешкен ең көрнекті қазақ ақындарының бірі Мағжан Жұмабаев поэзия аспанын өзінің құдай берген жарқын талантымен ерекше шұғылаға бөледі. «Өлеңнің тілге жеңіл, құлаққа жылы тиюін Абай да іздеген, – деп жазады Жүсіпбек Аймауытов өзінің 1923 жылғы «Мағжанның ақындығы туралы» деген мақаласында, – Абай сөздің ішін мәнерлеп, тонын сұлу қылуға тырысқан, бірақ дыбыспен сурет жасауда, сөздің сыртқы түрін әдемілеуде Мағжанға жеткен қазақ ақыны жоқ... Олай болса, ақындық жүзінде Абайдан соңғы әдебиетке жаңа түр кіргізіп, соңына шәкірт ерткен, мектеп ашқан күшті ақын Мағжан екенінде дау жоқ».

Ал қазақ халқының кемеңгер перзенті Мұхтар Әуезов 1927 жылы «Еңбекші қазақ» (қазіргі «Егемен Қазақстан») газетінің сауалдарына қайтарған жауабында: «Мағжан – мәдениеті зор ақын... заманнан басып озып, ілгерілеп кеткен ақын болады... Сондықтан бүгінгі күннің бар жазушыларының ішінен келешекке бой ұрып, артқы күнге анық қалуға жарайтын сөз – Мағжан сөзі. Одан басқамыздікі күмәнді, өте сенімсіз деп білемін», – деп жазады.

Бұдан біз көзі тірісінде-ақ Мағжан Жұмабаев жырларының қазақ халқы, тек қазақ халқы ғана емес-ау, бүкіл түркі әлемі зиялы қауымының санасы мен сезімін жаулап алып, аймақтық, тіпті, әлемдік мәдениеттегі ерекше құбылысқа айналғанын байқаймыз. Шынымен-ақ Мағжан шығармаларында айтылатын қағидалар мен ойлар, ақын жүрегін мазалаған толғаныстар бүгінгі таңда, бір ғасырға жуық уақыт өтсе де, өз мәнін жойған жоқ. Керісінше, уақыт озған сайын ұлттық, ұлыстық, жалпыадамзаттық-әлеуметтік проблемалар қатарында алдымыздан қайта шығып отыр. Ал оның жырларындағы терең толғаныстардың философиялық-дүниетанымдық астары, ақынның сан түрлі сезімін жаулап алып, аймақтық, тіпті, әлемдік мәдениеттегі ерекше құбылысқа айналғанын байқаймыз. Мағжан шығармаларында айтылатын қағидалар мен ойлар, ақын жүрегін мазалаған толғаныстар бүгінгі таңда, бір ғасырға жуық уақыт өтсе де өз мәнін жойған жоқ. Керісінше, уақыт озған сайын ұлттық, ұлыстық, жалпыадамзаттық-әлеуметтік проблемалар қатарында алдымыздан қайта шығып отыр. Ал оның жырларындағы терең толғаныстардың философиялық-дүниетанымдық астары, ақынның сан түрлі сезімге түсірген жағдайлардың әлеуметтік мәні зерттеушілер назарынан тыс қалып келеді.

Жүсіпбек Аймауытов сөзімен айтсақ, «Мағжан сыршылдығымен, суретшілдігімен, сөзге еркіндігімен, тапқыштығымен күшті, маржандай тізілген, торғындай үлбіреген нәзік үнді күйімен, шерлі, мұңды зарымен күшті». Оның өлеңдері «әлде өкіндіреді, әлде мұңайтады, әлде жылатады, әлде аятқызады, әлде есіркетеді, әлде жігер береді».

Ақынды алғашқы өлеңдерінен бастап, соңғы демі үзілгенше туған халқының, бүкіл түркі жұртының, Шығыс мәдениетінің, жалпыадамзаттық тағдыры толғандырады. Ес білгеннен көкжиекке дейін керілген кең байтақ даланы тамашалап еркін өскен, елінің өткен даңқты тарихы мен ертегі-аңыздарын құлағына құйып ер жеткен Мағжан бойында, әуелгіде, өршіл ұлттық рух кемерінен асып төгіледі:

«Шынында менің өзім де – от,
Қысылған қара көзім де – от.
Мен оттанмын, от – менен
Жалынмын мен жанамын
Оттан туған баламын».

Ақынның «от» деп отырғаны – халықтың ұлттық рухы. Ұлттың тарихи және философиялық зердесін оятып, рухын көтеру арқылы ғана бодандықтан құтылуға, ел тәуелсіздігіне қол жеткізуге, тіпті, әлем халқына өз өркениетіңді танытуға болады деп есептейді.

«Қайғыланба, соқыр сорлы, шекпе зар,
Мен – Күн ұлы, көзімде күн нұры бар.
Мен келемін, мен келемін, мен келем,
Күннен туған, ғұннан туған пайғамбар».

Жоқ, бұл – кезінде Еуразия құрлығын ат тұяғымен дүбірлеткен, алыс-жақын ұлыстарға мәдениет пен шаруашылықтың жаңа тәсілдерін үйреткен, бірақ кейін тағдырдың жазуымен әлемдік өркениет көшінен кенжелеп қалған өлке перзентінің аспандағы айды алам деп секірген тарпаңдығы емес. Бұл – өз халқының

бойындағы биік рухқа сенген, сол рух қайта бір дүр сілкінсе, армандаған азаттыққа жеткізеді, әлемдік өркениет көшінің алдыңғы легіне қайта қосылуға болады деп үміттенген азаматтың парасатты да мақсатты әрекеті.

Мағжан ақын болса, халықтың тарихи зердесін оятып, ұлттық намысы мен ұлттық рухын сілкіндірудің қажеттігін, ортақ мүдде жолында топтасқан ұлттың ғана азаттық алып, әлемдік өркениеттік қауымдастық қатарына бәсекеге қабілетті болып қосыла алатынын осыдан бір ғасырға жуық уақыт бұрын-ақ түйсініп, өршіл жырға айналдырып, айта алған. Және туған халқының сол замандағы қиын халін кенжелеп қалған тұрмыс-тіршілігін көре отырып, осылай жасаған:

«Ұйқы басқан қабаған,
Бастыра киген тымағын,
Жалқаулықты жар көрген.
Жүрген ескі заңымен,
Алдындағы малымен,
Бірге жусап, бірге өрген.
Алаш деген елім бар,
Неге екенін білмеймін –
Сол елімді сүйемін!», –

деп суреттейді ақын сол заманындағы ұлтының болмысы мен тұрмыс-тіршілігі туралы. Ақын әлемде не болып жатқанымен шаруасы жоқ, «алдындағы малымен», «ескі заңымен» қоңырқай тіршілік кешіп жатқан халқын сүйіп қана қоймайды, оның ертеңгі болашағының жарқын болатынына сенеді. Оның сол жарқын болашаққа тезірек жетуі үшін жанын да, қанын да аямайтынын паш етеді.

Ұлтты сүю, кісілік деңгейге дейін көтерілу, туған халқының мүддесі үшін құрбандыққа баруға әзірлік – Мағжан Жұмабаевтың өмірлік мұраты... Жас ұрпаққа арналған «Педагогика» оқулығында ол: «Өзінің елін сүюі, яғни елінің жауыздық тілемей, ізгілік тілеу, пайда келтіріп, зиян келтірмеуді» әрбір адамның қасиетті борышы ретінде атап көрсетеді [1, 10 б.].

Жиырмасыншы ғасырдың бас кезіндегі қазақ зиялыларының ұлы шоғырын топтастырған ортақ мұрат – бодандық бұғауында жаншылған елін құлдықтан құтқару, жаңа ұлттық сананы қалыптастыру, өзге өркениетті елдер қатарына қосу болғаны белгілі. Мағжан да осы мұратты жүзеге асырудың жолдарын іздеп, басын тауға да, тасқа да соққан.

«Кел, қазақ, қолдағыдан құр қалмайық,
Отырайық жиылып, оңдалайық.
Мың жылғы өткен қумай ата заңды,
Өнерден кем қалмайық, ойланайық,
Жер қалар, біз жиылып қала салсақ,
Қайдағы оңды жерді таңдап алсақ», –

деп отырықшы тұрмысқа көшіп, қала салуды елді, жерді ешкімге бермей сақтап қалудың бірден-бір жолы ретінде ұсынады. Сондай-ақ:

«Ескіше тұрып егеспе,
Заман – тұлкі, тазы бол
Базарша дүкен құр енді», –

деп халықты сауданың тілін білуге, қазіргі тілмен айтқанда нарықтық экономика заңдарын меңгеруге шақырады. Ал мына өлеңінде ақын:

«Кітап әпер, оқысын, балаң қолына,
Малды аяма оқу-білім жолына.
Өнер алып, басқалармен қатар бол,
Қосыл бірдей азаматтың тобына!» -

деп қазақ ұлтының әлемдік өркениет көшіне қосылуының жолын өнер-білімнен, жас ұрпақты өзге елдердегі замандастарымен бәсекеге түсе алатындай етіп тәрбиелеу ісінен іздейді [2, 145 б.].

Мағжан Жұмабаев – тек бір ұлттың ішкі әлеуметтік проблемаларымен шектеліп қалмаған ойшыл. Дана ақын ойы қазақтың кең даласынан жоғары көтеріліп, бүкіл әлемді шарлап кетеді:

«Адамзат баласына енді көштім:
Япыр-ай, осындай-ау адам-дағы
Бірі күшті, біреуі жаман-дағы
Күштісі әлімжеттік қылғаннан соң,
Дүние де жақсылықтан аман-дағы.»

Адамзат қауымындағы Мағжан заманындағы болған негізгі қайшылықтар бір ғасыр өтсе де шешімін тапқан жоқ. Керісінше, жиырма бірінші ғасырдың басында олар әлдеқайда күрделене түскен сыңайлы. Бұл әлемді күшті мен әлсіз өз мүддесіне пайдалануы, өз ықпалында ұстауы өзгермейтін заң ба әлде? Бүгінгі жаһандану заманында талай елдің алдында тұрған осынау сауалдардың жауабы кезінде Мағжан ақынды да толғандырыпты. Ол, міне, мынау:

«Күшсіздер де тырысып, қатар болсын!
Дедім де жөнелдім мен қолым сермей!»
Қалай «тырысады», қалай «қатар болады?»

Әрине, өзін-өзі дамыту содан соң бір-бірімен бірігу арқылы.

Ұлт тағдыры, ұлыс бірлігі туралы «он ойланып, жүз толғанған» қазақ ақыны бірте-бірте әлемдік ойшылдар қатарына көтеріліп, жалпыадамзаттық проблемаларға өзінше үн қатады. Адамдардың жаппай пайда қууды, өнер-білімнің өзін пайда табудың, біреуге зорлық жасаудың құралына айналдыру – адамзатты апатқа соқтыратын жол екенін Мағжан сол кезде-ақ сезінген. Пайдакүнемдік рационалдық ойлауға негізделген Батыс өркениеті ақынды қатты шошындырады. Шығыс философиясындағы сезімдік таным әдісі, пайдалылыққа емес, руханилыққа басымдық беру дәстүрі Мағжанды қатты қызықтырған. Әлемді апаттан құтқаратын Шығыстағы дәл осы руханилық нұры деп есептейді ақын.

«Көп білем деп бөлуге,
Көп күлем деп өлуге
Жақын қалды Күнбатыс...
Қысық көзді Күншығыс,
Болсын соңғы бұл жүріс.
Күнбатысқа жүрелік...
Гүл қылайық қаласын,
Ұл қылайық баласын,
Мейірім есігін ашалық.
Мұңдарларды адасқан,
Айырылып естен шатасқан
Күншығыстың жолына
Салайық, шетсін демейік,
Аямайық көмейік
Күншығыстың нұрына...»
«Таспен атқанды, аспен ат»

деп қатыгез адамның өзін мейірім шуағымен қайта тәрбиелеп алуға болатынына сенетінін қазақ халқының ұлы гуманистік рухын бойына сіңіріп өскен Мағжан әлемді меңдеген «өзімшілдік» дертін де мейіріммен, руханилық нұрымен ғана жеңу қажет дейді [3, 115 б.].

Жалпы алғанда, Мағжан шығармашылығы – қазақ поэзиясына өзге леп әкелген, соны шығармашылық ізденіс жемісі. Қазақ оқырманы Мағжан поэзиясын енді ғана тұшына оқып, «мың қайталап», жанына ләззат тауып жатуының сыры осында. Қазақ әдебиеттану ғылымы оның ұлттық ақын ретіндегі ұлылығын енді-енді тану жолына түсті. Мағжантану мәңгіге жалғаса бермек.

Әдебиеттер

1 Майтанов Б. Мағжан Жұмабаевтың поэтикасы: оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2001. – 52 б.
2 Жұмабаев М. Шығармалар 3 т. – Алматы, 1995. – 512 б.
3 Тоғжанов Ғ. Жүсіпбектің сыны. Мағжанның ақындығы туралы. – Москва, 1926. – 356 б.

References

1 Maitanov B. Magzhan Zhumabaevtin poetikasy: oku kuraly. – Almaty: Kazak Universiteti, 2001. – 52 b.
2 Zhumabaev M. Shigarmalar 3 t. – Almaty, 1995. – 512 b.
3 Togzhanov G. Zhusipbektin syny. Magzhannyn akyndygy turaly. – Moskva, 1926. – 356 b.

ӘОЖ 070

М. Абдраев

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail: abdraev moldahan@kaznu.kz

Телесұхбат – ақпарат алу әдісі

Автор мақаласында жалпы телехабар жасау барысындағы телесұхбат және режиссерлық шеберлік пен студиялық хабардың үйлесімділігін зерделейді. Көптеген телехабар, телефильм, тележаңалықтар, деректі фильмдердің мәні сұхбат алу арқылы толықтырыла түседі. Демек, телесұхбат студиялық, студиядан тыс ұйымдастырылған жағдайда да бүгінгі күнге сай әлеуметтік-жедел сұхбат және мәдени-дәстүрлі сұхбат түрінде де қатарын көбейте түсуде. Оның мәнділігі әлемдік дағдарыс пен жаһандану дәуірінің көпжақты қырларының ашыла түсуінде. Яғни экономикалық-саяси, әлеуметтік-мәдени тұжырымдардың жиі өзгеріске ұшырауы стратегиялық бағытты айқындаудың талабынан туындады. Демек, телесұхбат жанрларының халықтық, қоғамдық қозғалыспен қатар ауқымдана берері хақ.
Түйін сөздер: автор, телесұхбат, тележанр.

M. Abdraev

Teleinterview is a method of collection of information

The author of article gives the characteristic of interaction of teleinterview – director's skill – transfer on television station, and also efficiency of the information process, revealing degree of familiarity of the data containing in interview, audience.
Keywords: author, teleinterview, telegenre.

М. Абдраев

Телеинтервью – это метод сбора информации

Автор статьи дает характеристику взаимодействия телеинтервью – режиссерское мастерство – передача на телестудии, а также эффективности информационного процесса, выявляющей степень освоенности сведений, содержащихся в интервью, аудиторией.
Ключевые слова: автор, телеинтервью, тележанр.

Эфирді игеру журналистік бекініс болғандықтан студияға басшылық жасау – басты талаптардың бірі. Телесұхбаттағы басшылық дегеніміз не? Көрерменді телеэкран арқылы қалай басқарамыз? Экран арқылы қалың көпшіліктің көңілін тауып, діттеген ой мақсатынан шығу әлемдік телеарналардың даму тенденциясының жүгін арқалап келеді. Демек, жүргізуші, сұхбат алушы журналистің ұйымдастыру қабілетіне зер салынады. Яғни көрермен кадрдегі журналистің рухани жетістігі қаншалықты деңгейде екенін жазбай таниды, оның танымдық дүниесіне, көкірек сырына баға береді. Тек сұрақ қою арқылы ғана жауап алу кемшілік болып есептеледі. Сауал қоғамдық, әлеуметтік рухта, өзектелген мәселелерді қозғайтындай

© 2013 Al-Farabi Kazakh National University

моральдық тұрпатта қойылса, көрермен де студиямен хабарласу арқылы ақпараттық негізде сұрақ береді. Жалпыға айналған жауап-сауалдан өзгелер де қанағаттанарлық дүние табады. Осындай көпшілік көрермендермен телеарна арқылы қауышу дәстүрі журналистік шеберлікпен жүзеге асырылады. Көрерменнің хабарға жұмылдырылуы әр-түрлі психологиялық қатынастарға итермелей отырып, сөзден сөз, сұрақтан сұрақ туындай береді де ақпараттық нышаны аңғарылып отырады.

Студиялық хабар негізінде жүргізілген телесұхбатта шақырылған қонақтар тарапынан айтылған идея мен атқарылған іс-шаралары төңірегіндегі әңгіме – әрісі есеп, берісі жоспар, ойы ортақ тақырыпты құрайтын басты нысана болғандықтан оның әлеуметтік деректілігі де арта береді. Сондықтан да телесұхбат жанрының ерекшелігі оның ақпараттық жанрға жақын тұруында ғана емес, өзге де ірі жанрлардың сипатын ашатын мазмұндық, тақырыптық, идеялық өзектілігінде.

Телесұхбат таспаға жазылып алынған соң өңдеу аппаратында көрінісаралық пен сұхбатаралық құбылыстың эстетикалық құндылығын арттырудағы көркемдеу тәсілдері телевизияның көрнекілігін құптатады. Алайда мұнда кадр сыртындағы көркем баяндау мен әсірелеп әңгімелеу телесұхбаттың мәнін ашуда кереғар құбылыс ретінде танылады. Себебі сұхбат беруші айтар ойын шынайы білдіргенде ғана оның ыждаһат іскерлігі мен шеберлігі танылып, шешендігі боямасыз сөздермен арта түседі. Тақырыпқа деген көрермен қызығушылығын арттыру – сұхбаттың ерекшелігі. Осы орайда, іркілмей, еркін төгілген ой көркемдігінің салмағы ауқымды, толымды түрмен молыға түсетіні дәлелді. Өйткені тәжірибеде көріп жүргеніміздей, студиялық, мекенжайлық, мекемеішілік сұхбаттың негізгі тақырыбы әңгімеден бастау алып, талдау, саралау, пікір, көзқарас білдірумен өрістейді.

Сондықтан телесұхбат жанрының қозғайтын мәселесі терең, көтерер тақырыбы да ауқымды болғандықтан, бірнеше топқа бөлініп қарастырылады. Дейтұрғанмен, сұхбат – қоғамдық құрылымның түріне қарай ерекше сипат алып, әлеуметтігі арта түсетін жанр. Т. Қожакеев: «...интервью түрлеріне келсек, оны негізінен екі топқа бөліп жүрміз. Олар – хабарлама интервью және түсіндірмелі. ...Мысалы, хабарлама интервью интервью – диалог, интервью – манолог және интервью мазмұндама деп жіктелсе, ал түсіндірмелі интервью тобына интервью – суреттеме, прессконференция, дөңгелек үстел басындағы әңгіме, анкета және сын – интервью жатады», – дейді. Қожакеев Т. 7-том, 40 бет. (Таңдамалы шығармалар, көптомдық. 7-том. – Алматы: ҚАЗақпарат, 2007. – 346 бет).

Көптеген телехабар, телефильм, тележаңалықтар, деректі фильмдердің мәні сұхбат алу арқылы толықтырыла түседі. Демек, телесұхбат студиялық, студиядан тыс ұйымдастырылған жағдайда да бүгінгі күнге сай әлеуметтік-жедел сұхбат және мәдени-дәстүрлі сұхбат түрінде де қатарын көбейте түсуде. Оның мәнділігі әлемдік дағдарыс пен жаһандану дәуірінің көпжақты қырларының ашыла түсуінде. Яғни экономикалық-саяси, әлеуметтік-мәдени тұжырымдардың жиі өзгеріске ұшырауы стратегиялық бағытты айқындаудың талабынан туындады. Демек, телесұхбат жанрларының халықтық, қоғамдық қозғалыспен қатар ауқымдана берері хақ. Іс пен сөздің қатар өрбуі телеарналық сұхбат хабарлардан айқын көрініп, мағыналық арқауы ашылып отырады. Сұхбаттағы сөз ширай келе адамтанудан әлеуметтануға ұмтылдырып, ісаралық қимыл-қозғалыс қатынастылығында көркемдік пішінге қанығады.

Сұхбаттағы басты байланыс құралы – тіл. Осы орайда, ғұлама ғалым З. Қабдолов: «Бір кездегі ым, одан кейінгі үн адамдардың еңбек процесінде туған, адамдардың ойын өрбітер қозғаушы күш болатын. Бірақ тілсіз дұрыс қарым-қатынас жасау мүмкін емес те, қарым-қатынассыз жалпы қоғам болуы мүмкін емес. Үнсіз ым, тілсіз үн – әншейін қарапайым ұғымдар маңында ғана түсінісу, ал өзара ойласу, пікірлесу, сырласу тек тіл арқылы ғана мүмкін еді. Міне, осы ретпен туған адам баласының тілі адам қоғамы дамыған сайын дамып, байыған сайын байып келе жатыр. Тіл заңы – объективті заң», – дейді. Қабдолов З. Сөз өнері 188 б. (Сөз – өнері. – Алматы: Қазақ университеті, 1992. – 352 б.)

Сұхбаттаса отырып, айналаңа көңіл бөлесің, ал төңірегің саған ықылас аударып отырады. Сөйлесу, пікірлесу, ой бөлісу нәтижесінде нысаналы сөздеріңмен әлеуметтік тұлғаға айналасың. Яғни сұхбат берушінің рөлі қоғамдық мәнге ие болуының себебі, әр сөзінің

ақпараттық энергиясын көрермен қабылдайды. Сөздің күші тілдің қуатымен жүзеге асырылады да, телекоммуникациялық жүздесу арқылы тақырып мәселесі төңірегінде жан-жақты ақпараттандырылады.

Сұхбаттағы екі немесе бірнеше адамның әңгімелесуі бейнелік және дыбыстық қатынастың үйлесімділігімен, яғни сөйлеу, мәнерлеу, мысалдау тәсілдерімен бейнематериалдың сапасын құрайды. Демек, теледидар ақпарат жүйесінің қуатты орталығы бола отырып, сұхбат жанрының жаңаша формаларын да қамтыды. Соның негізінде адами жауапкершілік, мәдени сана, азаматтық рух қалыптастыруда бастапқы орынды иеленеді. Өйткені әр телеарна көрермен үшін күреседі. Сондықтан да әлеуметтік-саяси хабарлардың бел алуы телесұхбат жанрының белсенділігін арттырып отыр. Мұның тағы бір себебі, халықаралық қатынастың дамуы және ғылыми-техникалық үрдістің шартарапқа таралуы телеконтингенттің кеңістігін ұзарта түсті.

Телесюжеттің мәтіні образдау емес. Болған оқиғаның кеңістігін қамту арқылы детальды көріністің объективті қабылдануымен шектеледі. Себебі сюжет те, мәтін де көрерменге сол мезетінде қабылданады.

Ол бейнелеу де емес, ақпараттандырылған сәт. Бірнеше қимыл-әрекеттің басын қосқан оқиға тізбесінен тұратын жаңалықтар жетілімі. Демек, сюжет пен мәтінді тұтынушы, яғни қабылдайтын психологиялық адресат бар. Ол – көрермен, тыңдарман.

Телесюжеттегі жаңалықтар мәтіні идеалдандырылмайды. Мәтін өте құнды деректі мәлімдеп қана қоймайды, мәліметтейді. Телекадр сыртындағы мәтіндеушінің көрерменге іс-әрекетті жеткізу формасы. Мұндай жағдайда кадрдегі журналист эмоциялық кейіпте көрінгенімен, мәтінге ерекше мән беріледі. Соның негізінде сұрақтар туындайды.

Ал телехабар, деректі фильмдердегі мәтіннің орналасу тәртібінде әдеби категориялар көптеп қолданылады. Онда дәуірлеу, сипаттау, көркемдеу, теңеу, метафора, тағы басқа элементтердің жиынтығы қолданылады. Себебі көрерменнің көңілінен шығу талабы белгілі бір шарттарды орындаудан бөлек – жылылық таныту, жұмсақ сөзбен көңілге еніп, езу тартарлық юмор, әзіл сөз тәрізді суреткерлік қабілет пен адам мінезін кейіптеу тәсілдері, тіпті, бейнекадрмен образдау мақсатталады. Яғни «сөздер мен сөз бөліктерінің құрылымы немесе олардың өзара сабақтаса байланысуы сынды талаптар орындалады» (О. Ошанова «Сөйлеу мәдениетінің негіздері» (73 б.). – Алматы: Қазақ университеті, 2012 . – 186 б.).

Демек, сюжеттің құрылымына орай мәтіндік баяндау беріледі. Қай тұрғысынан алып қарасаң да тіл – негізгі айқындаушы құрал. Бірақ экрандық телехабармен, деректі фильмдер сахналық тартысты бейнелемейді. Алайда мәтіндеу ережесімен оқиғаның мағынасын аша түседі. Әрі тіл туралы теориялық түсініктер де дәл осы мәтіндеу кейпінде биік маңызға көтеріледі.

Сюжеттердің тұтастығы тақырыптық детальдардың айқындылығында. Айқын деген – нәрсе телекөріністерде шындыққа жақын дүниелердің жиынтығы. Мысалы: өткен дәуірдің қуғын-сүргін кесапатын бейнелеу үшін адамдардың аш-жалаңаш тұрпатын, азып-тозған тобырды, ызаға булыққан ашулы түр-әлпетті, аяушылыққа лайық қимылдарды, мүсәпірлікке мойынсынған жандарды кадрлеу көзделеді. Мұндай көріністер – кезеңнің драмалық эпизодтары.

Демек, сөз бен сөйлем тұтастығы мәтіндік үйлесімге түсіп, бейнекадрлық көріністер жалпы мазмұндық бітімді құрайды. Сондықтан телеарнада эфирлік өнімді әзірлейтін журналист мына жағдайларды ескеруі шарт:

Біріншіден, тіл меңгерудің әлеуметтілігін басты назарда ұстау: Яғни тіл тазалығын есте ұстап, шеберлікті меңгеру. Бұл ахуал мәдени-этностық пікір-көзқарасты арттырып, тыңдаушылар мен көрермендер санын ұлғайтады. Басқаша айтқанда, тілдің идеологиялық ықпалы функционалды нысанаға айналады. Сондай-ақ ақпарат пен телехабардың, телефильм мен деректі фильмдердің, тіпті, телеарна қызметінің сапа деңгейі қоғамдық құрылымның жалпы көзқарасымен айқындалады.

Екіншіден, журналист телеарнадағы көрсетілген ақпараттың, ахуал оқиғалардың желісін мәтін ырғағымен таратады. Ол сюжеттің композициялық құрылымына терең мазмұн береді.

Үшіншіден, тіл – қауымдастық қатынас. Оның өзі былай жіктеледі:

1. Көрермен сізбен іштей тідесіп отырады.
2. Көпшілік ой жетегімен сізбен қатынаста болады.
3. Алыстағы жұртшылық ризашылығын білдіріп, көріп отырған телекөріністің шынайылығына, жүргізуші шеберлігіне дән риза шапалақ соғып жатады. Себебі әр көрермен психологиялық иірімді бастан кешіреді.

Дейтұрғанмен, көркем шығармадағы сюжеттің құрылымын автор өзі ойластырады. Телеақпараттық сюжеттер мекен мезгіл, уақыт өлшемімен жаңалықтарға тән принципке тоқталады. Сол себепті мәтін ұғынықты тіркестерден тұрады. Сөйлемнің көп мағыналылығы сюжеттік шығарылымға әсте қажет емес.

Осы орайда, О. Ошанованың «жазбаша тілге бірқатар тілдік ерекшеліктер тән: кітәби лексиканы меңгеру, құрылымдық жүйелерді білу, тіл нормасын қатаң сақтау, тілге жат элементтердің қолданылмауы, тағы басқа... Ал ауызша тіл, керісінше тыңдаушылардың болғанын қалайды. Сөйлеуші мен тыңдаушы бірін-бірі естіп қана қоймайды, бірін-бірі көріп отырады. Сондықтан да, ауызша тіл айтылған ойдың қалай қабылдануына тікелей тәуелді болады» (О. Ошанова «Сөйлеу мәдениетінің негіздері» 48 бет, Алматы: Қазақ университеті, 2012) деген сөзін ескерер болсақ, кадрдегі журналистің сөзіне қойылар талап пен кадр сыртындағы мәтінге артылар жүк те ортақ жауапкершіліктің салмағын көтереді.

Әдебиеттер

1 Қожакеев Т. Таңдамалы шығармалар. 7 том. 40 б. – Алматы: Қазақпарат, 2007. – 346 б.
2 Қабдолов З. Сөз өнері. – Алматы: Қазақ университеті, 1992. – 352б.
3 Ошанова О. Сөйлеу мәдениетінің негіздері. – Алматы: Қазақ университеті, 2012.

References

1 Kozhakeev T. Tandamaly shygarmalar. 7 tom.40 b. – Almaty: Kazakparat, 2007. – 346 b.
2 Kabdolov Z. Soz oneri. – Almaty: Kazak universiteti, 1992. – 352 b.
3 Oshanova O. Soileu madenietinin negizderi. – 48 b. – Almaty: Kazak universiteti, 2012.

ӘОЖ 7.097

Ж. Әбдіжәділқызы

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail journalist_teoretic@mail.ru

Телевизиядағы жаңа бағыт пәндерін оқытудың шығармашылық әдіс-тәсілдері

Мақалада Қазақстандағы журналистік білім беру жүйесінің оқу-әдістемелік мәселелері сөз болады. Автор Қазақстандағы білім беру жүйесінің қолданыстағы үлгілері, соның ішінде еліміздің жоғары оқу орындарының студенттері оқи бастаған «Телевизиядағы инфографика, бейне және дыбыс» деп аталатын жаңа үлгідегі пән туралы баяндайды.
Түйін сөздер: тележоба, медиатренинг, телеформат, инфографика, сурет, кесте, фотоақпарат, мультимедиялық.

Zh. Abdizhadilkizi

Creative methods of teaching of the subject "Infografika, Video and a Sound on Television"

The article raises questions on educational methods of journalism in Kazakhstan. The author tells about the existing model of education in Kazakhstan, in particular presents a new model of media education, "Infographics, picture and sound on TV", on which the journalism students have already started to be trained across the country.
Keywords: television project, Media trainings, TV format, information graphics, drawing, diagram, photos, multimedia.

Ж. Абдижадилкызы

Творческие методы преподавания предмета «Инфографика, видео и звука на телевидении»

В статье поднимаются учебно-методические вопросы журналистского образования в Казахстане. Автор рассказывает о существующей модели Казахстанского образования, в частности представляет новую модель медиаобразования «Инфографика, изображение и звук на телевидение», по которой уже начали обучаться студенты факультета журналистики вузов Казахстана.
Ключевые слова: телепроект, медиатренинг, телеформат, инфографика, рисунок, схема, фотоинформация, мультимедийность.

Сурет қайсыбір ғылымның болмасын қайнаркөзі, түптамыры, тіпті, жандүниесі болып табылады. Өте көп өнерді, соның ішінде сурет салуды қоса меңгерген адамды айрықша асыл құндылықты иеленген адам дер едім [1].

Микеланджело Буонаротти

Білім ордаларынан дәріс алатын әрбір болашақ маманның мақсаты – қазіргі заманғы талап-тілекке сай кадр болып шығу. Демек, олардың кәсіби бағыттағы пәндер бойынша жан-жақты дамып жетілген оқу жоспарын қажет етуі шарт. Журналистика – шығармашылық ғылым. Журналист – ешқашан бір жазғанын қайталап жазбайды, бір айтқанын сол қалпында бұлжытпай қайтадан айтпайды. Сондықтан да, теориялық деңгейде қабылдаған білімді тәжірибе жүзінде игеру үшін аудиториядағы дәрісті телестудиядағы лабораториялық сабақтармен қатар өрбітіп, шығармашылық процесс ретінде пысықтап қою жеткіліксіз. Сонымен қатар болашақ журналистер кәсіби маман ретінде қалыптасу үшін өндірістік журналистика

өрісіндегі кәсіби дағдыларды тәжірибе жүзінде меңгеру мүмкіндігіне қол жеткізуі тиіс. Сол қисындардың бәрі есепке алынған жан-жақты дамып жетілген оқу бағдарламасы болғанда ғана студенттің өз жүрек қалауымен таңдаған мамандығына деген ынта-ықыласы артып, сол пәнге ерекше зейін қоюына жол ашылмақ. Соның нәтижесінде студент университет қабырғасында жүріп өз мамандығының өмірдегі қолданыс аясынан, іс жүзіндегі тәжірибелік тәлімдерден, дүниежүзлік деңгейдегі жаңашыл бағыттардан хабардар болуға қол жеткізбек.

«Дамыған елдерде теория мен тәжірибе арасында алшақтық аз. Әлбетте, олар идеяны тез арада жүзеге асырып, жаңашылдық ұсыныстарды шапшаң өндіріске енгізіп жатады. Соның өзінде кәсіби жағынан басым түсетін американдық түлектер теориялық пәндер сағатын азайтып, тәжірибелік сабақтарды көбейткенді қажет деп есептейді екен» [2]. Демек, болашақ мамандықтарын тәжірибе жүзінде көзбен көріп, қолмен ұстап, белгілі бір дәрежеде сол іспен тікелей шұғылдану олардың қазіргі таңдағы қажетті сұранысына айналып отыр деген сөз. Әлбетте, профессор Кәкен Қамзин айтқандай, «Журналистика факультеті тек дарындар пісіретін пеш немесе таланттарды ғана конвейрден шығаратын өндіріс орны емес. Дарын мен талант – табиғатта, жаратылыста сирек кездесетін құбылыс. Сондықтан шәкірттерді оқытып, оларға білім мен ғылым өнегесін дарытумен қатар, жас журналистердің бойына тәжірибелік дағдыны сіңіру – заман талабы» [3].

«Жүз рет естігеннен бір рет көрген артық» [4] деген сөздің жаны бар. Журналистика құбылыстарын кәсіби процесс ретінде бастан кешірген адам ғана оның табиғатын ақыл-ойымен, сана-сезімімен, жүрек лүпілімен, бүкіл өн бойымен кәдімгідей сезіне алады, біршама түсінеді. Ал бастан өткермейінше, ол қанша айтқанмен қандай да бір құпия құбылыс болып елестейді. Өйткені тікелей эфирге шыққан адам оны психологиялық құбылыс ретінде, бірінші рет басынан кешіреді. Бұл – тікелей эфир жүргізуші болуды алдына мақсат етіп қойған әрбір студент үшін аса маңызды әрекет.

Элективті курс бойынша оқытылатын пәндердің мақсаты – студентті белгілі бір мамандыққа баулу. Демек, арнаулы курс бойынша дәріс беретін оқытушының парызы – теориялық мәліметтер мен тәжірибелік тәлімдерге сүйене отырып, студенттің сол мамандыққа деген ынта-ықыласын арттырып, оны меңгеруге деген қабілеттерін ашып, алған білімдерін іс жүзінде пайдалануға үйрету. «Тележурналистика бойынша маманданатын студенттерді үш бағытта сынап көруге болады. *Бірінші – ойлау қабілеті, екінші – психологиялық бейімділігі, үшінші – сөйлеу тілі. Себебі олар ойлау қабілетінің өткірлігімен мәселенің мәнін тез түсініп, оған өз көзқарасы*н білдіруге батыл шешім қабылдай алады. Психологиялық бейімділік жүргізушінің эфирде микрофоннан қаймықпай, аудиториядан жасқанбай, өзін еркін әрі табиғи ұстай алатындығына кепілдік береді. Сөйлеу тілінің сапасы студенттің тілінің түсініктілігіне, жатықтығына, үнінің әуезділігіне, яғни даусының жағымдылығына, сондай-ақ сөзінің мәнділігіне қарай тексеріледі» [5]. Тіпті, кейбіреулерінде туа біткен шешендік қасиет отбасындағы тәрбиемен, мектептегі ұстаздар тәлімімен саналы түрде қалыптасқан тіл мәдениеті болуы әбден мүмкін. Ендеше бүгінгі студентті ертеңгі ұлттық журналистиканың кадр ретінде тәрбиелеп, өз ісіне баулу ісін аудиториядағы сабақ аясында қалай жүзеге асыруға болады? Нақты сұраққа нақты жауап беру үшін заманауи ақпараттық технологияны пайдаланып, шығармашылық әдіс-тәсілдерді іс жүзінде қолданудың қисындарын «Телевизиядағы инфографика, бейне және дыбыс» пәні бойынша қарастырдық. Ақпарат ғасыры ақпараттық технологияның мейлінше шапшаң дамыған пәрмеңділігімен, ұтқырлығымен ғана емес, сонымен қатар адамзатты тамсандыратын таңғажайып айрықша айшықтылығымен де ерекшеленеді. Бұл ретте, БАҚ жүйесіндегі дәйектілігімен дараланатын және эстетикалық әсерлілігімен аудиторияны өзіне тартып алатын құрал – телевизия. Телевизия – *«теле»* (tele) сөзі грек тілінен аударғанда *«алыс», «қашық», ал «визия» (visio) сөзі «көру»* [6] деген мағынаны береді. Экран сыртындағы күнделікті көзбен көріп, қолмен ұстап, өзіміз куә болып жүрген құбылыстар, яғни басқасын былай қойғанда, көшедегі еріксіз елең еткізетін жарнамалар, тіпті, көлік жүргізушілеріне қажетті ақпарат ұсынатын жол белгілері, қай жерде қандай мекеме (аурухана, дәріхана, т.с.с) мен мәдениет ошақтарындағы сахна төріне сән берген көлемді де көрікті суреттер, көзді жаулап, көңілді баурап алатын бейнематериалдан арнайы әзірленген сахналық бейнероликтер, көлемімен

де, келбетімен де өмірдегі қалыпты құбылыстан кем түспейтін адам немесе зат күйіндегі жарнамалар, т.с.с . – соның нақты мысалы. Ал телевизиядағы инфографика – телеақпаратты ұсыну тәсілдерін жүзеге асыруға мүмкіндік беретін ақпараттық бедер (яғни, ақпараттық жазба, сызба, сурет, т.с.с.) Сөзді суретпен алмастыратын кез келді. Көгілдір экраннан күнделікті көріп жүрген мысалдарға жүгінсек, бірінші кезекте ауа райы мәліметтері, экран шеңберінде өз нақышымен өрнектелетін әрбір телеарнаның өзінің нышаны (символы) – телевизиядағы инфографиканың нақты көріністері. Бейне – өмірлік процесстің экрандық нұсқасы, өмір суретінің айна қатесіз көшірмесі. Дыбыс – бейнелі ақпараттың үнін шығарып, қозалыстағы мылқау бейнеге тіл бітіретін қуатты да құдіретті тетік. Осынау үш құбылысты ұштастыру арқылы көрермен назарын баурап алу – кәсіби тележурналистің біліктілігі мен шебрлігіне байланысты мәселе.

Тележурналистиканың бейнелеуші құралдары: бейне, дыбыс, сөз, музыка, монтаж. Тележурналистиканың бейнелеуші құралдарын оқыту үшін, ең алдымен, олардың экран тілінің элементтері ретіндегі функцияларын түсіндірген абзал. Тележурналистиканың бейнелеуші құралдары – бейне, дыбыс, сөз, музыка экран тілінің негізгі элементтері болып есептеледі. Ал экран тілінің қосалқы элементтері тележурналистиканың табиғатына тән ерекшеліктерден келіп туындайды. Тележурналистикадағы бейнелі ақпарат камераға түсіру арқылы жүзеге асырылады. Сондықтан да кадр, план, ракурс, монтаж экран тілінің қосалқы элементтері ретінде рөл атқарады. Кадр уақыт мөлшерін есепке алуға мүмкіндік берсе, план экрандағы көрініс сипатын айқындайды, ракурс – бейнелік материалды әр қырынан түсіру тәсілі, монтаж – түсірілген бейнематериалдарды іріктеу әдісі болып табылады. Осының бәрі телевизияға тән құбылыс – бейненің, сол бейнеге қатысты қызметтік процестердің аясында орын алады. Ал инфографика, яғни ақпараттық бедер мен дыбыс сол бейнекөріністерді мейлінше әсерлі, әрі нақты, әрі дәл, қысқа да нұсқа жеткізуге мүмкіндік беретін қосымша құралдар ретінде қызмет атқарады. Өйткені инфографика бейнематериалдағы ұзақ әңгімені бір ғана сызба немесе сурет нұсқасында ұсынылған факті ретінде жеткізуі мүмкін. Әсіресе статистикалық мәліметтерді ауызбен айтқаннан гөрі түрлі-түсті диаграмма арқылы көрсету әлдеқайда ұтымды. Дыбыс – түптеп келгенде табиғи және табиғи емес шулардың бейнематериалды монтаждау кезінде қажетіне қарай қолданылатын телевизияның бейнелеуші құралы. Оған мысал ретінде телесюжеттегі дыбыс эффектілерін (интершум) еске түсірсек те жеткілікті. Сондықтан да телевизиядағы инфографика, бейне және дыбыс тележурналистиканың бейнелеуші құралдары ретінде қарастырылады.

Пән әрі қызықты, әрі түсінікті болумен қатар студенттің қолма-қол нәтижеге қол жеткізуіне жол ашу үшін «Телевизиядағы инфографика, бейне және дыбыс» пәніне қатысатын 13 студенттің әрқайсысына жеке-жеке, өз таңдауы бойынша қандай да бір салалық телеарна жобасын әзірлеу тапсырылды. 3-курс студенттері бірі – «Денсаулық», екіншісі – «Адал ас», үшіншісі «Табиғат», төртіншісі – «Руханият», бесіншісі – «Экономика», алтыншысы – «Сән», жетіншісі – «Әуен», сегізіншісі – «Кино әлемі», тоғызыншысы – «Футбол жаршысы», оныншысы – «Студент», он біріншісі – «Сатира», он екіншісі – «ТІЛ», он үшіншісі – «Ақпараттық технология» атты телеарналарды таңдап алды. Бірінші кезекте инфографиканың, яғни ақпараттық бедердің, суреттің, жазулардың көмегімен телеарна логотипін әзірледі. Бұл тапсырма бойынша студент біріншіден, инфографикамен жұмыс істеуді үйренсе, екіншіден, өз бастамасымен салалық телеарнасын ашуға алғашқы қадам жасап, оның айшықты таңбасын»» (логотипін) ойлап тапты. Келесі кезекте арнаның телемұқабасын (шапкасын) әзірледі. Екінші тапсырманы орындау барысында тек қана инфографикамен емес, бейне, дыбыс үшеуін астастыра қолданып, сол арқылы санаулы секундтар ішінде өзі ашқалы отырған телеарнаны экрандаға жалт еткен көріністен таныстыруды іске асырды. Әлбетте, студенттердің ақтарған жұмысының кәсіби сапасы төмен болуы мүмкін, есесіне өз ойымен, өз көзқарасымен, өз ақылымен, өз қолымен жасап шығу арқылы телемұқабаның (шапканың) не екенін, қалай жасалатынын түсініп, біліп алды. Келесі кезекте, телеарнаның ашылуын жарнамалаған бейнеролик әзірлеуге тапсырма берілді. Бейнеролик әзірлеу барысында студенттер сөз бен сазды, бейне мен дыбысты астастырып монтаж жасауды үйренумен қатар, өз салалық телеарнасын қалай жарнамалау қажеттігін аңғарды. Айналдырған 1,5-2 минуттың ішінде аз уақытқа көп мағына

сыйғызып, көрерменнің көзін жалықтырып алмай, құлағын жауыр етпей, қысқа-нұсқа мағлұмат берудің шығармашылық қисынына назар аударды. Өйткені бейнероликті өз бастарымен ойлап, өз қолдарымен жасап шықты. Сонымен қатар телеарналардың тақырыптық-күнтізбелік жоспары әзірленді. Соған сәйкес телеарна эфирінен берілетін телебағдарламалардың жобалары әзірленді. Соның негізінде телеарнаның шартты түрдегі штаттық кестесі жасалды. Телеарна жобалары өз қарамағына 1,2-курс студенттерін шартты түрде қызметке алды. Тележоба авторының жетекшілігімен телебағдарламалардың әрқайсысына телемұқаба, бейнеролик жасалып, сценарийлер жазылды. Келесі бір шынайы тапсырма сол телеарнаның аудиториясын алдын ала зерттеп, рейтингін анықтау болды. Бұл ретте, әрбір тележоба авторы интернеттегі «Агент» арқылы сауалнама жолдай отырып, өз телеарнасының аудиториясын алдын ала ұсынылған телеарна жобасына көзқарас-пікір ұсыныстарын анықтау арқылы зерттеу жүргізді. Сөйтіп, өз тележобаларының рейтингтік көрсеткішін белгіледі. Тележобаларға арнайы рецензенттер тағайындалды. Пән мұғалімі болғандықтан ғылыми жетекшілікті өзім жасадым. Кәдімгі ғалым-ұстаздардан ғылыми жетекшіден пікір алу арқылы жоба ғылыми сараптамадан өткізілді. Сөйтіп, семестрдің соңына қарай пән аясында атқарылған жұмыстың нәтижесі бойынша «Телеарна жобалары» байқауы ұйымдастырылды. Байқау интеллектуалдық тұрғыда және психологиялық жағынан студенттердің арасында үлкен резонанс туғызды. Байқаудың әділқазылар алқасының құрамына факультет басшылығынан деканның тәбие және оқу ісі жөніндегі орынбасары А. Құрманбаева, кафедра меңгерушісінің орынбасары Ж. Ноғайбаева, профессор К. Қамзин, доценттер: О. Ошанова, Ғ. Майкотова, К. Қабылғазиналар қатысып, «Ең үздік логотип», «Ең үздік телеарна», «Ең үздік бейнеролик», «Ең үздік презентация», «Ең ұтқыр идея», «Ең үздік бағдарлама», т.с.с номинациялар бойынша таңдаулы тележоба авторларын факультет деңгейіндегі дипломдармен марапаттады. Осылайша, «Телевизиядағы инфографика, бейне және дыбыс» пәні жай ғана бір семестр оқытылып қойған жоқ, сонымен қатар студенттер өз портфолиосына салатын жоба әзірлеп шықты. Жобаны әзірлеу барысында әрқайсысы өздерін телеарна басшысы ретінде сезініп, оған жауапкершілікпен қарап, шығармашылық тұрғыда кірісіп, нақты нәтижеге қол жеткізді. Сөйтіп, сурет тілінде сөйлейтін ақпараттық бедермен айшықталатын бейнелі журналистиканы пән ретінде меңгеру арқылы студенттердің шығармашылық қолтаңбасын танытатын келешекке бағытталған кәсіби жоба тұрғысында жүзеге асты. Меніңше, осындай шығармашылық қисында ұйымдастырылған сабақ студенттің кәсіби қабілетін арттырып, өзін шығармашылық тұлға ретінде дамытуына жол ашатын бірден-бір тәсіл. Сондықтан да келешекте студент шығармашылығына арналған байқаулар, конференциялар университет деңгейінде кең қанат жаюы керек. (Жалғыз ғана жыл сайын сәуір айында өтетін студенттер конференциясы шын мәнінде аздық етеді).

Әдебиеттер

1 Ли Н.Г. Основы учебного академического рисунка. – М.: «Эксмо», 2010. – С.3.
2 Омашев Н. «Ақпарат әлемі», 1-том. – Алматы: Қазығұрт, 2006. – 41-б.
3 Қамзин К. 28 маусым – Қазақстандағы журналистер күні! – Алматы: Қазақ университеті, 1999.
4 Ақылдың кені. – Алматы: Ана тілі, 2012. – 34-б.
5 Әбдіжәділқызы Ж. Тікелей эфир табиғаты. – Алматы: Қазақ университеті», 2003. – 53 б.
6 Журналистика Казахстана.Энциклопедия. – Алматы: Экономика, 2006. – С. 402.

References

1 Li N.G. Osnovy uchebnogo akademicheskogo risunka. – M.: “Eksmo”, 2010. – S.3
2 Omashev N. “Akparat alemi”, 1-tom. – Almaty: Kazygurt, 2006. – 41-b.
3 Kamzin K.28 mausym – Kazakstandagy zhyurnalister kuni! – Almaty: Kazak universiteti, 1999.
4 Akyldyn keni. – Almaty: Ana tili, 2012. – 34 b.
5 Abdizhalilkyzy Zh. Tikelei efir tabigaty. – Almaty: Kazak universiteti, 2003. – 53-b.
6 Zhurnalistika Kazakhstana. Entsiklopedia. – Almaty: Ekonomika, 2006. – S.402.

УДК 654.19; 002.2

С.Х. Барлыбаева

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Республика Казахстан, г. Алматы
E-mail: tv.headmaster@gmail.com

Перспективы развития вещательной индустрии Казахстана

В статье вы ознакомитесь с развитием вещательной индустрии Казахстана, с новыми тенденциями в области средств массовой коммуникации страны. Развитие современного казахстанского общества происходит под влиянием возрастающей роли вещательной индустрии в процессе интеграции в международное информационное пространство, где важную роль играет государственная программа «Информационный Казахстан-2020» и переход страны на цифровое вещание к 2015 году.
Ключевые слова: вещательная индустрия, средства массовой коммуникации, информационный Казахстан, интеграция, информационная глобализация.

S.Kh. Barlybayeva

The perspectives of development broadcasting industry in Kazakhstan

This article is about development of broadcasting industry in Kazakhstan, about new tendencies
In mass communication. The development of modern society is going under influence the role broadcasting industry in process integration in to international information sphere, where the important role is play government program "Information Kazakhstan-2020" and transition the country on digital broadcasting to 2015 year.
Keywords: broadcasting industry, mass communication, information Kazakhstan, integration, information globalization.

С.Х. Барлыбаева

Қазақстанның хабар тарату индустриясының даму болашағы

Мақалада Қазақстанның хабар тарату индустриясының даму бағыттарымен және еліміздің бұқаралық коммуникация құралдары саласындағы жаңа тенденциялармен танысасыздар. Заманауи қазақстандық қоғамның дамуы халықаралық ақпараттық кеңістікте интеграциялану процесі негізінде хабар тарату индустриясы рөлінің күшеюімен жүзеге асырылуда. Бұл ретте «Ақпараттық Қазақстан-2020» мемлекеттік бағдарламасы және еліміздің 2015 жылы сандық хабар тарату жүйесіне көшуі маңызды бағыт болып табылады.
Түйін сөздер: хабар тарату индустриясы, бұқаралық коммуникация құралдары, ақпараттық Қазақстан, интеграция, ақпараттық жаһандану.

Новые информационно-коммуникационные технологии и новые медиа, стирающие границы времени и пространства, становятся главными «помощниками» процесса глобализации. А он, в свою очередь, меняет и традиционную экономику, и формы социальной активности, и менталитет, образ жизни, привычки людей. Процесс конвергенции различных сфер коммуникаций и информации сильно повлиял на вещательную индустрию, на развитие телевидения (ТВ) в Казахстане. Усиливающаяся роль этого фактора как средства ускорения темпов глобальной интеграции в экономике и инструмента воздействия на массовое сознание, культуру и международные отношения, позволяет говорить о возрастающей роли вещательной индустрии на развитие казахстанского общества.

27 ноября 2012 г. правительством страны был одобрен проект государственной программы «Информационный Казахстан-2020». По словам министра транспорта и коммуникаций РК Аскара Жумагалиева: «Программа направлена на внедрение инфокоммуникационных технологий во всех сферах экономики. Это, в свою очередь, позволит решить задачи повышения эффективности системы государственного управления, способствует развитию отечественного информационного пространства. Проектом программы

предусмотрено дальнейшее внедрение современных технологий связи, цифрового телевидения, перевод государственных услуг в электронный формат к 2014 году, активное применение новых технологий в медицине, образовании и других сферах» [1]. Данная программа способствует созданию открытой информационной среды для социально-экономического и культурного развития казахстанского общества.

В программе «Информационный Казахстан-2020» особый акцент делается на развитие медийного вещательного пространства, на производстве казахстанского контента, на повышение уровня удовлетворенности отечественным информационно-культурным продуктом. В результате этого, как отметил экс-министр культуры и информации Казахстана Дархан Мынбай, «к 2020 году должно стать увеличение объема телевизионной продукции казахстанского производства до 60% от общего эфирного времени. Число Интернет-сайтов в доменах .kz и .каз должно увеличиться на 50% по сравнению с 2012 годом. Объем производства ТВ продукции способом размещения заказа среди частных телеканалов на условии софинансирования составит не менее 15 проектов в год, при этом объем переданного государственными телеканалами в аутсорсинг составит 60%. Казахстанские телеканалы станут доступны на территории 110 стран, как отметил экс-министр Д. Мынбай, – а количество СМИ в Интернете составит 95% от их общего количества. К 2020 году количество абонентов национальной спутниковой сети должно достигнуть 1 млн. человек» [2].

За последние два года в казахстанский телеэфир были запущены специализированные телеканалы: «Мәдениет» (Культура), «Балапан» (Детский канал), «Білім» (Знание), «24.kz» (Новостной канал). Такая дифференциация телеканалов будет постепенно расти в Казахстане, развивая узкоспециализированные республиканские и региональные телеформаты.

Модернизация страны может быть успешной при сохранении обществом своей идентичности в условиях информационной глобализации, что достигается в процессе баланса между внешними и внутренними обстоятельствами, между импульсом извне и внутренним потенциалом общества к совершенствованию. Разработку национальной политики в области информационной и вещательной индустрии можно рассматривать как важный компонент развития страны и вхождения ее в международное информационное пространство.

В программной статье «Социальная модернизация Казахстана: двадцать шагов к обществу всеобщего труда» президент Н. Назарбаев указал на необходимость продолжения продвижения глобальной информации о Казахстане с использованием самых современных информационных технологий. По его словам, предметом «особой заботы» должна стать «настойчивая работа в информационном пространстве» партнеров Казахстана по ЕЭП и в целом на евразийском пространстве. Глава государства отметил, что «нам важно донести до населения стран-партнеров весь динамизм модернизационного процесса в Казахстане, сделав его притягательным примером в ЕЭП и СНГ».

Информационная среда охватывает все сферы общества. Благодаря информационным каналам, как по артериям идет различная многофункциональная информация. Она как воздух необходима для жизнедеятельности людей, развития информационного пространства. Масс медиа играют важную конструктивную роль в обеспечении мира и стабильности, в освещении и информировании граждан страны.

В рамках интеграционных процессов за прошедшие годы наметилась определенная тенденция по созданию системы информационного межгосударственного взаимодействия. При этом каждая страна, стремясь внести свой вклад в интеграционные процессы, предпринимает все возможное, чтобы создать свое собственное информационное пространство. К примеру, казахстанские СМИ давно работают в условиях конкуренции с зарубежными СМИ. Для создания отечественных журналистских продуктов создаются все условия – оказывается государственная поддержка, благодаря переходу к цифровому телевидению будет обеспечен доступ к отечественному вещанию всем казахстанцам.

Важнейшим приоритетом для Казахстана является переход страны на цифровое вещание к 2015 году, что обусловлено общемировыми тенденциями – Международным Союзом Электросвязи в рамках соглашения «Женева-2006» переходным периодом (2007-2015 гг.) для внедрения цифрового вещания. В Казахстане разработана

Государственная программа развития цифрового телерадиовещания в РК на 2008-2015 годы. Данная Программа осуществляется в четыре этапа:

1. Подготовительный этап – первая половина 2008 года.

2. Организационный этап – 2009 год.

3. Реализационный – 2009-2014 годы.

4. Завершающий – 2014-2015 годы [3].

С июля 2012 года в стране запущена сеть цифрового эфирного телевещания в Астане, Алматы, Караганде, Джезказгане и Жанаозене. В общей сложности сеть будет включать в себя 827 радиотелевизионных станций. В Астане, Алматы и областных центрах передаются два мультиплекса, эквивалентные 30 каналам SDTV, в остальных населенных пунктах – один мультиплекс из 15 телеканалов. В 2013 году национальная спутниковая сеть «OTAU- TV» охватит цифровым вещанием 400 тысяч новых абонентов [4].

Казахстан, перенимая опыт зарубежных стран, учитывает исторические, социальные, культурные традиции, менталитет, образ жизни народов, населяющих республику. Масс медиа способствуют поддержанию социальной сплоченности в условиях, когда стрессы растущей глобализации, миграционные и урбанизационные процессы обусловливают все большую взаимозависимость между народами.

Доля негосударственных СМИ на информационном рынке страны составляет 85%. Наибольший процент среди печатных масс-медиа составляют: общественно-политические издания – 36%, информационные – 32%, научно-аналитические – 27%. Из общего числа газет почти половина выходит на казахском и русском языках, есть газеты, выходящие только на казахском или только на русском языках, часть газет выходят на уйгурском, корейском, английском, немецком и других языках.

На поддержку этнических средств массовой информации и освещение межэтнических отношений с 2005 года финансирование увеличено более чем в 4 раза. Газеты и журналы в Казахстане выпускаются на 15 языках, радиопередачи выходят на восьми, телепередачи на 11 языках. Государством выделяются средства на поддержку деятельности 19 этнических СМИ, а всего их – 33 [5].

Общенациональный охват электронными СМИ осуществляют 11 телеканалов и 5 радиостанций. На республиканском уровне вещают: телеканалы «Хабар» – 98,19%, «Казахстан» – 98,06%, «Ел-Арна» – 83,58%, «Первый канал Евразия» – 78,82%, Казахское радио – 93,2%.

Функционирует спутниковый канал «Caspionet», вещающий на территории Центральной Азии, Среднего Востока, Европы и Северной Африки. В 2011 году «Caspionet» начал вещание в США, а его программы стали доступны странам американского континента [6].

Сельская местность охвачена вещанием государственных каналов: «Хабар», «Казахстан», «Ел-Арна». Негосударственные республиканские телерадиокомпании, осуществляющие вещание на значительной территории страны за счет собственных средств: «КТК», «НТК», «31 канал», «СТВ», «Русское-радио-Азия», «Европа плюс Казахстан», «NS радио.

На внутреннем казахстанском информационном рынке функционируют около 2.400 иностранных СМИ, включая 2.309 газет и журналов, 83 телерадиопрограмм. В Казахстане аккредитованы более 80 представителей зарубежных СМИ, среди них зарубежные информационные агентства: ИТАР-ТАСС, РИА «Новости», Рейтер, Франц-Пресс, Синьхуа и другие. Около 90% от общего числа наименований иностранных СМИ существуют на территории республики на русском языке, 5% – на английском, 5% – на других языках народов мира. Крупнейшими сетями распространения иностранных СМИ на территории республики являются: АО «Казпочта», ТОО «Совместное предприятие «АиФ-Казахстан», АО «Евразия-пресс», АО «Алма-ТВ», ТОО «Секател», «Казцентр-ТВ», «Кателко+».

Расширяющееся медийное пространство обновляет социальный климат в обществе. Так сравнительный анализ особенностей медиа потребления в Казахстане, проведенный Общественным фондом «Стратегия» (декабрь 2010-декабрь 2011гг.) в рамках проекта «Евразийский монитор», показал, что наиболее востребованным медиа является телевизор, он есть в каждом доме, 91% – любят смотреть ТВ передачи в Казахстане, 22% – читают газеты каждый или почти каждый день. Высокий уровень востребованности у мобильных телефонов – 86% опрошенных в стране, владение компьютерами (в том числе ноутбуками) – 52%, однако выход в Интернет – 35% опрошенных, которые имеют

компьютер; показатель подключения к спутниковому ТВ – 29%, к кабельному ТВ подключена – треть опрошенных. На вопрос: «К каким источникам информации вы обратились бы в первую очередь, чтобы узнать о событиях в политической, экономической, культурной жизни»? – 64% казахстанцев ответили, что к отечественному ТВ. Казахстанцы чаще опрошенных в других странах СНГ (Содружество Независимых Государств) ищут информацию в отечественных газетах и журналах – 34%. Но наши соотечественники более активны в потреблении телевизионных каналов, чем в других постсоветских странах.

Из сравнительно новейших медиа, как показывает данный социологический опрос, (выборка 1.100-2.000 человек) высокий уровень потребления имеют мобильные телефоны. Компьютер и выход в Интернет становятся достаточно востребованными видами медиа, однако темп роста их потребления, как и сам охват, еще не являются значительными. На тенденцию роста влияет целый комплекс факторов, к которым можно отнести: уровень урбанизации, уровень материальной обеспеченности населения, уровень телефонизации, общий культурный уровень развития страны и др. В медиа потреблении Казахстана, в рейтинге популярности СМИ – лидируют: отечественное телевидение и печатные СМИ.

В Казахстане чаще, чем в других странах СНГ востребованы зарубежные, российские масс медиа, особенно ТВ. И также более выражен интерес к международным событиям. Более 60% опрошенных в стране уверяют, что главными источниками получаемой информации являются отечественные СМИ. Как отмечает ОФ «Стратегия», «в целом жители Казахстана продемонстрировали относительно высокий уровень активности в познавательных процессах, это отразилось и на высоком уровне потребления различных медиа. Удовлетворять свой интерес казахстанцы могут с помощью различных современных коммуникационных средств, отдавая предпочтения тем из них, которые более распространены и экономически приемлемы. Приоритет в выборе был отдан казахстанским СМИ, зарубежные же, в первую очередь российские масс медиа, играют, скорее, дополняющую роль [7].

Создание информационно-вещательной инфраструктуры позволяет говорить об обновлении ситуации в области массовой коммуникации, новых медиа, основанной на социально-экономических и культурных преобразованиях в обществе. На повестку дня встают вопросы конкурентоспособности СМК с зарубежными СМИ, качества традиционных и новых медиа, заполнения новых СМИ отечественным контентом (содержанием), производством казахстанских IT-продуктов и услуг.

В условиях мировых вещательных тенденций, таких, как: глобализация, конвергенция, дигитализация, мультикультурная направленность, актуальным становятся вопросы сохранения национальной культурной самобытности, специфики духовной культуры, искусства, ценностных норм социальной жизни. Задача развития вещательной индустрии, таким образом, рассматривается как противоречивый процесс интеграции в общемировое пространство и, в то же время, ограничения его нивелирующего воздействия на своеобразие национальных культур, самобытности народов, населяющих республику.

Вещательная коммуникация влияет на все стороны жизнедеятельности общества. У населения появляется широкий выбор коммуникационных услуг, телерадиоканалов: кабельно-спутниковых, Интернет-вещания, мобильной телефонии и др. Развитие общества становится более динамичным, мобильным за счет интерактивности, оперативности, доступности информации и коммуникации, и СМК играют в этом важную роль.

Вещательная индустрия переходит на новый количественный и качественный уровень. Электронные средства массовой информации Казахстана первыми реагируют на вызов времени, они изменяют свою политику, стремясь соответствовать новым возросшим требованиям. Социально-экономические изменения казахстанского общества определили направление развития масс медиа республики. Политика открытости и сотрудничества дает возможность создавать новые коммуникационные пути, открыть новые вещательные перспективы, и в этом масс медиа играют важную роль.

Литература

1 Казахстанская правда. – 27 ноября 2012.
2 Казинформ. – 27 ноября 2012.
3 Государственная программа развития цифрового телерадиовещания в Республики Казахстан на 2008-2015 годы.
4 ТРК «Хабар». – 18 января 2013.
5 Онербаева К. Нация созидателей // Экспресс-Казахстан. – 2011. – 2 июля. – С. 5.
6 ТРК «Хабар». – 20 сентября 2011.
7 http://www/eurasiamonitor.org/rus/

References

1 Kazakhstanskaya Pravda, 27 November 2012.
2 Kazkinform, 27 November 2012.
3 The Government programme of development digital broadcasting in Republic Kazakhstan on 2008-2015 years.
4 TRC “Habar”, 18 January 2013.
5 Onerbayeva K. The nation of creators // Express-Kazakhstan, 2 July 2012. – P.5
6 TRC “Habar” 20 September 2011.
7 http://www/eurasiamonitor.org/rus/

УДК 316.77:002

О.П. Ложникова

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Республика Казахстан, г. Алматы
E-mail: ol_loj@mail.ru

Сайт радиостанции как часть ее имиджа

Сайт – электронная визитка, преследует основную цель – рекламу оф-лайновой станции в информационном пространстве интернета. Причем эта реклама имеет двоякую нацеленность – с одной стороны, информирование потенциальной аудитории станции о своем наличии, формате и частоте, с другой – информирование потенциальных рекламодателей, которые посещают Всемирную паутину.
Ключевые слова: радиостанция, промоушн-сайт, информационный сайт, портал, электронный магазин.

O.P. Lozhnykova

Radio station sites as part of its image

The article states about the importance of station sites in defining its image. One example are radio stations broadcasting in Almaty: «Russian radio», «Asia», «Europe plus Kazakhstan», «Hit FM» and others.

Keywords: radiostations, promotion site, information site, portal, electronic shop.

О.П. Ложникова

Радиостанция сайты – оның бет-бейнесін жасаудың бір құралы ретінде

Мақалада радиокешеннің имиджін анықтаудағы сайттың мағынасы туралы айтылады. Мысал ретінде Алматыда берілетін радиокешендер көрсетілген: «Русское радио», «Азия», «Европа плюс Қазақстан», «Хит ФМ» және тағы басқалары.
Түйін сөздер*:* радиостанция, промоушн-сайт, ақпараттық сайт, портал, электронды дүкен.

По своим функциям и свойствам сайты бывают: визитками, промоакциями, электронными магазинами, информационными сайтами, корпоративными представительствами, порталами, системами управления предприятием.

1. Визитка – краткий, компактный, лаконичный сайт, содержащий общую информацию о компании и роде оказываемых услуг.

Цель такого сайта презентационная.

2. Промоушн-сайт – сайт, являющийся прямой рекламой отдельно взятого товара или события.

Цель – рекламно-маркетинговая.

3. Электронный магазин – сайт, предназначенный для продажи товаров, услуг через интернет. Как правило, содержит каталог продукции, прайс-листы, систему заказов.

Цель – маркетинговая.

4. Информационный сайт – сайт, который содержит исчерпывающую информацию по некоторой предметной области. Сайты этого типа, как правило, содержат множество статей различных авторов, а также такие услуги, как опросы, голосование, рассылки. Сайт носит в основном некоммерческий характер.

Цель – информационная и коммуникативная.

5. Корпоративное представительство – автоматизация деятельности компании. Может включать электронный магазин, систему заказов, коммуникационные сервисы, электронный обмен документами, переговоры в режиме онлайн и т.д.

Цель – организационно-менеджерская.

6. Портал – крупный веб-ресурс, предназначенный для формирования некоего интернет-сообщества. Портал может объединять множество различных сервисов, предоставлять клиентам

возможность покупки товаров, партнерам – обмен информацией.

Цель – коммуникативная.

7. Система управления предприятием – сайт, интегрированный в корпоративную информационную систему управления предприятием (интернет + интранет).

Цель – информационная и организационно-менеджерская.

Достоинства интернета для радиовещания заключены в том, что, во-первых, интернет дает возможность проникать туда, куда радиосигнал не доходит, или трансляция этого сигнала стоит настолько дорого, что экономически не оправдана. Интернет в данном случае важен, прежде всего, как средство коммуникации со слушателями, которые находятся вне зоны приема радиостанции. Некоторые станции могут определить это себе как главную цель и работать над тем, чтобы дать возможность этой аудитории приобщиться к эфирному продукту. Во-вторых, интернет позволяет создать виртуальный клуб поклонников радиостанции, дает возможность общаться и обсуждать музыкальные и околомузыкальные темы. В-третьих, любая радиостанция, в том числе и музыкальная, сообщает большой объем информации, и интернет позволяет эту информацию делать, с одной стороны, визуальной, с другой – более доступной.

Возможность использования радиовещания в интернете появилась не так давно. Программное обеспечение радиовещания в интернете в реальном масштабе времени стало внедряться в середине 90-х, и сейчас в мире насчитывается более 15 млн. пользователей Web-радио.

Казахстанские радиовещатели начали осваивать пространство интернета не с азов, а сразу с применением последних мультимедийных достижений, в частности медиапроигрывателя. Систематизация формальных и содержательных сторон радио-сайтов, попытка построения их типологии не только поможет проанализировать настоящую ситуацию, но и спрогнозировать дальнейшее развитие этого вида сетевых СМИ.

При разработке типологии сайтов радиостанций вполне подходящим является метод, применимый для печатных СМИ. То есть типоформирующие признаки любого сайта остаются прежними: учредитель, цель и аудитория, считает В. Колодкин [1].

Уделяя внимание такому типоформирующему признаку, как учредитель, в случае с сайтами радиостанций данный автор отмечает следующую закономерность: учреждают сайты в основном владельцы радиостанций, иногда сами работники и частные лица. Даже если радио является государственным или муниципальным, то издателем сайта становится сама станция. Если определять тип сайта исходя из категории «учредитель», то в этом случае необходимо обратить внимание на термины, получившие распространение в net-среде: «официальный» и «неофициальный» сайты. Под «официальным» сайтом подразумевается сетевое СМИ, учрежденное руководством станции или коллективом, и редактор которого обычно находится в непосредственном подчинении у директора станции. Другой случай – учредителем и создателем сайта является частное лицо, поклонник или постоянный слушатель радиостанции. Определение «неофициальный» вовсе не означает, что руководство станции не приветствует данную инициативу и препятствует ей. Отнюдь, часто получается так, что редактор официального сайта осуществляет информационную поддержку неофициального дубликата.

Типология по признаку «аудитория» достаточно сложна в данный момент. Во-первых, из-за малой изученности аудитории самого рунета, а во-вторых, из-за частичного совпадения аудитории офлайнового СМИ и его сайта. Потому пока можно говорить, что их аудитории совпадают.

Цели сетевого издания могут быть различными. Это реклама и промоушн, информирование и просвещение аудитории, пропаганда определенных идей, образа жизни, развлечение. По этому признаку можно выделить три основных типа сайтов радиостанций:

– электронная визитка;

– электронный фэн-зин;

– информационно-развлекательный сайт.

Сайт – электронная визитка, преследует основную цель – рекламу оф-лайновой станции в информационном пространстве интернета. Причем эта реклама имеет двоякую нацеленность – с одной стороны, информирование потенциальной аудитории станции о своем наличии, формате и частоте, с другой – информирование потенциальных рекламодателей, которые посещают Всемирную паутину. Такие сайты в основном не имеют разделов, рубрик, ссылок и в чем-то напоминают рекламный буклет или попросту визитку. Максимальный объем такого сайта – 2–3

странички, где можно встретить чат или гостевую книгу, прайс-лист, сетку вещания и описание сотрудников станции. В принципе сайты-визитки создаются из соображений престижа. На сегодняшний день их становится все меньше: услуги веб-студий остаются недорогими, аудитория инета растет, и конкуренция ожесточается. В данный момент такие сайты имеют в основном провинциальные радиостанции.

Электронный фэн-зин (fan-zine от англ. fan – поклонник и magazine – журнал; в западной культуре фэн-зин – журнал, создаваемый специально для поклонников какой-либо поп-группы или исполнителя, иногда самими фанатами, а поскольку в большинстве случаев коммерческие станции являются сферой шоу-бизнеса, то термин и само явление вполне применимы) ставит своей главной целью пиар и промоушн станции в среде интернета. На сайтах такого типа достаточно богатая рубрикация: новости станции, новости музыки (соответствующей формату), эфирные персоналии, история станции, странички отдельных программ, гостевая, форум, чат, хит-парад (иногда с возможностью «скачать» любимые песни), рекламные расценки, сетка вещания и тому подобное. Основной принцип таких сайтов – «ничего, кроме нашего радио и нашего формата». Все должно служить цели создания определенного (естественно, положительного) имиджа станции и создания коммуникативной среды для целевой и потенциальной аудитории офлайновых слушателей.

В то же время такой тип сайтов чаще всего встречается среди неофициальных. Здесь цель несколько иная – организация своеобразного виртуального клуба по интересам, удовлетворение потребности в коммуникации с единомышленниками. В данном случае по дизайну и содержанию неофициальные электронные фэн-зины радиостанций очень схожи с сайтами различных фан-клубов.

Информационно-развлекательный сайт – тип достаточно сложный и неоднозначный. Цель его не столько пиар и промоушн, сколько информирование и развлечение слушателей. Рубрики и разделы таких сайтов многочисленны, и их можно разделить на следующие группы: новости, программная информация (радио-персоналии; галерея), странички программ (звуковые архивы и текстовые версии); сетка вещания; реклама и промоушн, интерактивное пространство,мультимедийные услуги.

На сегодняшний день каждая уважающая себя радиостанция имеет свой сайт в интернете. К сайтам предъявляются определенные требования. Практически все сайты имеют следующие основные компоненты [2]:

– Страница прослушивания.

– Контакты и/или обратная связь. Для любой радиостанции важны отклики пользователей – их голоса, мнения и сообщения. Если слушателей заинтересовал эфир радиостанции и они имеют возможность влиять на него или высказывать свое мнение – это заставит их возвращаться к данному радио еще и еще. На многих станциях работает форма обратной связи, которая позволяет слушателям быстро и без проблем отправлять заявки ди-джею в эфир, или влиять на вещание программы ди-джея.

– Страница плей-листа. Полезной для посетителя будет возможность просмотреть новинки, песни, которые были в эфире чаще всего, рейтинг песен по результатам голосования, и просто полный плей-лист радио, чтобы слушатели имели представление о вещании. Если посетителям понравится то, что содержит плей-лист – то, скорее всего, они станут постоянными слушателями.

– Страница диджея. Как правило создаются страницы про диджея радио, список шоу, которые они ведут, расписание времени их передач. Слушатели, которые предпочитают конкретного диджея или радио-шоу, будут возвращаться на такой сайт и слушать эфир.

Сайт – визитка радиостанции в глобальной сети. Исходя из приведенных выше составляющих, можно разрабатывать схему сайта. Обычно она проста: главная страница и ответвляющиеся от нее дочерние. Большинство радиостанция ограничиваются следующими: 1) программа передач; 2) информация в журналистах, ведущих эфира; 3) сведения о проектах, о готовящихся программах и акциях; 4) условия и расценки рекламы; 5) контакты. 6) страничка новостей, где ежедневно размещается наш выпуск последних известий – в сокращенном варианте.

Ретранслируемые в Казахстане российские станции не имеют своих сайтов и довольствуются редиректом на российские сайты. Пример – Европа Плюс, Русское радио, Хит-ФМ.

Из особенностей сайтов радиостанций, вещающих в Алматы, можно отметить следующие:

На сайте Русского Радио есть раздел новостей, он-лайн вещание, расписание эфира, подробная информация о программах и диджеях, подробная информация о радиостанции, отличный форум, звездный и незвездный блог, раздел рекламы [3].

Сайт Тенгри-ФМ содержит новости, онлайн-вещание, программы, краткую информация о радиостанции, форум в зачаточном состоянии. Рекламного отдела нет (кроме телефона).

На сайте Хит ФМ новостей нет, зато богатый раздел он-лайн вещания (5 разных направлений, типа Хит-ФМ, Хит-ФМ Италия и т.д.), краткая информация о радиостанции (плюс видеоролик), неплохой форум, зведный (только) блог, отдел рекламы с расценками. Из всех сайтов только на этом есть информация о том, как найти радиостанцию. Недостаток – много «левой рекламы».

Сайт радиостанции «Европа Плюс» отличается оригинальным оформлением. На первой полосе присутствует колонка главных эксклюзивных новостей .На сайте можно сразу прослушивать топ-чарт, скачивать понравившиеся мелодии. Присутствуют новые видеоклип [4].

Сайт радиостанции «Авторадио» не отличается оригинальностью. Состоит из следующих рубрик: «СМИ о нас», «Слушать нас», «О нас», «Программы», «Реклама», «Акции», «Сетка вещания», «ПРОБОК НЕТ». Даже нет своего форума, что очень странно.

Можно сделать вывод, что открыть сайт – только начало. Гораздо сложнее добиться, чтобы на нем бывали посетители.

Литература

1 Statya.RU.koksovova@yandex.ru
2 http://www.internews.ru/books
3 www.rusradio.ru
4 www.europaplus.ru

References

1 Statya.RU.koksovova@yandex.ru
2 http://www.internews.ru/books
3 www.rusradio.ru
4 www.europaplus.ru

УДК 070:17+659.43(574)

Т.М. Тампаева

Факультет журналистики и политологии ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Республика Казахстан, г. Астана
E-mail: tampayeva_t@enu.kz

Этика журналистики и паблик рилейшнз в Казахстане в контексте развития социальных медиа

Социальные медиа привели медиа-сектор страны к новому уровню за последние годы и обусловили изменение традиционного шаблона коммуникации между организациями и их аудиториями. Целью данной статьи является анализ потенциала социальных медиа как нового инструмента прямых коммуникаций и исследование их положительного влияния на журналистскую и ПР-этику с акцентом на проблеме заказных материалов. В данной статье, во-первых, дается краткий обзор казахстанского медиа-сектора и ключевых социальных, исторических и экономических факторов, которые на него влияют. Во-вторых, раскрыта проблема заказных медиа-материалов и ее основные причины, включая советское наследие казахстанских медиа и феномен пропаганды. Рассматривается применение социальных медиа в настоящее время и роль традиционных медиа в паблик рилейшнз (ПР). Также сделана попытка определить основные препятствия для формирования социальных медиа как полноценного коммуникационного канала, такие, как «цифровое неравенство» («digital divide»). Анализ основывается на релевантных современных теориях новых медиа, данных интервью с ПР-специалистами из различных отраслей индустрии, анализе медиа-материалов и практическом опыте автора в казахстанском ПР-секторе.
Ключевые слова: социальные медиа, медиа-этика.

T.M. Tampayeva

The Ethics of Journalism and Public Relations in the Context of Development of Social Media in Kazakhstan

Social media have brought the country's media industry to a new level over last years and have caused changing of traditional communication patterns between organizations and their audiences. This article aims to analyze potential of social media as a new direct communications tool with regard to its positive impact on journalism and PR ethics in Kazakhstan, with particular focus on the issue of "seller-buyer" relationships between journalists and organizations. Firstly, a brief introduction into the background of Kazakh media sector and the key social, historical and economic factors that have influenced it, will be provided. Secondly, the issue of paid materials and major reasons behind that, including the Soviet heritage of Kazakh media and *propaganda* phenomenon, will be outlined. Further, current application of social media and the role of traditional media in public relations will be discussed. Major obstacles to formation of social media as a full-fledged communication channel, such as «digital divide», will be explored next. Discussion of the subject in the article is based on relevant modern theories on new media, supported by interviews with PR practitioners from various industries, analysis of media materials, and the own practical experience of the authors in PR sector in Kazakhstan.
Keywords: social media, media ethics.

Т.М. Тампаева

Қазақстандағы әлеуметтік медиа дамуы контекстіндегі журналист этикасы және паблик рилейшнз

Мақалада әлеуметтік медианың соңғы жылдары елдің медиа секторын жаңа деңгейге көтеру, мекемелер және олардың аудиторияларымен дәстүрлі коммуникациялар түрінің өзгеруіне ықпалы қарастырылады. Мақаланың мақсаты – әлеуметтік медианың тікелей коммуникацияны жаңа құрал ретінде қолдану мүмкіндігі және оның журналистика мен қоғаммен байланыстағы этикаға тигізер оң ықпалы зерттеледі. Сонымен бірге әлеуметтік медианың Қазақстанның медиа секторына және оған әсер ететін әлеуметтік, тарихи, экономикалық факторларына қысқа шолу беріледі.
Түйін сөздер: әлеуметтік медиа, медиа-этика.

Технологическое развитие и раширение доступа к технологиям по всему миру Алиерта [1] описывает как «безусловно положительные – для общества, для компаний, для индивидуумов». Как отмечает автор, «оптимистичный взгляд основывается на .... функциях освобождения и демократизации новых информационных технологий». Мнения специалистов касательно влияния новых информационно-коммуникационных технологий варьируют в широком диапазоне – от оптимистичных до скептических. Тем не менее, трудно переоценить роль, которую новые информационно-коммуникационные технологии играют в нашей жизни, и тот совершенно новый уровень развития, которого достигли многие сферы жизни с тех пор, как появились новые ИКТ. Цель данной статьи – осуществить анализ потенциала одного из видов ИКТ – социальных медиа, как платформы для прямых коммуникаций между организациями и их аудиториями, а также как фактора, положительно влияющего на медиа-этику в Казахстане.

Еще в 1996 году Ньюхаген и Рафаэли утверждали, что интернет сбрасывает «оковы линейных коммуникаций». Как отмечают исследователи, времена, когда «эти оковы традиционно приковывали коммуникации к прокрустовому ложу предопределенного порядка и тирании писателя над читателем» [2], прошли. Социальные медиа широко обсуждаются в связи с этикой и, в частности, в связи с вопросами приватности и правами личности. Однако их еще не анализировали достаточно глубоко как средство для улучшения медиа-этики. Следует отметить, что эта тема имеет особое значение в странах постсоветского пространства.

С нашей точки зрения, социальные медиа являются средством прямых коммуникаций между организациями и их аудиториями, поэтому они помогают исправить нынешнюю ситуацию с медиа-этикой в Казахстане, а именно проблему заказных материалов. Широко распространенная практика публикации заказных материалов без индикации того, что за них было заплачено, стала причиной финансового неравенства в возможностях паблисити. Чем больше финансовых возможностей у организации, тем больше у нее шансов появляться в популярных газетах, телеканалах и радио с информационными поводами, о которых она хочет поведать общественности. Как отмечает Даттон, «инновации ИКТ в таких сферах, как Интернет и веб, вместе с новыми управленческими и бизнес-практиками, безусловно расширили возможности связи с аудиториями, доступные индивидуумам и небольшим компаниям» [3]. Это утверждение поддерживается аналитиками Гартнер: «Время экономики push («толкать»), когда средства коммуникации контролировались крупными организациями, прошло. Что мы видим с социальной сетью, это экономика pull («тянуть»), где индивидуумы получают информацию, делают свой собственный выбор и постепенно становятся ведущей силой во взаимосвязи» [4]. Таким образом, развитие ИКТ дает рядовым малобюджетным организациям возможность быть услышанными.

Любое явление должно рассматриваться в контексте, в котором оно происходит. Роль новых технологий не может быть эффективно рассмотрена без взгляда на общий экономический, социальный, исторический и культурный бэкграунд страны. Эти факторы сформировали развитие новых медиа в стране и новые медиа, в свою очередь, влияют, например, на экономическую среду. Как отмечает Кастеллс, «мы должны определять революционный процесс технологических изменений в социальном контексте, в котором он происходит и под влиянием которого формируется» [5]. Медиа-сектор может служить индикатором общего развития страны, например в сфере обеспечения прав человека, таких, как свобода слова, или в сфере экономического развития, такого, как уровень конкурентности в индустрии. Как отмечено в отчете Всемирного банка [6], «исследования показывают, что инвестиции в ИКТ могут усиливать экономический рост и продуктивность компаний всех размеров в странах самого разного уровня благополучия». Как пишет Алиерта [7], ключевым моментом касательно ИКТ является то, что они «делают решающий вклад в эволюцию продуктивности», что применимо как «на микроуровне частной компании или организации, так и на уровне целой экономики, которая получает преимущества от конкурентоспособности отдельных компаний».

Казахстан представляет интерес для исследователей в целом с той точки зрения, что это страна, осуществившая быстрый переход от социализма к рыночной экономике. После того как республика обрела независимость в 1991 году, она столкнулась со значительными экономи-

ческими и социальными проблемами (сильное падение ВВП в 1995 году, высокий уровень инфляции с начала до середины 90-х годов и др.) [8]. Несмотря на эти трудности, сейчас Казахстан часто называют самой большой экономикой Центральной Азии [9]. Казахстан стал первым постсоветским государством, которому присвоили инвестиционный рейтинг. «С 2000 по 2007 годы казахстанская экономика росла более чем на 9% в год». Также считается, что Казахстан хорошо справился с проявлениями всемирного экономического кризиса 2008 года [10].

Тем не менее стоит отметить, что казахстанская экономика развивается, в основном, за счет природных ресурсов и другим секторам предстоит пройти еще долгий путь в своем развитии. Как отмечается на официальном сайте Президента РК (2011), «главным двигателем казахстанской экономики были иностранные инвестиции, в основном, в бурно развивающийся нефтяной и газовый сектор страны». Начиная с 2004 года государство начало реализовывать проекты по диверсификации экономики, которые стимулируют развитие секторов с высокой добавленной стоимостью, такие, как, например, туризм, текстильная промышленность, технологии и наука. Такой транзит – это большой вызов. Несмотря на это, у страны есть многообещающий потенциал развития как регионального ИТ-лидера вследствие стабильных политических и экономических систем, благоприятного географического расположения и низкой стоимости рабочей силы» [11].

Тенденции развития в сфере ИКТ Казахстана очевидны. Например, количество интернет пользователей на сто жителей увеличилось с 12.3 в 2007 году до 33.9 в 2009 [12], и по данным, озвученным на Всемирном экономическом форуме – 2011 94% населения было покрыто мобильной связью в 2009 году [13]. Как отмечает Баглан Айдашов, глава информационно-аналитического центра Казахстанской интернет-ассоциации, количество интернет-пользователей в стране составляет более 40% от населения, среди молодых людей от 18 до 35 лет в больших городах оно достигло 70%. Кроме того, по данным Айдашова, рост интернет-аудитории приводит к тому, что теперь информационное поле формируется не только за счет традиционных СМИ, но и за счет так называемых новых медиа, включающих в себя социальные сети, блог-платформы, форумы и онлайн-СМИ, формируемые сторонними пользователями (user-generated content) [14].

В индексе развития ИКТ Международного телекомуникационного объединения Казахстан поднялся с 72 места в 2008 году до 68-го в 2010, что делает его одной из пяти наиболее развитых в сфере ИКТ постсоветских стран наряду с Россией, Беларусью, Молдовой и Украиной [15]. Процент домохозяйств с доступом в интернету увеличился с 17% в 2008 году до 23.2% в 2010 году. В сравнении с такими странами, как, например, Республика Корея, где 96.8% домохозяйств имели доступ к интернету в 2010 году [16], этот прогресс не выглядит впечатляющим. Тем не менее положительные тенденции в развитии выглядят многообещающими.

Появление интернет-новостных агентств, довольно большой блогосферы, вовлечение организаций в социальные медиа свидетельствуют о том, что с развитием новых технологий медиа-сфера развивается быстрее. Тем не менее сама сфера и, в частности, ПР-сектор, находятся на этапе развития, реалии которого еще не соответствуют международным стандартам ПР-индустрии. Одним из ярких доказательств тому является нарушение общепринятых международных этических принципов ПР и существование такой практики, как приобретение проплаченного позитивного паблисити в медиа, проблема которой будет рассматриваться далее в данной статье.

Как отмечается Американским обществом паблик рилейшнз, «практика ПР представляет уникальные и сложные этические проблемы», «основными принципами этики ПР являются объективность, честность, лояльность и профессиональное развитие» [17]. Основываясь на собственном профессиональном опыте, а также на результатах глубинных интервью с представителями отечественной ПР-индустрии, можно сделать вывод о том, что степень соответствия казахстанского ПР-сектора этическим принципам не очень высока. Одной из основных проблем можно считать размещение заказных материалов, выдаваемых за журналистские.

Несомненно, такая практика противоречит основным правилам медиа-этики. Она дискредитирует как ПР-специалистов, так и журналистов, и служит индикатором развития медиа-сферы. Наряду с этим можно отметить проблему неравного доступа организаций к СМИ. Крупные компании, которые могут себе позволить покупать статьи и эфирное время, шире освещают свою

деятельность в СМИ и имеют больше возможностей для того, чтобы продвигать свои интересы, по сравнению с небольшими компаниями, которые не представляют особого интереса для СМИ.

Асель Караулова, директор Казахстанского пресс-клуба, отмечает, что в стране не наблюдается существенного различия между журналистикой и паблик рилейшнз. Она говорит о том, что СМИ в Казахстане работают не на аудиторию, а на бизнес, журналисты выступают в роли пиарщиков, что противоречит самой сути журналистики. Ярослав Разумов, журналист с шестнадцатилетним опытом, анализируя различия между журналистикой в советское и в нынешнее время, отмечает, что большинство населения эпохи социализма могло анализировать и быть критичным, люди были способны читать между строк. «Сейчас журналистика – это катастрофа» [18]. Кенни и Гросс отмечают, что Разумов объясняет это "недостатком квалифицированных специалистов в СМИ" и "качеством аудитории". Тем не менее авторы отмечают, что Разумов ничего не сказал о "распространенной системе оплаты под столом", когда журналисты пишут заказные статьи и "смешивают журналистику с ПР" [19].

Статья Валери Терри о ПР в Казахстане (2004) также является одним из редких материалов на эту тему. Терри пишет, что «интерес к ПР в стране растет», однако существуют заблуждения о том, что же на самом деле это такое [20]. Автор делает анализ данной сферы, отмечая различные проблемы, такие, как низкий уровень заработной платы журналистов и опору ПР на деньги больше, чем на этические принципы.

Андрей Свечников из PRP Group (российское отделение агентства Weber Shandwick) отмечает, что при обсуждении ПР индустрии в России не следует забывать, что Советский Союз распался только в 1991 году, и несмотря на то, что ПР является общепринятым коммуникационным инструментом, пропаганда еще жива [21]. Можно отметить, что советское прошлое в какой-то мере также определило дальнейшее развитие медиа-сферы Казахстана. Журналисты и сегодня не видят ничего компрометирующего в том, чтобы писать материалы за вознаграждение со стороны заинтересованной организации. При обсуждении медиа-секторов постсоветских государств следует упомянуть о том, что существует мнение о том, что следы работы советской идеологической машины до сих пор присутствуют в регионе.

При обсуждении роли традиционных медиа в настоящее время необходимо очертить стандартную модель взаимоотношений между организацией и СМИ, как комбинацию следующих взаимодействий:

«Организация – СМИ». ПР-департамент организации имеет список журналистов, с которыми связываются, чтобы проинформировать о новостях компании. Обычно такой список включает журналистов из основных новостных агентств и общих социально-политических СМИ, а также журналистов, которые специализируются на индустрии, к которой принадлежит компания. Если журналист заинтересован в материале, он свяжется с компанией или напишет материал, основываясь на пресс-релизе, бэкграундере или любой другой предоставленной информации. Компании также организовывают мероприятия для СМИ, к примеру, брифинги или пресс-туры.

«СМИ – организация». Если у компании появляется новость, которая заинтересовывает СМИ, журналисты обращаются сами. Обычно журналистов просят писать официальные запросы в письменной форме, которые далее обрабатываются в соответствии с существующей в компании процедурой.

Эти модели подразумевают бесплатное освещение на основе взаимного интереса. Тем не менее существует описанная Кенни и Гроссом общепринятая модель оплаты материалов «под столом». Условия освещения обсуждаются между компанией и СМИ приватно. Существуют, тем не менее, СМИ, которые открыто публикуют прайс-листы «услуг» на своих веб-сайтах. Очень важно, что в таких случаях, как правило, материалы не отмечаются знаками «на правах рекламы» или еще какими-либо знаками.

Данные, представленные выше в этой статье, свидетельствуют о развитии казахстанского ИКТ сектора. Такой факт, как растущее количество индивидуальных пользователей и организаций в Казахстане, которые пользуются социальными медиа, составляет часть этого процесса. Многие частные компании и государственные организации начали рассматривать деятельность в социальных медиа как неотъемлемую часть своих коммуникаций с аудиториями. Еще несколько лет назад было трудно представить, что на казахстанском трудовом рынке появятся такие ва-

кансии, как специалист по социальным медиа, а сейчас это реальность.

Александр Васильев, глава интернет-компании PROFIT Online [22], отмечает что по результатам проведенного их компанией исследования, ежемесячная интернет-аудитория в Казахстане насчитывает 7,5 миллиона человек, и дальнейший прогресс очевиден. Тем не менее один из специалистов, работающий в крупной телекоммуникационной компании, на вопрос автора данной статьи о том, изменились ли их связи с традиционными СМИ после того, как появились социальные медиа, ответил следующее:

«Нет, мы не стали взаимодействовать с ними меньше (традиционными СМИ – прим.)... Я смотрел статистику, что сейчас происходит на Западе. Какие у нас отличия? У нас же проникновение Интернета не так велико... как в странах Европы. Во-первых, не все люди пользуются интернетом. Во-вторых, есть старшее поколение, которое просто не знает, как пользоваться интернетом».

Гипотеза, обозначенная во введении, предполагает, что если раньше организации не могли избежать использования традиционных медиа в качестве канала коммуникации, теперь они могут иметь прямой диалог с аудиториями с помощью социальных медиа. Социальные медиа имеют потенциал стать полноценным коммуникационным каналом, тем не менее, традиционные медиа все еще доступны для казахстанского населения и их роль остается, в основном, неизменной.

Отдельно следует отметить важную проблему «цифрового неравенства» («digital divide»), которую многие специалисты отмечают как актуальную для Казахстана. Доступ к новым технологиям является неравным, одной из причиной которого, среди прочего, является финансовое неравенство. В оценке Всемирного банка [23] отмечено, что Казахстан имеет «самый большой экономический разрыв в населении среди восточно-европейских и центрально-азиатских стран». Вдобавок к низкому уровню достатка, существует часть населения, для которой новые технологии не являются частью повседневной жизни вследствие технической неграмотности и нежелания учиться, особенно это применимо к старшему поколению.

Таким образом, развитие социальных медиа как инструмента для прямых коммуникаций может содействовать решению этических проблем, таких, как практика оплаты медиа-материалов для позитивного паблисити. Поскольку организации теперь имеют возможность генерировать и публиковать собственный контент с помощью социальных медиа, возможно снижение заинтересованности в приобретении статей или эфирного времени у СМИ. Анализ свидетельствует, что тенденция к этому существует, так как вовлечение казахстанцев в онлайн деятельность возрастало в последние годы. Крупный и малый бизнес все больше используют социальные медиа для коммуникационной деятельности, существует также часть «продвинутых» организаций, которые считают это неотъемлемой частью своей работы. Данные, предоставленные в этой статье, показывают, что развитие ИКТ в Казахстане в целом носит многообещающий характер, и страна имеет потенциал стать ИКТ лидером Центральноазиатского региона.

Тем не менее данные также свидетельствуют о том, что существует проблема цифрового неравенства, которое вызвано, в основном, неравным достатком населения. Другой важной причиной является тот факт, что существует большая часть населения, в основном, старшее поколение, которые не используют новые технологии по причине упомянутого низкого уровня достатка, а также технологической неграмотности и устоявшихся медиа-привычек, которые они не хотят менять. Поэтому, как отмечают специалисты, несмотря на все преимущества, которые предоставляют социальных медиа как коммуникационный инструмент, изменений в отношениях организаций с традиционными медиа мало или не существует вообще.

Литература

1 Alierta, C. (2011) The Promise of Technology in Dutta, S., Mia, I. (eds.) The Global Information Technology Report 2010-2011: Transformations 2.0. Geneva: World Economic Forum. – P. 61.

2 Newhagen, J., Rafaeli, S. (1996) Why Communications Researchers Should Study the Internet: A Dialogue. Journal of Communication 46(1): – P. 4-13.

3 Dutton et al (1996a) The Politics of Information and Communication Policy: The Information Superhighway, in Dutton, W.H. (ed.) Information and Communications Technologies: Visions and Realities. Oxford: Oxford University Press. – P.36.

4 World Economic Forum (2010) Empowering People and Transforming Society: The World Economic Forum's Technology Pioneers 2011. Geneva: World Economic Forum. – P.6.

5 Castells, M. (2000) The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture. Volume I. Second edition. Oxford: Blackwell Publishers. – P.4.

6 World Bank (2007) The Little Data Book on Information and Communication Technology. Washington: The World Bank. -P-v.

7 Alierta, C. (2011) The Promise of Technology in Dutta, S., Mia, I. (eds.) The Global Information Technology Report 2010-2011: Transformations 2.0. Geneva: World Economic Forum. – P.62.

8 http://www.akorda.kz/en/kazakhstan/general_information/economic_overview [14.07.2012] .

9 EconomyWatch (2011) Kazakhstan Economy. Available: http://www.economywatch.com/world_economy/kazakhstan/ [9 September 2012].

10 Central Intelligence Agency (2011) Kazakhstan. Economy Overview. Available: https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/kz.html [1 September 2012].

11 OECD (2010) Kazakhstan: a Case Study on Diversification and Sector Competitiveness. Available: http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/fulltext/2511011ec010.pdf?expires=1316451965&id=id&accname=id9941&checksum=EF44561738114278AFD61F91C4981427 [10 September 2012].

12 Dutta, S., Mia, I.(eds.) (2008) The Global Information Technology Report 2008-2009. Mobility in a Networked World. Geneva: World Economic Forum. – P.210.

13 Dutta, S., Mia, I. (eds.) (2011) The Global Information Technology Report 2010-2011: Transformations 2.0. Geneva: World Economic Forum. – P.225.

14 Аргументы и факты. Интернет-спасение или опасность? http://aidashov.yvision.kz/post/269589 [12 November 2012].

15 International Telecommunications Union (2012) Measuring the Information Society. Geneva: International Telecommunications Union. – P.13.

16 International Telecommunications Union (2012) Measuring the Information Society. Geneva: International Telecommunications Union. – P.166.

17 PRSA (2009-2011) PRSA Code of Ethics. Ethical Guidance for Today's Practitioner. Available: http://www.prsa.org/About-PRSA/Ethics/ [2 September 2012].

18 Kenny, T., Gross, P. (2008) Journalism in Central Asia: A Victim of Politics, Economics and Widespread Self-censorship. The International Journal of Press/Politics. 13(4). – P. 517,520.

19 Kenny, T., Gross, P. (2008) Journalism in Central Asia: A Victim of Politics, Economics and Widespread Self-censorship. The International Journal of Press/Politics. 13(4). – P. 520-521.

20 Terry, V. (2005) Postcard from the Steppes: a snapshot of public relations and culture in Kazakhstan. Public Relations Review 3: – P. 31-36.

21 Sveshnikoff, A. (2005) PR in Russia: Gloom vs. Growth. Available: http://www.webershandwick.co.uk/outcomes/issue7/top-story.html [25 September 2012].

22. Vlast.kz (2012) Market of Internet advertisement is expecting millions. Available: http://www.profit.kz/articles/1761-Rinok-internet-reklami-v-ozhidanii-millionov/#.ULseX-SGuQw [15 September 2012].

23 OECD (2010) Kazakhstan: a Case Study on Diversification and Sector Competitiveness. Available: http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/fulltext/2511011ec010.pdf?expires=1316451965&id=id&accname=id9941&checksum=EF44561738114278AFD61F91C4981427 [10 September 2012].

ӘОЖ 002.2(92)

Р.С. Әбдиева, Б.Ә. Омарова

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail: roza_kkz@mail.ru

Қазақ кітап тарихы туралы тың деректер

Мақалада XX ғасырдың бас кезінде пайда болған Шерияздан Шеленов, Қайырбай Мұратов, Туамырза Қозыбаев, Рахат Телешов, Сәния Ертісбаева, Мәдина Әбілғазизова сияқты қазақ баспагерлерінің алғашқы шоғырын атап көрсетеді. Уфадағы, Омбыдағы, Орынбордағы, Қазандағы баспа жұмысын баяндайды. Сонымен бірге Ә. Каримуллиннің «Қазанда шыққан қазыналарыңыздан» атты мақаласына тоқталады.
Түйін сөздер: алғашқы баспагерлер, қазақ кітаптары, М. Жұмабаев.

R.S. Abdieva, B.A. Omarova

New data on history of the Kazakh book

This article considers some publishers of the beginning of XX century such as Sheriazdan Shelenov, Kayrbay Muratov, Tuamyrza Kozybaev, Rakhat Shelenov, Sania Ertisbaeva. It also takes into considerartion some publishing works in Ufa, Omby, Orenburg, and Kazan. It works with the work of A, Karimullin called “From the treasure published in Kazan”.
Key words: first publishers, Kazakh books, M. Zhumabaev.

Р.С. Абдиева, Б.А. Омаров

Новые сведения об истории казахской книги

В статье рассматриваются труды казахских издателей, таких, как Шерияздан Шеленов, Кайырбай Муратов, Туамырза Козыбаев, Рахат Телешов, Сания Ертисбаева, Мадина Абигазизова, которые были найдены в городах: Уфа, Омбы, Оренбург, Казань. А также анализируется статья А. Каримуллина «Труды, опубликованные в Казани».
Ключевые слова: первые издатели, казахские книги, М. Жумабаев.

Кітап – халық зердесі. Осы зердемізге зейін қоймаудың нәтижесінде көптеген құндылықтарымыз жоғалды. Енді сол жоғалған қолжазбалар мен ескі кітаптардағы мәтіндерді жарыққа шығару қазіргі кезде мәдени мұраны сақтау, елге тарату, қоғамның кәдесіне жарату, ғылыми айналымға енгізу зерттеушілердің басты нысанасы болуда. Қолжазбаларды қалпына келтіру, ғылыми сипаттамасын жасау, ұзақ мерзімге сақтау жұмыстары да біраз еңбекті талап етеді.

Қазақ кітаптары ұлттың құнды құрамы болып табылады. Кітаптың Қазақстан тарихын, оның әдеби, мәдени өмірін зерттеуде маңызы зор. Қазақстанның біртіндеп Ресейге қосылуына дейін ел арасына бірлі-жарым араб, парсы, шағатай тілдерінде шыққан кітаптар тарады. Қазақ тілінде кітап бастыру ісі Ресейге

© 2013 Al-Farabi Kazakh National University

қосылғаннан кейін XIX ғасырдан басталды. Төңкеріске дейінгі қазақ зиялыларының кітаптары – халқымыздың мәдени мұрасының аса маңызды бір бөлігі, бастау бұлағы, оны зерттеп игеру – бүгінгі кемелді рухани өміртіршілігіміздегі төл міндет.

Рухани өмірімізді нұр-шапағатына бөлеп XX ғасырдың бас кезінде қазақ баспагерлерінің алғашқы шоғыры да пайда болды. Бұлар – Шерияздан Шеленов, Қайырбай Мұратов, Туамырза Қозыбаев, Рахат Телешов және басқалары. Қазақ баспагерлерінің арасында Сәния Ертісбаева, Мәдина Әбілғазизова сияқты қазақ әйелдері де болды, сондай-ақ Уфадағы, Омбыдағы, Орынбордағы, Қазандағы медреселерде оқыған қазақ шәкірттері де баспа жұмысымен шұғылдана бастады. Бірақ жас түлек баспагерлеріміздің өндіріп, өнімді еңбек етуіне патшалық отарлық, озбырлық саясат мұрсат бермеді.

Ресейлік самодержавие "бұратаналардың", яғни империяның отарлық шеткері аймақтарының жергілікті халық өкілдерінің баспа орындарын ашуына тосқауыл қоюдан ешбір тартынған жоқ. Соның ішінде кітап басты-ру ісіне мұрындық болған татар азаматтары мейлінше қуғындалды. Көп жыл бойғы батыл күш-жігер жұмсап, талай рет өтініш айтып, талай рет жалынып-жалбарынғаннан кейін барып қана ағайынды Кәрімовтер тек 1899 жылы қазанда баспахана ашуға рұқсат алды. Мұндай мысалдар екінің бірінде кездесіп отырды.

Мұнысы аз болғандай цензура органдары әлеуметтік және ұлттық езгіге, озбырлыққа, адамдарды ұлттық белгісіне қарап қорлауға қарсы наразылық білдірілген шығармаларға барынша шұқшия қарады. Кітап жазбаларының, тіпті, басылып қойылған қазақ авторлары шығармаларының тағдыры бүтіндей отарлық әкімшілікке тәуелді болды. Ол езілген халықтардың санасына алдыңғы қатарлы, бостандық сүйгіш, демократиялық идеялардың таралуынан қорықты, сөйтіп, осындай кітаптардың, газеттердің, журналдардың шығарылуын тыйып тастап отырды. Рухани азыққа деген жұтаңдық шын мәнінде ұзаққа созылды.

1905–1907 жылдардағы төңкерістің қуатты әсерінен, түрлі ұлттардың халық бұқарасының тегеурінінен сескенген патша өкіметінің жандайшаптары шығыс халықтары тілдеріндегі баспасөздің қызметін біраз демократияландырып, бұл саладағы шектеулерді ішінара жоюға мәжбүр болды.

Төңкерістен кейінгі алғашқы жылдары қазақ, татар, башқұрт, өзбек, әзірбайжан және басқа тілдердегі баспаханалардың, мерзімді баспасөз және кітап басылымдарының, кітапханалардың саны тез өсе бастаған сыңай танытқандай болып еді. Алайда 1910 жылдан бастап патша үкіметі өзінің бұрынғы қалыптасқан, қанына сіңіп қалған аса қатаң цензорлық бақылауын қайтадан күшейтіп, ұлттық баспа орындарын ашуға бүтіндей тыйым салды. Мәселен, осыдан кейін 1917 жылға дейін бірде-бір татар баспаханасы ашылған жоқ.

Бүкіл түркі тілдес баспасөздің, соның ішінде қазақ баспасөзінің де жай-күйі осындай болған еді. Ең жанға қатты батқаны – теңсіздікке, қанауға, адамдардың қайыршылығына қарсылық, наразылық білдірген ақындар мен жазушылардың озық ойлы шығармалары цензураның қуғын-сүргініне, жазалау шараларына жиі-жиі ұшырап отырды. Кейде, тіпті, цензура ресми түрде рұқсат берген кітаптардың өздері де қуғынға ұшырады. Санкт-Петербург цензура комитетінің рұқсаты бойынша басылып, Қазанда қазақ тілінде шығарылған, тыйым салынған осындай тұңғыш кітап "Өсиетнама" болды. Өкімет орындарының бұл кітапқа қойған кінәсі аты-жөні белгісіз автордың жергілікті патша өкіметі орындарының қазақ халқын қыспаққа алуына ашуыза білдіргені еді. Орынбор және қазан губернияларының жандарм басқармалары өздерінің ойынша, "қылмысты" және "теріс мазмұнды" деп санаған қырғыз-қайсақ кітаптарының айналымнан алып тасталуға тиісті "қара тізімдерін" жасады. Мәселен, 1912 жылы шығарылған кітаптардың арасында Т. Ғалымжановтың "Есіл жұртым", Хайридің "Дүниядан шикаят", Мұштақтың "Қарлығаш", Маматовтың "Ғибрат", сондай-ақ Мәжитовтің "Қазақ шәкірттеріне радия" және басқа басылымдар "қара тізімге" ілінді. 1910 жылдан бастап цензураның қарамағына іліккен басылымдармен жандармдар тікелей айналысатын болды. "Жас ғұмырым" деген жинақтың мынадай жолдарынан жандармдар "қылмыс" тапқан: "үкімет біздің жерімізді қара жүзді жапондарға таратып беріп жатыр. Жемтігін тістей қатқан арлан секілді адамдардың азуынан босанатын кез келді". Жандарм автордың мынадай сөздеріне де үрке қарайды: "Ал біз олардың алты қарыс азуынан күшпен емес, тек біліммен босана аламыз. Білім, білім, білім!" Тіпті, оқу-ағартуға,

мәдениетке үндеудің өзі "тәртіп сақтаушыларға" самодержавиені құлатуға шақырумен бірдей естілді.

Өз құқығы үшін, халық құқығы үшін күресуге шақырған, әлеуметтік және ұлттық езгіге қарсы шыққан Н. Сағадаевтің "Аштық" (Орынбор, 1912), С. Сейфуллиннің "Өткен күндер" (қазан, 1914) өлеңдер кітабы, М.А. Ысқақидің, "қызметкер" (қазан, 1914), Б. Ержановтың "Тұр, қазақ!" (қазан, 1911), Найман руынан шыққан қазақтың "Дүние үшін ғибратнама" (қазан, 1908) атты әңгімелері және басқа да көптеген қазақ кітаптары қудалауға ұшырап, жойып жіберілді [1.].

Алғашқы қазақ кітаптары Санкт-Петербургте, Қазанда, Орынборда, Омбыда, Ташкентте басылып шықты. Көбінесе Қазан университетінің Каримовтар мен Хусайыновтар баспаларынан шығып тұрған. Қазақ кітаптарының тарихы 1807 жылы Қазан гимназиясының баспаханасында жарық көрген «Сейфілмәлік» кітабынан басталады [1, 76]. Шығыс сюжетінен алынған бұл дастан революцияға дейін ең көп басылған кітап. 1831 жылы Қазанда «Иғланнама», 1840 жылы «Қисса-и-Шәкір-Шәкірат», падишаh hашим балалары, 1848 жылы «Хатымтай жомарт», 1857 жылы «М*ансұр – ул хал-лаж*» атты кітаптар басылған [2]. Қазақстанда жазу реформасы оншақты жылдың көлемінде (1929-1940 жж.) екі рет жүзеге асырылды: 1929 жылға дейін қолданылған араб графикасынан латынға, 1929-1940 жылдары қолданылған латын графикасынан кириллицаға көшірілді. араб графикасымен басылған 1841-1932 жылдар аралығын қамтитын қазақ кітаптарының саны – 1500, латын графикасымен басылған 1926-1941жылдар аралығын қамтитын қазақ кітаптарының саны – 3500 аталым [3].

Ана тілімізде қазан төңкерісіне дейінгі кезеңде жарық көрген кітаптарды іздеп-тауып, бір жүйеге келтіруде татар тарихшысы Әбрар Каримуллин ұлттық баспамыз да, төл баспаханамыз да жоқ кезде қазақ тілінде ұзын-саны 509 кітап жарық көргенін және оның 431-і татар баспаханаларында басылғанын айтады [4]. Әбрар Каримуллин қазақ тіліндегі тұңғыш кітап 1831 жылы жарық көрген дейді. Ол ойын 1971 жылы "Жұлдыз" журналында жарық көрген "Қазанда жатқан қазыналарыңыздан" атты мақаласында тарқатып айтады. Алайда бұл мақаламен толық танысудың мүмкіндігі болмады. 146-149 беттерге жарияланған мақаланың барлық данасында 147-148 беттері жыртылып тасталынған екен. Оның себебін сол кездегі баспасөз комитетінің хатшысы болған Алтынбек Қасенұлынан сұрағанымда: "М. Жұмабаев" деген фамилия жазылғаны үшін 179057 таралыммен жарық көрген "Жұлдыз" журналының сол беттерін алғашқы сүйінші данадан соң (сигнальный экземпляр) жоғары орындағылар жыртқызып тастатқанына өзі куә былайша баяндайды. «Маған «өзің шешімін тап» деп тапсырма берілген соң, баспаханаға келіп, Каримуллиннің мақаласын толық оқып шықтым. Айтарлықтай мол мағлұматтар да алдым (дегенмен сол кездегі саясат белгілі ғой, ең болмаса 1 данасын да сақтай алмадық). Ары-бері ойланып, осы «М. Жұмабаев» деген бетті жыртып тастасам қалай болар екен дедім. Шындығында, оншалықты біліне бермейді екен. Сонымен, қанша жерден қиналсақ да, осылай істеуге мәжбүр болдық» дейді. Міне, кеңес өкіметінің цензуралық саясаты.

1971 жылғы «Жұлдыз» журналындағы Ә. Каримуллиннің мақаласына (147-148 беттерінсіз) сілтеме жасайын, қай жерінен мақаланың үзілгенін өздеріңіз байқарсыздар (егер байқалып жатса):

"Қазақ баспасөзінің туу тарихы, даму жолдары өз алдына әңгіме етерлік, келелі тақырып. Бұл мәселе жайлы осыдан жеті жыл бұрын Х. Бекхожиннің "Қазақ баспасөзінің даму жолдары" атты кітабы, 1948 жылы Н. Сәбитовтің "Қазақ әдебиетінің библиографиялық көрсеткіші" жарық көрді. Әрине, бұларда қазақ баспасөзі жайлы деректер толық қамтылды, өткен-кеткені түгел жиналып зерттелді деп авторлар да айтқан емес, біз де олай дей алмаймыз. Сондықтан да қазақ баспасөзі жайлы еңбектерде қарастырылмай қалған кей бір мәселелер хақында сөз қозғауды орынды көрдік.

Қазақ баспасөзінің тарихы дегенде тұңғыш кітап қашан шықты, қайда шықты деген сауалдар туады. Бұған үзілді-кесілді жауап беру қиын, дегенмен әзірге қолда бар деректерге сүйенсек, "Иғланаме Қырғыз халқына" деген кітапты тұңғыш деп атар едік. Бұл кітаптың шығуы туралы қысқаша мәлімет былай: кітап 1831 жылы Қазан университеті баспасында жарық көрді. Бұл жылдары қазақ сахарасында оба ауруының дендеп, кісі өлімінің көбейіп бара жатқан кезі еді. Осы індетке қарсы қолданылатын шараның бірі – аурудың зардабын түсіндіріп, одан сақтандыру,

емдеу шараларын көрсету болды. Оны, әрине, әр үйге, әр ауылға барып лекция оқу арқылы жүзеге асыру қиын еді. Сондықтан Орынбор округінің генерал-губернаторы Сухтелин баспасөз арқылы таратуды жөн деп тауып, сол кездегі мұсылман баспасының орталығы болған Қазан баспаханаларына заказ берген. Арап харіпімен басылған осы кітаптың бір данасы күні бүгінге дейін Татар АССР-ның Мемлекеттік Орталық мұрағатында сақтаулы тұр (ЦА ТАССР, фонд, 92, оп, 1. 3530).

Қазақ өлкесін басқарудың, сұлтандары мен қазақша хат-хабар алмасудың қиындығы Сухтелинді араб харпін алдырып Орынборда әскери баспахананың ішінен бөлімше ашуға мәжбүр еткен. Сөйтіп Москваның Лазарев институтынан салмағы 13 пұт, 26 фунт араб шрифті әкелінген. Әріп теруші болып Неплюев әскери училищесінің курсанты сол училищенің оқытушысы бірнеше шығыс тілдерінде оқулық жазған ғалым Мірсалық Бекчуриннің баласы Мухамедкерем Бекчурин белгіленген.

Әскери баспахананың араб бөлімшесінің тырнақалды кітабы орыс, қазақ тілдерінде шыққан "Орынбор жол бойы қазақтарының жергілікті және дистанциялық бастықтарына нұсқау" атты кітап болған. Алайда бұдан кейін Орынбор баспасы қазақ тілінде кітап шығармай тек генерал-губернатордың жарлықтарын ғана жариялап отырады да кітап бастыруға Қазан баспасынан заказ береді. Мәселен, Мірсалық Бекчуриннің "Араб, парсы, татар тілдерін бұхарлықтар мен Башқұрт, Қырғыз және Түркістан тұрғындарының, сондай-ақ орыс-парсы, татар сөздерін пайдалану арқылы оқыту туралы әуелгі нұсқаша" аталған кітабының 1359 жылы Қазан баспасынан шығу фактісінің өзі біздің әлгі ойымызды дәлелдесе керек.

Аталмыш кітапта қазақ мәтіндері болғандықтан және қазақ фольклорынан көптеген материалдар енгендіктен бұл кітапты да қазақ баспасөзінің тарихына жатқызамыз. Орынбор шекара комиссиясының тілмәші Ильминскийдің орыс-қырғыз бұратана мектебіне арналған "Самоучитель русской грамоты для киргиз" оқулығы да Қазан баспасынан бірінші рет 1861 жылы, екінші рет 1874 жылы жарық көрген. Осы автордың 1861-62 жылы Қазан университетінің ғылыми жазбаларында, "Қырғыз тілін үйренушілерге көмекші материалы" жарияланып, кейін ол жеке кітапша болып шығады. Ильминскийдің қазақ тілі мен әдебиетінің үлкен қамқоры болғаны бұрыннан айтылып жүр. Сол шындықты біз мына фактіден де айқынырақ көреміз. Ол 1862 жылы Қазан университетінің баспаханасынан қазақтың халық эпосы "Ер Тарғынды" бастырып шығарады. Бұл эпосты Ильминский көзінің тірісінде Қазанда өз қаржысына төрт рет бастырған (1871, 1876, 1879, 1883), ал ол қайтыс болған соң "Ер Тарғынды" үш рет 1893, 1899, 1913 жылдары татар нашриатшысы Шамсуддин Хусаинов қайта бастырған. Сонымен, Семейдегі "Жәрдем" баспаханасы Т. Жомартбаевтың "Қыз көрелік" романын, ал Қазан баспасы Көлбай Тоғысовтың үш бөлімді "Надандық құрбаны" пьесасын 3000 дана етіп 1915 жылы жариялады.

Қазақ тілінде кітап шығуының келесі бір пайдалы жағы деп қазақ әдебиетінің татар жазушыларына, татар әдебиетіне еткен әсерін де айтпай кетуге болмайды. Татар оқырмандарының қазақтың бай ауыз здебиетімен таныс болуы, тіпті, татар жазушыларының қазақ тақырыбына шығарма жазуы Қазан, Уфа баспаларында қазақ кітаптарының шығарылуының арқасы дер едік. А. Тоқай, Ғ. Ибрагимов, Ш. Камал, Ф. Амирханов, М. Ғафурилер қазақ әдебиетін насихаттап қана қойған жоқ. Олар әрі қазақ тақырыбына қалам тербеген жазушы да болды. Татар әдебиетшілері жинаған кейбір әдеби шығармалар қазірдің өзінде Қазан университетінің ғылыми кітапханасында сақтаулы тұр. Татар әдебиетшілері жинаған ауыз әдебиеті материалдарының ішінде бірен-саран кітап болып шыққандары да бар. Айталық, ұзақ жылдар бойы Омбы уезінде қазақтар арасында болған татар әдебиетшісі Хамидулла Садуақасов 1915 жылы Халық мұңы қазақ тілінде" атты жинақ бастырып, оған халық ақындарының шығармаларын топтаған. З. Каримов Мақыш Далтаевпен бірігіп фольклорлық нұсқаларды "Қазақша айна" (1913) деген атпен жариялатқан. Нақ осы кітаппен мазмұндас "Кітапха-и жұрнағи яхуд шиерлар мажмуғаси" (1910) аталған жинақты Бекмухаммед Хусаинов, "Қазақ өлеңдері" кітабын Мухаммед Бекметов жариялатқан болатын. Бұл аталғандармен қатар татар тіліне аударылған жинақтардан Гильман Саттаров жинап бастырған "Қазақ шиерлари" (1909), Мақыш Қалтаевтың "Қазақ ахваленан" (1907), Заріф Ақсақидің "Бұлбұл құсын" (1910, 1911) атау лазым.

Қазан баспаларынан өмірге жолдама алған кітаптар баршылық. Соның көбі дерлік сақталған. Алайда сақталмай қалған бір кітапты да атай кету жөн. Ол – татар нашриятшысы Ш. Хусаинов шығартқан "Васыят нама" (Қазан, Коковин баспаханасы). Патша әкімшіліктері қазақ халқына тізесін батырды деген сарын бар деп "айып" тағып бұл кітапты цензура басып тастаған" (Ц.ГИАЛ. фонд 777. Оп.27. д. 312. лл. 2-5). Жүсіп Көбеевтің "Бірлікте көп жасаған бір ғанибет" (1907) атты өлеңдер жинағы да "Васыят Наменің" кебін киіп авторына үкім жариялаған болатын. Бірақ қуаныштысы сол, Кубеевтің мекені белгісіз болып үкім орындалмай қалғанды. Жұмағазы Темірәлиевтің өлеңдер жинағы, "Өз пікірім бұл яки ішкі ордалықтардың қазіргі замандағы жағдайымыз", атты (1912) кітабында орыс "Қырғыз жерін басып алды" деп "жала" жабылып "орыстарға діни де экономикалық та тұрғыдан қарсы" үгіттеді деген "кінә" қойылған.

Әрине, мұндай "кедергілер" кітап шығару ісін тежей алған жоқ. Низамеддин Сағадов, Сәдуақас Сейфуллин, Мұхамади Садық Еңсеұлы, Арғынбай Ысқақи, Байбатыр Ержанов және басқалардың шығармалары көптеп шығарылып жатты. Бір ескертетін мәселе – біз тек көркем әдеби кітаптар туралы деректер келтірдік. Ал тарих, тіл есеп сабағы және басқа салалардан шыққан кітаптардан Қазан архивтері мен кітап қоймаларында жатқан дүниелер өз алдына бір төбе" [5].

Міне, жоғарыдағы мақалада татар кітаптанушысы Әбрар Каримуллин қазақ кітабы 1831 жылы жарық көрді дейді. Ал қазақ кітаптанушыларының зерттеуі бойынша: 1807 жылы жарыққа шыққан 115-беттік шағатай тілінде жазылған "Сейфүлмәлік". Оған қазақ кітабының тарихын зерттеуші Ш. Елеукеновтің мына жазбалары дәлел: "қазір бізге мәлім алғашқы қазақ баспа кітаптары "Сейфіл-Мәлік" қиссасы (1807), тағы да басқа фольклорлық шығармалар". Негізі, қазақтың алғашқы кітабы мынау еді деп дәл айту үшін ұзақ зерттеу жұмысы қажет. Ал қазақ кітабының тарихын зерттеуді алғаш қолға алған Ш. Жиреншин қазан төңкерісіне дейін қазақ тілінде мыңға жуық кітап шыққанын, қазақ баспасөзінің тұңғышы "Түркістан уәлаятының газеті" 1870 жылы шықса, қазақ тіліндегі алғаш кітаптар XIX ғасырдың басында бой көрсете бастады [6] – деген мәлімет айтады.

Қазіргі кезде көнеден бастау алған отандық кітап мәселесін көтеретін, жоғын түгендейтін, насихаттайтын ірі мәдени және ғылыми орталықтар ашылса, онда қазақ кітаптарының жан-жақты дамуына жол ашық болары сөзсіз. XXI ғасырда да кітап – әлемнің әміршісі болмақ. Адамзат кітап арқылы ғана бақытқа жетпек. Сондықтан қазақ кітаптарының мәдени маңызын көтеруде зерделі ғылыми зерттеулер аса қажет-ақ.

Қазақ мәдениетінің егесі халық болса, мәдени мәйегі, бірегей бәйтерегі, рухани қазынасы, таусылмас Тайқазаны – ол қазақ кітабы. Қазақ кітабы – рухани қазынамыздың Тайқазаны, талай ұрпақ өкілдерінің өмір мектебі, қазақ мәдениеті, қазақ тарихы, қазақ ғұмыры және өнері. Осы 1917 жылғы төңкерістен кейінгі шыққан ұлттық кітаптарымыздың жүйеленген тізімін Қазақстан Республикасының ұлттық мемлекеттік кітап палатасынан табуымызға болады.

Әдебиеттер

1 Сүбханбердина Ү., Сейфуллина Д. Қазақ кітабының шежіресі. (1807–1917 ж). – Алматы: Рауан, 1996.– 241 б.
2 kk.wikipedia.org/wiki/Қазақ_кітаптары
3 www.nlrk.kz/page.php?page_id=1037&lang=2
4 Каримуллин А.Г. Книги и люди. – Казань: Татарское книжное изд., 1985. – 304 с.
5 Каримуллин Ә. Қазанда жатқан қазыналарыңыздан // Жұлдыз. – 1971. – №8. –146–149 бб.
6 Жиреншин Ә.М. Қазақ кітаптары тарихынан. – Алматы: Қазақстан, 1971. – 172 б.

References

1 Subkhanberdin W., D. Seifullina Kazakhstan kitabynyn shezhiresi. (1807-1917 g). – Almaty: Rauan, 1996. – 241 b.
2 kk.wikipedia.org / wiki / Kazak_kitaptary
www.nlrk.kz/page.php?page_id=1037&lang=2
3 Karimullin AG Books and people. – Kazan Tatar book publishing., 1985. – 304.
4 Karimullin A. Kazanda zhatқan kazynalarynyzdan / / Zhuldyz. – 1971. – № 8. -146-149 Bb.
5 Zhirenshin AM Kazak kitaptary tarihynan. – Almaty Kazakstan, 1971. 172 b.

ӘОЖ 655.4

Б.О. Әсембаева

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail: bakyt_kaznu@mail.ru

Баспа қызметіндегі авторлық құқық мәселелері

Қазақстан Республикасының «Авторлық құқық және сабақтас құқықтар туралы» заңына сәйкес, баспа – құқықтық қатынастар субъектісі болып табылады. Баспа құқық иеленушілермен жасалатын авторлық шарттар бойынша, авторлық құқық объектілерін қайта шығаруға және таратуға байланысты мүліктік құқықтарға ие болады. Бұл шарттарды жасау кезінде туындыны жариялау және оны жарыққа шығару сияқты заңды фактілердің құқықтық салдарларын да, сол шығармаға байланысты авторлық құқықтың әрекет ету мерзімін және мүліктік құқықтардың мұрагерлікке өту мәселелерін де ескеру қажет.
Түйін сөздер: санаткерлік меншік, баспа, автор, авторлық шарт, авторлық құқық объектілері, конвенция, авторлықтың ақиқаттылығы, халықаралық шарттар, құқықтық қатынастар субъектілері.

B.O. Asembaeva

Copyright problems in publishing

The author of article considers the main questions of copyright in publishing. And also raises the legal questions of use of objects of copyright and the organization of the contractual relations in publishing. Emphasizes value of observance of rules and acceptance of a measure of prevention of violations of copyright both more vozrastuyushchy importance and value of protection of copyright.
Keywords: intellectual property, publishing house, author, author's contract, objects of copyright, convention, authorship presumption, mezhdunaodny contracts, subjects of legal relations.

Б.О. Асембаева

Проблемы авторского права в издательской деятельности

Автор статьи рассматривает основные вопросы авторского права в издательской деятельности. А также затрагивает правовые вопросы использования объектов авторского права и организации договорных отношений в издательской деятельности. Подчеркивает значение соблюдения правил и принятия меры предотвращения нарушений авторских прав и более возрастающую важность и значение охраны авторского права.
Ключевые слова: интеллектуальная собственность, издательство, автор, авторский договор, объекты авторского права, конвенция, презумпция авторства, международные договора, субъекты правовых отношений.

Қазіргі дамыған елдер санаткерлік меншікті қорғау мәселесіне ерекше көңіл бөлуде.

Дүниежүзілік Санаткерлік Меншік Ұйымын (ДСМҰ) құрған, 1967 ж. 14 маусымда өткен Стокгольм конвенциясында былай делінген:

«Санаткерлік меншік – бұл ғылым, әдебиет, өнер туындыларына, сондай-ақ ЭЕМ-ге арналған бағдарламаларға және деректер қорына, патенттерге және өзге де өнертапқыштық және өндіріс үлгілеріне, ноу-хауға, сауда құпияларына, сауда белгілеріне және қызмет көрсету белгілеріне фирмалық атауларға арналған құқықтар болып табылады» [1].

Қазақстан авторлық құқықтар жөніндегі халықаралық Конвенциялардың мүшесі болып табылады.

1952 жылы 6 қыркүйекте Женевада қабылданған Дүниежүзілік авторлық құқық жөніндегі конвенцияның кіріспесінде санаткерлік меншік саласындағы тұлғалардың

құқықтарын сақтау, оларды сыйлау, әдебиет, ғылым мен өнердің дамуына ықпал жасау – халықаралық өзара түсіністікке игі әсерін тигізетіндігі қадап айтылған.

КСРО аталмыш конвенцияға 1973 жылы ғана қосылған болатын. Біздің мемлекетіміз егемендікке қол жеткізгеннен кейін, одақтың құқықты мұрагерлерінің бірі ретінде аталған конвенцияның мүшесі болып қалды.

Әдеби және көркем туындыларды қорғау жөніндегі тұңғыш конвенция 1886 ж. Бернде қабылданды. Аталмыш конвенция өнеркәсіптік меншікті қорғау жөніндегі 1883 жылы қабылданған Париж конвенциясымен бірге Дүниежүзілік Санаткерлік Меншік Ұйымының келісім жүйесіне негіз болды. Одан кейінгі келісімдер осы екеуі қамтитын санаткерлік меншікті қорғауды кеңейте және тереңдете түсті.

Берн конвенциясына қосылған барлық елдер авторларының құқықтарының тең қорғалуы – осы құжаттың басты шарты. Яғни әр тарап өз заңдарына сәйкес, сол мемлекеттің азаматы болып табылатын авторлардың, сондай-ақ басқа ел авторларының да құқықтарын тең дәрежеде қорғауды жүзеге асыруға міндеттенеді. Шығармашылық еркіндікке осылайша жол ашу конвенцияға қосылған барлық елдерге тән сипат.

Қазақстан Республикасы Президенті «Қазақстан Республикасының Әдеби және көркем туындыларды қорғау жөніндегі Берн конвенциясына қосылуы туралы» заңына 1998 жылдың қарашасында қол қойды. Осы арқылы Қазақстан өзінің шығармашылық еркіндігін, санаткерлік потенциалды қорғау қағидаларының жолын берік ұстай отырып, әлемдік қауымдастықтан лайықты орын алуға ұмтылысын дәлелдей түсті.

Берн конвенциясы авторлық құқықтарды халықаралық дәрежеде қорғауды барынша жақсарта отырып, нәтижелі жетістіктерді қамтамасыз етеді. Оған қосылу Қазақстанның ДСМҰ өткізетін авторлық құқық жөніндегі барлық халықаралық форумдарға қатысуға, авторлық құқықтар туралы мәселеге өз пікірін білдіруге және халықаралық ұйымдармен байланысты арттыра түсуге мүмкіндік береді.

Осы конвенцияға мүше болу арқылы Қазақстанның Дүниежүзілік Сауда Ұйымына (ДСҰ) кіру мүмкіндігі артады. Ең бастысы, Берн конвенциясына қосылу республиканың өзінде де, басқа елдерде де авторлық құқықты тиімді қорғауға сенімді алғышарт жасайды.

ДСМҰ-дан басқа, санаткерлік меншікті қорғауға белсенді күш жұмсайтын халықаралық ұйымдар бар; олар: ЮНЕСКО, Еуропалық қауымдастық комиссиясы, Тарифтер және сауда жөніндегі бас келісім және т.б.

«Авторлық құқық және сабақтас құқықтар туралы» заң баспа қызметіне тікелей қатысты. Осы заңға сәйкес, баспа құқықтық қатынастар субъектісі болып табылады. Баспа құқық иеленушілермен жасалатын авторлық шарттар бойынша, авторлық құқық объектілерін қайта шығаруға және таратуға байланысты мүліктік құқықтарға ие болады. Бұл шарттарды жасау кезінде туындыны жариялау және оны жарыққа шығару сияқты заңды фактілердің құқықтық салдарларын да, сол шығармаға байланысты авторлық құқықтың әрекет ету мерзімін де және мүліктік құқықтардың мұрагерлікке өту мәселелерін де ескеру қажет. Заңда келтірілген терминдер мен ұғымдар авторлық құқық пен сабақтас құқықтар объектілеріне (дыбыс – бейнежазу туындысы, сәндік қолданбалы өнер туындысы, ЭЕМ-ге арналған бағдарлама, деректер базасы, орындау, эфирлік немесе кабельдік хабар тарату ұйымдарының хабары, фонограмма, туындының данасы, фонограмманың данасы), авторлық және сабақтас құқықтардың субъектілеріне (автор, дыбыс-бейнежазу туындысының дайындаушысы, фонограмманы дайындаушы, орындаушы, спектакльді қоюшы режиссер), сондай-ақ авторлық және сабақтас құқық иеленушілердің субъективтік құқықтарына (туындыны жариялау, туындыны жарыққа шығару, туындыны қайта шығару, көшірмелеу, репрографиялық қайта шығару, туындыны көпшілікке көрсету, көпшілік үшін орындау, жалпы жұрттың назарына арнап хабарлау, жалға беру , эфирге беру, фонограмманы қайта шығару және т.б.) қатысты.

Заңдағы ең негізгі терминдердің бірі – автор. Ол шығармашылық еңбегімен туынды жасаған жеке тұлға. Жеке тұлғаны автор деп тану үшін, одан тіркеу және депозитке ақша салу, т.с.с. іс-әрекеттерді орындау талап етілмейді. Ол үшін туындыны жарыққа шығаруға немесе оны қайта шығаруға мүмкін болатындай объективті форма да туындыны дүниеге келтірудің заңды фактісі жеткілікті болып саналады.

Азаматтық кодекске сәйкес, азаматтығына, жас шамасына және әрекет ету қабілеттілігіне қарамастан, кез келген жеке тұлға автор бола алады.

ҚР «Авторлық құқық және сабақтас құқықтар туралы» заңында айтылғандай, заңды тұлғалардың авторлық құқықты иеленуі көзделмеген. Заңға сәйкес, тек жеке тұлғалар ғана автор бола алады. Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексінде, «осы кодексте және өзге де заң актілерінде белгіленген реттер мен тәртіп бойынша азаматтың немесе заңды тұлғаның шығармашылық интеллектуалдық қызметтің нәтижелеріне және оларға теңестірілген заңды тұлғаны дараландыру құралдарына, жеке немесе заңды тұлғаның өзі орындайтын жұмысының немесе қызметінің өнімдеріне (фирмалық атау, тауар белгісі, қызмет көрсету белгісі және т.б.) ерекше құқығы танылады» [2]. Бұл бап бойынша заңды тұлғалардың авторлық құқығы ҚР Азаматтық кодексі мен басқа да заң актілерінде бекітілген жағдайлар мен шектеулер негізінде ғана танылады. Баспалар дайындайтын авторлық шарттар бойынша, заңды тұлға автор ретінде танылмайды. Кейбір шетелдердің авторлық құқық саласындағы заң актілерінде заңды тұлғаларға авторлық құқық берілген, сондықтан шетелдік азаматтармен баспа шартын дайындайтын жағдайда, сол елдің авторлық-құқықтық қатынастарын реттеуші ұлттық заңдарын білу талап етіледі.

Авторлық құқық саласындағы халықаралық шарттарда бекітілгендей, өз шығармашылық қызметінің нәтижелеріне байланысты автордың құқықтары айрықша болып табылады, яғни туындыны кім қандай әдіспен және қандай жағдайда пайдаланатыны туралы шешім қабылдайтын жалғыз субъекті автор болып табылады. Авторлық құқықтың ерекше сипаты да осында жатыр.

Заңда құқықтық қатынастар субъектілері құқықтарының ақиқаттылығын анықтайтын бірқатар ережелер бар. Ал құқықтық қатынастар авторлық құқық объектісіне берілетін құқықтардың туындауына, пайдаланылуына және басқаға берілуіне байланысты пайда болады. Осы құқықтық қатынастарды реттеуде авторлықтың ақиқаттылығы маңызды рөл атқарады. Кез келген жеке тұлғаны автор деп тану үшін, туындыны тіркеу, оны сақтауға өткізу, рұқсат алу, т.с.с. іс-әрекеттерді орындау талап етілмейді. Ол үшін туынды жарыққа шығаруға мүмкін болатындай кез келген объективті формадағы туындыны дүниеге келтіру заңды фактісі ғана жеткілікті болып табылады.

«Өзге дәлелдер болмаған жағдайда туындының түпнұсқасында немесе данасында автор ретінде көрсетілген адам туындының авторы деп саналады» [3]. Сондықтан да авторлықты дәлелдеу жөніндегі даулы мәселелер туындаған жағдайда өзінің айрықша құқықтарын дәлелдеуді жеңілдету мақсатында, автордың бірқатар шараларды алдын ала қолдануы қажет. Мұндай шаралардың кейбірі мыналар:

– компьютерлік бағдарламалық өнімдерді ресми тіркеуден өткізу;

– туындының данасында авторлық құқық қорғау белгісін қолдану:

– қолжазбаны сақтауға беру, т.с.с.

Егер де туынды жасанды не бүркеншік атпен жарияланған жағдайда (автордың бүркеншік аты оның өзі екеніне күмән туғызбайтын жағдайды қоспағанда), туындыда есімі немесе атауы көрсетілген баспагер өзге дәлелдер болмаған кезде осы Заңға сәйкес, автордың өкілі болып табылады. Және ол өкіл ретінде автордың құқығын қорғауға, оның жүзеге асырылуын қамтамасыз етуге құқығы бар. Бұл ереже сондай туындының авторы өзінің кім екенін ашқанша және өзінің авторлығын мәлімдегенше қолданыла береді.

Осыған сәйкес, баспа қызметінде, жасырын немесе бүркеншік атпен туындысын жариялағысы келетін авторларға ерекше көңіл бөлу керек. Өйткені туындының азаматтық айналысқа түсу жағдайларының бәрінде және авторлық құқық бұзылуы туралы заңды мәселелер туындаған жағдайда да баспа автордың өкілі ретінде саналады.

Ал егер де баспадан құрама туындылар жарық көрсе, мұндай жағдайда баспа үшін туындыны пайдалануға айрықша құқықтар иелену ақиқаттылығы енгізілген.

Баспа қызметінде компьютерлік туындыларды пайдаланудың екі жағы бар. Бірінші жағдайда, компьютерлік туынды технологиялық процесті және баспа өнімін көбейтуге байланысты қызметтер атқарады. Мұндай компьютерлік туындыларға опперациялық жүйелер, түрлі мәтіндік редакторлар, автоматты түрде беттеуді жүзеге асырушы бағдарламалар, түрлі деректер базалары және т.б. туындылар жатады. Екінші жағдайда, компьютерлік деректер ба-

залары болып табылатын, машинкағабасылған авторлық қолжазбалар және баспа өнімдерінің түпнұсқа макеттері – компьютерлік туындылар ретінде шаруашылық айналымға енгізіледі. Қызметтік тапсырмалар арқылы дүниеге келетін компьютерлік туындылар жұмысшы мен жұмыс берушінің арасында жасалатын келісімшарт негізінде реттеледі. Келісімшарттың түрлері, жұмысшы мен жұмыс берушінің өзара келісімшарт жасауы нәтижесінде туындайтын міндеттер туралы ҚР «Авторлық құқық және сабақтас құқықтар туралы» заңының 14-бабы негізінде түсіндіріледі.

Авторлық құқық саласындағы халықаралық келісімдердің негізгі принципі автор мен қоғам мүдделерінің арасындағы тепе-теңдікті қадағалау принципі болып табылады. Өйткені автор туындысының қоғамға қажеттілігі артқан сайын соғұрлым автордың шығармашылығының жемісті болғаны айқындалады. Осы принципке сәйкес, халықаралық келісімдер, ұлттық заңдарымыз бойынша туындыны автордың келісімінсіз және авторлық сыйақы төлемей еркін пайдаланудың қатаң түрде шектелген, белгілі бір әдістеріне жол беріледі. Осы принципке сәйкес норма ҚР «Авторлық құқық және сабақтас құқықтар туралы» заңында орын алған.

Және егер заңды түрде жарияланған туындының даналары оларды сату нәтижесінде азаматтық айналысқа енгізілетін болса, онда оларды автордың келісімінсіз және авторлық сыйақы төлемей әрі қарай сатуға және таратуға рұқсат етіледі. Бірақ та туынды даналарын жалға беру арқылы тарату құқығын бұл даналарға берілген меншік құқығына тәуелсіз түрде автордың өзі иеленеді.

Авторлық құқықтар бұзылғанда немесе даулы мәселелер туындаған кезде құқық иеленушілердің құқықтарын қорғау үшін қолданылатын іс-шаралар жиынтығы авторлық құқықтарды қорғау болып табылады. Авторлық құқықты қорғаудың тиімділігін арттыру мақсатында бірқалыпты механизм жүйесін құру мемлекеттік маңызды іс болып табылады.

Авторлық құқық қорғау субъектілері – туындының авторлары, мұрагерлері және құқық иеленушілері болып табылады.

ҚР «Авторлық құқық және сабақтас құқықтар туралы» заңының, авторлық және сабақтас құқықтар саласындағы қатынастарды реттеуші басқа да зандар нормаларын қадағаламай, туындыны пайдаланған жеке немесе заңды тұлға авторлық және сабақтас құқықтарды бұзушы болып табылады.

ҚР «Авторлық құқық және сабақтас құқықтар туралы» заңында бекітілгендей, авторлық және сабақтас құқықтарды бұзғаны үшін Қазақстан Республикасының заңдарына сәйкес азаматтық, қылмыстық және әкімшілік жауаптылық туындайды.

«Авторлық құқық дегеніміз – бұл жай ғана құрғақ сөз, жансыз ұғым емес, ол әрбір өнерпаздың, сөз зергерінің, ғалымның, өнертапқыштың жүрегінде тұратын қасиетті түсінік. Ол – өнер мен әдебиетті, ғылымды өмірінің мәніне айналдырған адамның тіршілік етуіне қажетті табыс көзі болумен бірге оның кісілік келбетін (менін), рухани жан дүниесін танытатындықтан бұл ұғымның аясы өте кең. Меншіктің бірде-бір түрі санаткерлік меншікпен шендесе алмайды, өйткені ол уақыт тезінен тозбайтын, ешқашан көнермейтін қазына, халықтың болмысын, рухани қуатын танытатын қазына. Сондықтан оны өз елімізде де, өзге ортада да қорғай білсек, біздің елдігіміздің мәні, мемлекетіміздің қуаты арта түсер еді» [4].

Әдебиеттер

1 Оразалинов С. «Авторды қорғау – руханиятты қолдау». – Алматы: Жеті жарғы, 2000.
2 ҚР Азаматтық кодексі. Жалпы бөлім. 125-бап.
3 Авторлық құқық және сабақтас құқықтар туралы ҚР заңы. – Алматы: Жеті жарғы, 2006. 9-бабы, 2-тармағы.
4 Оразалинов С. «Авторды қорғау – руханиятты қолдау». – Алматы: Жеті жарғы, 2000.

References

1 Orazalinov S. «Avtordy qorgau – rukhaniyatty qoldau». – A.: Zheti zhargy, 2000.
2 QR Azamattyk kodeksi. Zhalpy bolim. 125- bap.
3 Avtorlyq qyqyq zhane sabaqtas qyqyqtar turaly QR zany. – A.: Zety zhargy, 2006. – 9-baby, 2-tarmagy.
4 Orazalinov S. Avtordy qorgau – rukhaniyatty qoldau. – A.: Zheti zhargy, 2000.

ӘОЖ 070 (574)

Н.Б. Есхуатова

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, журналистика факультеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail: nazim081976@mail.ru

Медиа дизайн негіздері

Бұл мақалада мадиадизайн туралы жалпы түсінік беріліп және Қазақстандағы, бүкіл әлемдегі дизайнның, шрифттердің шығу тарихы баяндалған. Медиадизайнның міндеттері және принциптері көрсетілген. Баспасөздің типологиялық белгілері негізгі түрлерге бөлінеді, олар: объективтік, объективтік-субъективтік, субъективтік. Сонымен қатар автор газеттің жалпы архитектурасы туралы сөз қозғайды, бұл – медиадизайн үшін ең маңызды мәселелердің бірі.
Түйін сөздер: медиа дизайн, баспасөздің типтік белгілері, газеттің архитектурасы.

N.B.Eskuatova

Basics of Media Design

This paper presents the general concepts of media design, a brief history of the origin of design and fonts in the world and Kazakhstan. Presented tasks, responsibilities and principles of media design. Typical signs of periodicals, which are divided into basic types: objective, subjective and objective-subjective. The author also writes about the general architecture of the newspaper, which is important for media design periodicals.
Key words: media design, typical signs of periodicals, the architecture of the newspaper.

Н.Б. Есхуатова

Основы медиа дизайна

В данной статье представлены общие понятия о медиадизайне, краткая история происхождения дизайна и шрифтов в мире и Казахстане. Представлены задачи, обязанности и принципы медиа дизайна. Типовые признаки периодической печати, которые делятся на: объективные, объективно-субъективные и субъективные. Также автор пишет об общей архитектуре газеты, что немаловажно для медиа дизайна периодической печати.
Ключевые слова: медиа дизайн, типовые признаки периодической печати, архитектура газеты.

Медиадизайн дегеніміз жалпы айтқанда: жоба, сурет, нобай мағынасын білдіреді [1]. Біздің ойымызша, ол – әсемдік заңына, эргономика және бионика заңдарына негізделіп, формаларды адамның антропометриясына арнап қалыптастыру философиясы. Дизайнның тарихы XIX ғасырдың ортасында Лондондағы Дж. Пэкстонның арнайы салған шыны ғимаратында өткен I халықаралық өнеркәсіп заттарының формаларын сұрыптауға арналған көрмеден басталды. Осы тұста атақты Джон Рескин мен Уильям Морристің дизайнға арналған ғылыми теориялық және тәжірибелік еңбектері де жарық көрді. Сонымен қатар 1907 жылы дүниежүзінің жартысынан көбін электр құралдарымен қамтамасыз ететін Германия Электр ассоциациясы шығаратын заттардың әрленуіне баскөз болу үшін әйгілі қол өнер шебері, сәулетші Питер Бернс директор болып тағайындалып, бірінші дизайн маманы және мамандығы пайда болды десек, біздің тұжырымның негізі дұрыс болады. Содан кейін 1918 жылы Германияның әсем өнер ордасы болып саналатын Веймарда атақты «Баухауз» атты дизайнерлердің жоғары мектебі ашылғаннан кейін дизайнерлік білім кең өріс алды. Бірақ осы өнердің тарихын

дуниежүзін елеңдеткен белгілі бір кезеңдермен ғана сабақтастырсақ, тағы қателесуіміз мүмкін.

Баспа ісі Қазақстанға Батыс Еуропадан келді. Орта ғасырларда готикалық шрифтер кең тараған, ал Қазақстанда Ресей (кириллица) шрифтері қолданылды.

XIX ғасырдың екінші жартысында «Түркістан уалаятының және Дала уалаятының газеттерінде» антиква және азаматтық шрифтер пайдаланылды.

Сонымен қатар қазақ газеттерінде /«Қазақ», «Садақ», «Қазақстан» және т.б./ Ахмед Байтұрсынов енгізген араб графикасы /жадит – қазақтың 9 төл фонемасы ә,қ,ғ,ң,і,ө,ү,ұ,h/ пайдаланылды оған дейін бүкіл қазақ газет журналдарында араб графикасы /хадис/ пайдаланылды [2].

Медиадизайнның қызметі, міндеттері және принциптері:

– көркемдеу қызметі «қалып» жүйесімен атқарылады;

– «оқырман» жүйесінің бір-бірімен маңызды арақатынасы.

Көркемдеу қызметінің нақтылы түрлері:

– ақпаратты бейнелі түрде көрсету;

– түсіндіру қызметі немесе идеологиялық тұрғыдан көрсету;

– мәдениетті тарату/эстетикалық/;

– релаксациялық /рекреативті/.

Функциялар қажеттілікпен іскерлікпен астасып жатыр.

Әрлендірудің міндеттері:

– материалдардың мағынасын толық ашуға қызмет етеді;

– қабылдауды жеңілдету;

– оқырманның назарын басқару қызметі /назарын басқа жаққа аудару және т.б./.

Түрлерді жасайтын факторлар – барлығы үшеу:

1) ішкі;

2) сыртқы;

3) жекеше.

Кез келген басылым келесі жағдайлардың ықпалымен қалыптасады:

– оқырман аудиториясының ерекшелігіне байланысты;

– құрылтайшының мүмкіндігіне сәйкес;

– баспагердің қызметіне сай.

Егер де газет немесе журнал ықпалдылыққа не тәуелсіздікке таласатын болса, олар, ең алдымен оқырман аудиториясын және басқа факторларға бет бұрады. Бұл сипатты типті қалыптастыратын факторлар деп атайды.

Мерзімді басылымдардың типті қалыптастыратын белгілері келесі түрлерге бөлінеді:

– объективтік;

– объективтік-субъективтік;

– субъективтік.

Объективтік:

– қоғамдық-экономикалық формацияға байланысты;

– қоғамның түріне байланысты;

– әлеуметтік-экономикалық жағдай және елдегі экономикалық ситуацияға (тарауының ареалы) байланысты;

– ақпараттық рыноктың конъюктурасына сәйкес;

– оқырман аудиториясының спецификасы немесе ерекшеліктеріне байланысты;

– технологиялық фактор ақпараттық-технологиялардың деңгейі, композициялық және полиграф техникалардың мүмкіндіктеріне сәйкес;

– халықаралық факторлар (басқа елдердің БАҚ-тардың ықпалы).

I. Объективтік-субъективтік:

– мақсатқа байланысты;

– басылымның экономикалық-құқықтық сәйкес моделіне (құрылтайшымен келісімшарттың ерекшеліктеріне сәйкес, редакцияның жарғысына сәйкес және т.б.);

– басылым түріне (қоғам-құқықтық, көңіл көтеретін басылым және т.б.);

– этикалық-мамандық стандарттарға сәйкес;

– ақпарат берудің сипаттамасы (объективтік, субъективтік, баға беру және т.б.).

II Объективтік-субъективтік:

– авторлардың құрамы;

– мақсатты аудиторияға сәйкес;

– ішкі құрылымға байланысты (тақырыптар, мәселелер, айдарлар және т.б.);

– материалдардың жанрлары және оларды беру түрлері;

– жарнаманың берілуі;

– материалдардың жағрафиясына байланысты.

III Объективтік-субъективтік:

– тіл мен стиліне байланысты;

– дизайнның ерекшелігіне сәйкес;

– көлеміне байланысты;

– таралымына байланысты;

– мерзімділігіне байланысты.

Субъективтік:

– менеджерлердің қызметіне сәйкес;

– журналисттердің көрсетуіне байланысты;

– редакторлардың қабілетіне байланысты;

– техникалық қызметкерлердің жұмысына байланысты;

– дизайнерлердің қызметіне байланысты;

– полиграфисттердің білгірлігіне сәйкес;

– тіпті, оқырмандардың (белсенділігі мен шығармашылыққа қатысуы) квалификациясы немесе білімділігінің деңгейі де белгілі рөл атқарады.

Дизайн – ағылшын тілінен аударғанда: – жоба, сызу, ұйғарым, сурет.

Оның мақсаты – оқырманға материалды көрсеткен кезде, оны логикалық байланысты және анық түрде қабылдауын қамтамасыз етуі.

Газеттің архитектурасы:

– газеттің құрылымы, оны безендірудің принциптері, шрифтерін, айдарларын таңдау және т.б. Бұған келесі факторлар жатады:

– газетті безендіру;

– газеттің дизайны;

– «газеттің графикасы».

Газеттің верстқасы:

– газеттердің беттерінен терілген жолдардан, тақырыптардан, суреттерден макетке сәйкес құрастырылған технологиялық процесс.

Газеттер мен журналдардың графикасы:

– контурлық сызықтардан, штрихтерден, лактардан, ақ парақтан тұратын сыртқы безендірілу. Бұндай жағдайда қарама-қарсы үйлесімділік болуы шарт.

Композициясы:

– материалдарды біріктіріп құрастыру. Композиция газет пен журналдардың ақпараттың саясатына, түрлеріне, дәстүріне, мазмұнына тікелей байланыста болуы шарт.

Композицияның екі түрі болады: басылымның композициясы және графикалық композиция.

Газет пен журналдың композициялық-графикалық моделі келесі факторлардан тұрады:

– мазмұны мен тақырыптан;

– материалдардың атауынан;

– материалдардың құрылымынан;

– материалды берудің ерекшелігі мен ұйымдастырудың түрінен;

– материалдарды графикалық түрде көрсету.

Газет пен журналдардың бет-бейнелері:

– ішкі және сыртқы белгілері және ерекшеліктері арқылы идеялық және тақырыптық мүмкіндіктерді көрсетіп, газеттің жеке графикалық ерекшелігі анықталады.

Газет пен журналдардың бейнесі:

– безендірушілер мен типографтардың орта шығармашылығы, оның ішінде мазмұны мен ішкі құрылымы. Полиграфиялық мүмкіндіктерді пайдалана отырып графикалық ерекшеліктерді көрсету.

Беделдік пікірге сүйенсек: «дизайнды жасаған кезде міндетті түрде басылымның түрін ескеру керек!» [3]

Газеттер мен журналдардың дизайндары жасалынған кезде келесі талаптарды ескеру, басқаларға ұқсамайтын басылымның ерекше бейнесін жасау қажет. Егер де эксклюзивтік дизайн жасаймын десеңіз, онда әдістердің фирмалық банкісін жасау қажет.

Бұл жағдайда келесі факторлар өте маңызды екені есте болуы керек:

1) бәсекелестікке төтеп бере алу;

2) эстетикалық тұрғыдан алғанда нағыз маманның жасаған верстқасы мен макетінде газет пен журналдардың беттеріндегі ою өте нәзік және әдемі болып көрінеді.

Бұл жағдайда технологиялық факторлар өте маңызды болып табылады. Қазақстандағы мерзімді басылымдар 1990 жылдардың басынан компьютерлік технологиялық негізінде шыға бастады.

Верстқалар редакциялық компьютерлерде жасалынды, ал типографияда басу үшін не пленка (калька), не верстқаның файлы (дискеттерге, дискілерге түсіріліп байланыс жүйелерімен) жіберілді.

Электрондық-лазерлық терімдер басылу мүмкіндіктерін жоғарылатты, жеке персоналды компьютерлердің уақыты келді. Жай ғана компьютерлер емес, бүкіл автоматикалық орындарының жүйесі қолданыла бастады. Мысалы: кіргізудің құрылымы автоматтандырылған сканерге қосылған лазерлық принтерлер, байланыс арналарындағы басу құралдары редакцияның бөлмесінде видеотермалдық құрылымы қосылған ЭВМ және лазерлық принтерлері мен қоса орнатылады. Верстка жасау үшін үш клавишті оптикалық манипулятор қойылды, оны электронды «мышь» деп атайды. Бұл сияқты

бағдарлама, А2, А3, А4 форматты беттерде верстка жасау үшін арналған.

Келесі жасалынатын операциялар: ақпаратты енгізу, редакциялау, түзету – оның бәрін оператор дисплейдің экраны арқылы жүзеге асырады. Верстканың бағдарламасы бойынша: мәтінді колонкаларға орналастырады, сызықтарды сызады, әртүрлі геометриялық фигураларды жасайды, олардың үстіне мәтінді орналастырады, жалпы көріністі жасайды және фотосуреттерді әртүрлі конфигурацияда орналастырады.

Әдебиеттер

1 Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий. – СПб., 2006. – С.17.
2 Әбілқасымов В. Алғашқы газеттерінің тілі. – Алматы, 1971.
3 Глазычев В.Л. О дизайне. – М., 1970.

References

1 Tulupov V.V. Dizain periodicheskih izdaniy. – Sankt-Peterburg, 2006.
2 Abilkasimov B. Algashki Kazakh gazetterinin tili. – A., 1971.
3 Glazichev V.L. O dizaine. – M., 1970.

УДК 655.4

Л.И. Мухамадиева

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Республика Казахстан, г. Алматы
E-mail: Larissa_2300@mail.ru

Перспективы подготовки специалистов в сфере редактирования деловой документации

Статья посвящена проблемам и перспективным возможностям изучения редактуры деловой документации будущими издателями в комплексе редакторских курсов. Автор изучает особенности учебно-методических подходов к освещению данной темы, подготовки различных типов документов, а также анализирует этапы работы над текстом документа и виды правки.
Ключевые слова: документ, деловые коммуникации, редактор, стилистика, служебная документация, логические основы редактирования, техника правки.

L.I. Mukhamadieva

Prospects of training of specialists in the sphere of editing of business documentation

Article is devoted to problems of teaching of the section on editing of business documentation. The author studies features of educational and methodical approaches to illumination of this subject, preparation of various types of documents, and also analyzes problems and perspective possibilities of studying of this aspect in a complex of editorial courses.
Keywords: document, business communications, editor, stylistics, office documentation, logical bases of editing, technician of editing.

Л.И. Мухамадиева

Іскерлік құжаттарды редакциялайтын мамандарды дайындау

Мақала редакторлық курстар кешенінде іскерлік құжаттарды редакциялаудың мәселелері мен болашақтағы мүмкіндіктерін зерттеуге арналған. Автор осы тақырыпты толықтыра баяндау мақсатында түрлі құжаттарды дайындауға оқу-әдістемелік тұрғыдан қарап, құжат мәтіндерімен жұмыс және оларды түзету тәсілдерінің кезеңдерін талдайды.
Түйін сөздер: құжат, іскерлік коммуникациялар, редактор, стилистика, қызметтік құжаттар, редакциялаудың логикалық негіздері, түзету техникасы.

Редакторские дисциплины являются ведущими в комплексе профессионально ориентированных дисциплин, читаемых в процессе подготовки студентов, обучающихся по специальности «издательское дело». Редактирование изучает профессиональные приемы работы редактора в ходе подготовки текста к печати. Основная цель редакторских курсов – познакомить будущих издателей-редакторов с методическими основами анализа и редактирования различных типов изданий, привить практические навыки работы над текстом, обеспечивая тем самым высокий профессиональный уровень будущих специалистов.

Задачи курсов – овладение методикой целостной правки текста, выработка у студентов умения добиваться оптимального соответствия формы и содержания произведения его коммуникативно-целевой установке, обеспечения логической четкости, композиционной стройности и фактической достоверности излагаемого материала. Курсы по редактированию опираются на основные положения дисциплины «Теория и методика редактирования», посвященной изложению теоретико-методологических аспектов редактирования, и связаны с курсом «Стилистика и редактирование», базируются на материале

учебников и учебных пособий по стилистике русского языка и редактированию, а также статей и монографий А.Э. Мильчина, К М. Накоряковой, Н. М. Сикорского, В.И. Свинцова, М.Д. Феллера, Р. Г. Иванченко, З. В. Партыко, казахстанских ученых Г.В. Ким, Г. Булгаковой, О.Б. Алтынбековой и др.

В связи с расширением деловых коммуникаций особую актуальность и перспективность приобретает подготовка специалистов в сфере создания и редактирования корреспонденции и деловой документации. В конечном итоге, любая область человеческой деятельности сопряжена с оформлением деловых бумаг. От того, насколько точен, краток и ясен будет по содержанию документ, зависит во многом успешное решение важных вопросов, затрагивающих различные аспекты профессиональной и личной жизни.

Умение правильно составлять документы высоко ценится в современном информационном мире. Вопросы профессиональной компетенции такого рода специалистов рассматриваются в рамках подготовки издателей-редакторов. Новые технологии обработки документов и традиционные формы деловой переписки, подвергнувшись явлениям стандартизации, в ряде случаев приобрели вид «застывшего» стандартизованного текста, что в определенной степени упрощает редактуру. Хотя знание общих требований к написанию деловых документов – это лишь поверхностная часть изучения курса по редактированию деловой документации. Проводить редакторскую правку документа может только тот, кто хорошо ориентируется в не только стандартных правилах составления и оформления документов, а также в различных вариантах классической схемы расположения элементов делового письма. Композиционная стройность документа определяется не только последовательностью изложения содержания и расположением материала. Во многом она зависит от характера и объема сведений, включаемых в документ.

В первую очередь редактору необходимо знать ту область науки, производства, бизнеса, культуры, с которой связано содержание редактируемого материала. Во-вторых, редактор должен владеть нормами литературного языка, знать методику и технику литературной правки деловой документации. К сожалению, только вторую часть задач в полном объеме можно решить в условиях вузовской издательской подготовки. Первая часть, если у работника нет соответствующей квалификации, то приходится осваивать самостоятельно.

В большинстве случаев в практике делопроизводства тексты документов редактируются самими составителями документов или их референтами, которые, безусловно, должны обладать навыками авторедактирования, читать текст чужими глазами. Им в помощь создаются краткие курсы обучения, комплекты нормативной документации по оформлению и ведению деловой и коммерческой переписки, пособия и тренинги по налаживанию деловых коммуникаций с зарубежными партнерами. На этом уровне также могут быть востребованы специалисты редакторского профиля.

Работа с текстами официально-делового стиля занимает важное место в системе подготовки будущего издателя-редактора. На лекционных и практических занятиях раскрываются понятия документа как средства закрепления информации, служебного документа как совокупности разных видов документации, рассматриваются виды текстов (таких, как линейная запись связной речи, трафарет, анкета и таблица). По фактору адресации документы разделяют на внутреннюю и внешнюю деловую переписку. «Внутренняя деловая переписка ведется между должностными лицами, подразделениями одной организации, учреждения. При этом адресант и адресат состоят в отношениях должностного соподчинения. Документацию этого типа называют служебной. Внешняя деловая переписка ведется между разными организациями, учреждениями, должностными и частными лицами, не состоящими в прямом подчинении по отношению друг к другу. Документы, которыми обмениваются организации называют официальными письмами. По содержанию и назначению выделяют распорядительные, отчетные, справочные, плановые и другие виды документов, каждый из которых характеризуется общностью требований, предъявляемых к содержанию и языковому оформлению документов» [1].

В этой сфере особо значимыми являются проблемы унификации и стандартизации. Как отмечает Рябинина Н.З., автор Настольной книги редактора и корректора деловой литературы: «Главная задача стандартизации в издательском

деле – установление единых требований к издательской продукции на всех этапах ее создания и выпуска, к терминологии, оформлению документации, к отдельным типам и видам изданий…» [2].

Понятие «служебный документ» включает в себя распорядительные (постановления, распоряжения, решения, приказы), организационные (уставы, положения, инструкции) и информационно-справочные документы (справки, рекламные объявления). В рамках каждого документа возможна дальнейшая дифференциация текстов в соответствии с более частными задачами, решаемыми их составителями.

Служебные документы относятся к официально-деловому стилю, поэтому в центре внимания тексты официального стиля, цель которых – регулирование государственных, социальных, служебных, деловых и личных отношений людей. Большинство текстов официального стиля существуют в письменной форме – акты, законы, постановления, уставы, инструкции, приказы, доверенности, объявления, заявления, докладные, накладные и т. д.

Наиболее общими свойствами текстов официального стиля считаются точность, однозначность формулировок, не допускающих инотолкования, информативность, безличность изложения, стандартность, компактность структуры текста, унифицированность языковых средств, отсутствие эмоциональности и экспрессивности. В основном, сфера функционирования официального стиля – это управление, право, делопроизводство.

Редакторская практика Казахстана диктует новые требования для специальных дисциплин в образовании издателей-редакторов, в частности, необходимость актуализации раздела «Редактирование деловых и служебных документов». Сегодня это направление разрабатывается в рамках общего курса по методике редактирования научно-технических и официальных изданий.

Основные этапы, на которых строится обучение:

формирование у студента целостного представления о назначении, структуре и методах редактировании деловой документации;

ознакомление с основной терминологией дисциплины;

совершенствование ранее приобретенных студентами знаний и умений по морфологии, синтаксису, лексике и практическая реализация приобретенных знаний при редактировании текстов.

План освоения раздела по редактированию деловой и служебной документации предполагает традиционное сочетание лекционной формы обучения с лабораторными занятиями, а также использование студентами учебной, научной и справочной литературы. Студенты применяют и совершенствуют полученные знания, умения и навыки во время редакторской практики.

Материалы для практических занятий подбираются в соответствии с темами и направлены на закрепление теоретических знаний и приобретение навыков редакторской работы с текстами. Задания предназначены как для аудиторной, так и для домашней работы студентов, вопросы – для самоконтроля. Прежде чем приступить к правке, студенту необходимо внимательно прочитать задание и не только исправить ошибки в предложенном тексте, но и ответить на поставленные вопросы.

В рамках курса, как правило, рассматривают два раздела «Стилистика делового общения» (включает темы: «Формы делового общения (устного/письменного) и языковые нормы», «Специальная лексика и терминология», «Официально-деловой стиль», «Справочные издания по русскому языку и практической стилистике», «Орфография и морфология с элементами практической стилистики», «Синтаксис с элементами практической стилистики») и «Редактирование деловых и служебных документов» (состоит из следующих тем: «Основы организации деловой документации», «Техника редактирования служебных документов», «Основные этапы редактирования элементов текста», «Виды правки сложных нестандартизированных писем»).

Как справедливо отмечают исследователи данного направления: «При рассмотрении темы «Техника редактирования служебных документов» нужно понимать, что для того чтобы отредактировать текст или документ, недостаточно знать или соблюдать орфоэпические, лексико-фразеологические, морфологические, синтаксические нормы, необходимо знать основные законы логики и придерживаться их. При составлении и редактировании служебных документов необходимо знать основные требования, предъявляемые к доказательствам и определениям как особым формам мышления, и придерживаться их» [3].

Создавая текст документа, нужно добиваться логической четкости, последовательности изложения, обусловленности переходов, поэтому редактору необходимо знать законы логики.

По закону тождества предмет мысли в пределах рассуждения должен оставаться одним и тем же. Соблюдение этого закона позволяет избежать неопределенности, некорректности рассуждений.

Согласно закону противоречия два высказывания, одно из которых нечто утверждает о предмете, а другое отрицает то же самое в том же предмете, не могут быть одновременно истинными. Например: *Самых высоких показателей среди бригад добилась бригада Сорокина. Не менее высокие показатели у бригады Никонова.* Лучшие результаты могут быть только у одной бригады. Из двух высказываний одно неистинно [4].

В соответствии с законом исключенного третьего из двух противоречащих друг другу суждений одно истинно, а другое ложно, и между ними не может быть среднего, третьего суждения, которое было бы истинным в то же время. Нарушение этого закона может дисквалифицировать весь документ.

Следуя закону достаточного основания, мы признаем суждение истинным или ложным, если для этого есть достаточные основания, то есть доказана истинность положений. На этих законах логики основана техника аргументации любого положения. Логических ошибок можно избежать, критически оценивая смысл каждого слова, каждого определения и доказательства.

Этапы работы над текстом документа сформулированы во многих руководствах и пособиях по созданию и оформлению делового документа.

Первый этап – внимательно прочитать текст, не внося никаких исправлений. Можно записывать свои замечания на отдельном листе, указывая страницу документа. На этом этапе идет ознакомление с материалом и выработка плана работы.

На втором этапе работы над текстом документа проверяется верность изложенных автором документа сведений, продумывается, достаточен ли фактический материал или нужны дополнительные сведения, проверяются цитаты, ссылки, библиографические данные. Существенные замечания на этом этапе работы редактор обсуждает с автором документа.

Третий этап работы над текстом документа включает внесение исправлений в текст, проводится стилистическая правка текста.

Замечания автору пишутся на полях или на отдельном листе. Вставки вписываются между строк или на полях. Текст, переносимый с одной страницы на другую, обводится цветным карандашом и сопровождается пометами (например, *со стр. 4; на стр. 10*). Эти пометы обводятся линией.

Все выбрасываемые или заменяемые слова зачеркиваются одной чертой.

Корректурные знаки должны соответствовать ГОСТу.

Заключительный этап работы над текстом документа предполагает распечатку выправленного текста, вычитку, передачу подготовленного текста автору на подпись.

Знание этапов работы над деловым документом упрощает его редактирование. Виды правки зависят от того, какие изменения вносятся в текст при редактировании.

В зависимости от степени вмешательства редактора в текст различают: правку-вычитку, правку-сокращение, правку-обработку и правку-переделку.

Правка-вычитка предполагает сличение распечатанного текста с отредактированным вариантом, принятым в качестве образца. Текст документа приводится в соответствие с нормами орфографии и пунктуации; устраняются произвольные сокращения отдельных слов; обеспечивается графическое и лексическое единообразие элементов текста документа; унифицируются заголовки в таблицах и тексте.

Правка-сокращение позволяет избавиться от излишних сведений, повторов, малосущественного материала и используется для упрощения сложных синтаксических конструкций; при превышении заранее установленного объема документов.

Правка-переделка применяется, если автор некорректно или неумело излагает мысли.

Правка-обработка – это комплексный вид правки, включающий анализ, проверку и тщательный отбор фактического материала; улучшение композиции документа; языковую правку текста; проверку правильности внешнего оформления документа и наличия в документе всех необходимых реквизитов.

При редактировании деловой документации используют корректурные знаки. ГОСТ 16 347 – 76 «Знаки корректурные». ГОСТ 7.62 – 90 Знаки для разметки оригиналов и исправления корректурных и пробных оттисков. Общие требования. Наиболее часто используемые знаки приведены в пособиях Рахманина Л. В., Абрамович А. В., Лазаревич Э. А. [5].

Таким образом, можно констатировать, что в сфере редактирования деловой документации накоплена солидная методологическая база, разработаны эффективные практикумы, что позволяет в рамках существующих образовательных программ подготовить квалифицированных специалистов.

Современные деловые коммуникации невозможны без умелой переписки, грамотного оформления необходимых документов, предельно четко написанных писем, правильно изложенных (однозначно интерпретируемых) законодательных актов, информативных электронных посланий. Умение составить текст официального письма, коммерческое предложение, ответить на запрос во многом определяет эффективность работы любой организации в целом, определяет ее имидж и культуру. В связи с этим одной из актуальных задач вузовского образования становится, в рамках овладения обучающимися языковой, лингвистической, коммуникативной компетенциями, формирование и совершенствование культуры делового письма.

Литература

1 Конспект лекций «Межкультурная и межъязыковая коммуникация». – М., 2012.
2 Рябинина Н.З. Настольная книга редактора и корректора деловой литературы. – М., 2004. – С. 25.
3 Моисеева О.В. Основы редактирования текстов и реферирования информации. – Воронеж: ВГПГК, 2008. – 27 с.
4 Рахманин Л.В. Стилистика деловой речи и редактирование служебных документов. – М., 1988. С. 174.
5 Абрамович А. В., Лазаревич Э.А. Практикум по литературному редактированию. – М., 1974.

References

1 Abstract of the lectures “Cross-cultural and Interlingual Communication”. – M., 2012.
2 Ryabinin N. Z. Reference book of the editor and proofreader of business literature. – M., 2004 . Page 25.
3 Moiseyev O. V. Bases of editing of texts and information summarizing. Voronezh: VGPGK, 2008. – 27 with.
4 Rakhmanin L.V. Stylistics of business language and editing of office documents. – M., 1988. Page 174.
5 Abramovich A. Century, Lazarevich E. A. Workshop on literary editing. – M., 1974.

ӘОЖ 7-02

Ұ.Ә. Сапарбаева

«Сырдария» университеті, Қазақстан Республикасы, Жетісай қ.
E-mail: Uldana.taxa@mail.ru

Бейнелеу өнері шығармалары арқылы оқушыларға эстетикалық тәрбие беру жолдары

Өнер – эстетикалық тәрбие берудің басты құралы. Себебі бейнелеу өнері адамның рухани дамуы мен дүниетанымының қалыптасуына әсер етеді, балаларға бейнелеу өнері арқылы шығармашылық іс-әрекеттерді ұйымдастыру, бағыт- бағдар беру жоспары ұсынылады.
Түйін сөздер: ұлттық мәдениет, өнер, эстетикалық тәрбие, шығармашылық.

У.А. Сапарбаева

The ways of acsthic education by fine art compositions

The definion of thtorttical bases of aesthetic education of the schoolchildrtn on intial classes by means representation creativiny is consioltrtd in this article.
The baser teashing art it is developed pupil`s intention of thinking, memorizing of what have seen, creative imagination, arfisfic inclination, humanehess and feeling of beauty and cerfainly this feabure intenence to developing person`s character.
Teacher need determine kinds of art lessons (illustrate with looking, illustrate on the theme, arts and craffs) or habit degree of acbivity and competence extracurriculum work.
The bases of completely teaching art comes from necessity of teashing art togethet other jubjecfs.
Key words: national culture, art, esthetic education, creativity.

У.А. Сапарбаева

Пути эстетического воспитания учащихся посредством произведений изобразительного искусства

В статье расматривается определение теоретических основ эстетического воспитания учеников начальных классов посредством изобразительного творчества.
Цель эстетического воспитания детей – организация художественно-эстетической работы, направленная на формирование способности и правильного восприятия искусства и красоты жизни, выражение эстетических понятий, развитие творческой способности.
Эстетическое воспитание осуществляется с помощью искусства, а в его содержание должно входить обучение разным видам искусства – литературе, музыке, изобразительному искусству. Эффективной стороной эстетического воспитания считается познание красоты природы и души человека.
Ключевые слова: национальная культура, искусство, эстетическое воспитание, творчество.

Эстетикалық білім жеке тұлғаның үндестікті дамуы үшін дәстүрлі халық өнері мен кәсіптік өнерді ажырамас бірлікте қарайды.Ұлттық мәдениеттің жандануы мен әрі қарай халық өнерінің дәстүрлерін жаңғырту болып табылады. Көркемдік эстетикалық білімнің мазмұны мен бейнелеу өнері ұлттың өзін-өзі тануына, әлемдік және ұлттық тарихи-мәдени мұраларға құрметпен қарауға тәрбиелейді.

Эстетикалық тәрбиелеудің мәні балалардың өнер мен өмірдегі әсемдікті дұрыс түсініп, толық түрде қабылдау қабілеттіліктерін қалыптастыруға бағытталған әртүрлі көркемдік-эстетикалық әрекеттерін ұйымдастыру, эстетикалық ұғымдарын, түсініктерін, мәнерлерін қалыптастыру, өнер саласындағы олардың талаптары мен шығармашылық дарындарын дамыту.

Эстетикалық тәрбиелеу өнердің көмегімен жүзеге асырылатындықтан, оның мазмұны оқушылардың өнердің әр түрлері мен жанрларына – әдебиетке, музыкаға, бейнелеу өнеріне үйретуді қамтуы қажет. Эстетикалық тәрбиелеудің маңызды жағы адамның түрі мен мінез-құлқындағы және өмірмен табиғаттағы әсемдікті тану болып табылады.

Эстетикалық тәрбиелеу мазмұнының маңызды жағының бірі – оқушыларды өзіндік дамытуға бағыттау болып табылады. Осы дамудың қандай жақтарын ол қамтуы керек? Ең алдымен, оқушыларда эстетикалық қажеттіліктерді өнер саласында, қоғамдағы шығармашылық құндылықтарға қол жеткізуді қалыптастыру қажет.

Эстетикалық тәрбиелеу мазмұнының маңызды элементтерінің бірі оқушыларға көркемдік қабылдауды дамыту болып табылады. Бұл қабылдаулар эстетикалық құбылыстардың кең аясын қамтуы керек. Сонымен қатар оқушыларды табиғатта да, өнерде де қоршаған өмірмен адамдардың мінез-құлқындағы әсемдіктердің барлығын қабылдауға үйрету керек.

Эстетикалық тәрбиелеудің ең басты құрамдас бөліктерінің бірі – шындықты көркемдік бейнелеу мәселелері бойынша өз пайымдауын (көзқарастарын) жеткізе білумен және өнерді түсінумен байланысқан білімдерді меңгеру. Бұған оқушылардың өнердің әр түрлілігімен жанрын осы шындықты бейнелеудің еркешеліктері туралы ұғымдар мен түсініктерді қалыптастыру, өнер туындыларының мазмұндары мен адамгершілік-эстетикалық бағыттарын таңдай білуді жетілдіру жатады.

Эстетикалық тәрбиелеу мазмұнында ерекше орынды әсемдікті қабылдау және күйзелулермен байланысқан көркемдік мәнерді қалыптастыру алады. Оқушыларды нағыз өнер туындыларының әдемілігі мен көркемдігін сезінуге, көркемдік таңдаушылық көрсетумен, сонымен бірге мәдени мінез-құлықты көтеруге деген ынтаға үйрету керек.

Эстетикалық тәрбиелеудің маңызды құрамдас бөлімдерінің бірі – оқушыларды көркемдік шығармашылыққа бейімдеу, бейнелеу өнері, әдебиет пен музыкаға деген олардың қабілеттіліктері мен бейімділіктерін дамыту. А. Н. Толстой әр балаға көркемдік шығармашылыққа деген әртүрлі мұқтаждық бар, олардың тәрбие мақсатында дамытып, қолдану керек деген пікір айтқан[1].

Эстетикалық тәрбиелеудегі өнердің маңыздылығы ешқандай күмән туғызбайды, өйткені ол оның мәні болып табылады. Өнердің тәрбиесінің негізгі тәсілі ретіндегі ерекшелігі өнерде адамның рухани байлығы, шығармашылық тәжірибесі қоюланып, жинақталған. Адамдар өнердің әртүрлі көркемдік шығармаларында аяғы, соңы жоқ үнемі дамып отырған қоғамдық өмір мен табиғатқа деген өздерінің эстетикалық қарым-қатынастарын көрсетеді.

Өнерде адамның рухани дүниесі, оның сезімі, мәнері мен идеалдары көрініс табады. Өнер өмірді тануға үлкен материал береді. Суретші өнердің дамуының негізгі бағытын анықтай отырып, кез келген адамға үлкен әсерленушілік күшпен әсер етіп, оған үнемі өзінің өмірдегі орны мен үлесі туралы ойлануға мәжбүр ететін көркемдік бейнелерге салуында көркемдік шығармашылықтың құпиясы жатыр .

Өнер құбылыстарымен кездесу адамды бірден рухани байытпайды немесе эстетикалық жағынан бірден дамытпайды, бірақ эстетикалық күйзеліс тәжірибесі көпке дейін сақталады да адам әр уақытта әсемдікпен кезедескенде сезінген таныс әсерін қайта сезінгісі келіп тұрады.

Адамның өнерге деген белсенді, жігерлі, шығармашылық қатынасы, өнердің өзінің сапасына, адамның жеке өзіндік қабілеттеріне, оның рухани күш-жігері мен оның көркемдік білім деңгейіне де байланысты.

Баланың әртүрлі даму сатысындағы өмірлік тәжірибесі соншалықты шектелгендіктен, балалар тез арада жалпы ортадан эстетикалық құбылыстарды бөліп алуды тез үйреніп кете алмайды. Мұғалімнің міндеті баланың өнерден рақат алу қабілеттілігін тәрбиелеу, эстетикалық қызығушылығы мен мұқтаждықтарын дамыту, оларды эстетикалық мәнер, одан кейін идеал дәрежесіне дейін жеткізу.

Мектептің міндеті – оқушылардың эстетикалық даярлығын қамтамасыз ету, оларды үлкен өнер дүниесіне енгізіп, қоршаған ақиқат дүниені танудың іс жүзіндегі құралы ету, адамгершілікті жетілуімен ойлауын дамыту.

Эстетикалық тәрбиелеуді қоршаған шындықтағы – табиғаттағы, қоғамдық өмірдегі, еңбек пен өнер құбылыстарындағы, әдемілікті мақсатты түрді қабылдау, сезу мен дұрыс түсіну қабілеттілігін тәрбиелеу ретінде анықтайды.

Шындық пен өнерге деген баланың эстетикалық қарым-қатынасын қалыптастырудан басқа, эстетикалық тәрбиелеу, олардың жан-жақты дамуына да үлес қосады. Эстетикалық тәрбиелеу адамның адамгершілігін қалыптастыруға ықпал етеді. Оның қоғам, табиғат, дүние туралы танымдарын кеңейтеді. Балалардың әртүрлі шығармашылық еңбектері олардың ойлауы мен елестетуін, еркі, табандылығы, ұйымдасқандығы мен тәртіптілігін дамытуға ықпал етеді.

Өнердің тәрбие құралы ретіндегі ерекшелігі, өнерде адамның шығармашылық тәжірибесі, рухани байлығы қоюланып, шоғырланған.

Балалардың шындықпен өнерге деген эстетикалық қарым-қатынастарын қалыптастырудан басқа,эстетикалық тәрбиелеу жан-жақты дамуға да үлес қосады. Эстетикалық тәрбиелеу адамның адамгершілігін қалыптастыруға, оның дүние, қоғам мен табиғат туралы танымдарын кеңейтуге ықпал етеді. Балалардың әртүрлі шығармашылық білімдері олардың ойлауы мен елестетуін, еркі мен табандылығын білімділігі мен тәртіптілігін дамытуға ықпал етті.

Эстетикалық тәрбиелеудің міндеті көркемдік және эстетикалық қабылдау қабілеттерін дамыту мен алған білімі негізінде адамға әсерленіп, күйзелуге мүмкіндіктері маңызды заттар мен құбылыстарды эстетикалық бағалауды, олардан ләззат алуды қамтамасыз ететін, әлеуметтік-психологиялық қасиеттерді қалыптастырады.

Бұл міндет балалардың кескіндеме мен тек жалпы білім беру деңгейінде ғана қызығатындығын көрсетеді. Олар асығыс картинаға қарап шығып, суретші мен картинаның аттарын естерінде қалдырады да келесісіне көшеді. Олардың ешқайсысы да балалардың таңғалысын тудырмайды да, туындының мүлтіксіздігі ләззат әкелмейді.

Тәрбиелену эстетикалық шығармашылықты қалыптастырумен байланысқан. Ең бастысы, жеке адамды эстетикалық құндылықтарды жасаушы, тудырушыға айналдыратын, оған дүниенің әдемілігі мен рақаттанып, әдемілік заңдары бойынша қайта құруға ықпал ететін жеке тұлғаның қабілеттілігімен мұқтаждықтарын, қасиеттерін дамытып, тәрбиелеу.

Бұл міндеттердің мәні бала әсемдікті біліп, онымен сүйсініп, бағалап қана қоймай, ол өзі қарым-қатынаста, мінез-құлықта, еңбекте өмір мен өнерде әсемдікті жасауға белсенді қатысуы керек.

Біз қарастырып өткен міндеттер көбіне эстетикалық тәрбиелеудің мәнін жартылай ашып көрсетеді, бірақ біз бұл мәселенің педагогикалық жағын ғана қарастырдық.

Бұл мәселенің педагогикалық жағы мен психологиялық жағы да бар. Мұның мәні эстетикалық тәрбиелеуде балада эстетикалық сана қалыптасады. Эстетикалық сананы психологтар мен педагогтар бірнеше өлшемдерге бөледі, олар эстетикалық тәрбиелеудің психологиялық сәнін көрсетеді және адамның эстетикалық мәдениеті туралы сараптауға көмектеседі. Көптеген зерттеушілер мынадай өлшемдерді атайды эстетикалық мәнер, эстетикалық идеал, эстетикалық бағалау. Баланың өнер құбылыстармен араласу үрдісінде көптеген әртүрлі эстетикалық әсері жинақталады [2].

Өнердің бірнеше түрі бар әдебиет, музыка, бейнелеу өнері, театр, кино, хореография, мүсін өнері, қолданбалы өнер және т.б. Өнердің әр түрлерінің ерекшелігі оның адамға өзінің ерекше көркемдік тәсілдері және материалдарымен ықпал етуінде: сөзбен, дыбыспен, қозғалыспен, бояулармен, әртүрлі табиғи материалдармен. Мәселен, музыка тікелей адамның музыкалық сезіміне бағытталған. Мүсін өнері адамның жан дүниесінің басқа ішектерін қозғайды. Ол бізге дененің көрнекті көлемдегі пластикалық анықтылығын береді. Ол біздің көзіміздің әсем форманы қабылдау қабілеттілігіне әсер етеді.

Өнердің кез келген түрі, жалпы өнер кез-келген жеке адамға арналған, бұл дегеніміз – кез келген адам өнердің барлық түрін түсінуі мүлтігі дегенді болжайды. Бұның педагогикалық мағынасын біз баланы тек өнердің бір түрімен ғана шектеп, дамытуға болмайды деп түсінеміз.

Көркем шығармаларды меңгерудің бірінші сатысына ол санада көркемдік бейнелерді алғашқы шығармашылық жасауды, алғашқы қабылдауды жатқызады. Бұл сатының мәні: балалардың көркемдік шығармаларды алғашқы қабылдауын ойластыру қажеттілігінде. Ол балалардың алғашқы ұйымдықсыз қабылдауында көбінесе оларға түсініксіз және қызықсыз болғандардың барлығы, яғни олардың өмірлік тәжірибесімен көркемдік-эстетикалық дамуының нашарлығымен назардан тыс қалып қоятындығын байқады.

Өнерді оқытудың алғашқы күндерінен бастап, балаға шығармаларды жан-жақтан қабылдату, шығармаға қатысушы талантты қабілеттіліктерін дамыту керек.

Көркем туындыларды ғылыми түсінудің екінші жолы оқушының көркемдік сынды шығармашылық меңгеруге кірісуінде. Көркемдік сынның міндеті – оқырманға, көрермен мен тыңдарманға көркемдік шығармалардың нәтижесінде түсіну.

Көркемдік сын оқушылардың идеялық-тәрбиелік идеалдарын қалыптастыруда маңызды рөл атқаруға арналған. Сындық материал кең түрде оқу үдерісіне енгізіліп, оның органикалық өнімі болуы керек. Бұл сынның тәрбиелік потенциалын тиімді қолдануға, көркемдік туындыларды талдау үрдісіне нағыз ғылыми негізге қоюға ықпал етеді. Іске бұлай кірісу жолы оқушыларға өздерінің бағалауларын, ойларын мамандардың ғылыми-тұжырымдық шешімдерімен салыстыруға, өз кемшіліктерін көруге, сын бағасын қабылдауға немесе сын мен пікір-таласқа түсуге мүмкіндік береді.

Суретші өзі жасаған бейнелер көмегімен өмірдегі ең маңыздыны, елеулі мен қажеттіні көреді де басқаларға көрінбейтін, бірақ та маңыздыны көрсетеді. Суретшіні бейнелі түрде анық көрсете біледі. Суретші мен ашылған бұл түсінік – күрделі де көп сатылы үдеріс.

Оның мәнін терең түсіну, оқушылар түсіну үшін өнер туындыларын таңдап алу шеберлігі мектепте оқу жұмысының формалары мен тәсілдеріне сай өнер ерекшеліктеріне байланысты оларды есепке алу осылардың барлығы балаларға өнер мен әдебиеттің идеялық-эстетикалық тәрбиелік ықпалын көтеру үшін қажет.

Өнер материалы үлкен әсерленушілік потенциалға ие, әсерленушілік ықпал етудің күші ғана бала санасына енуі жолы мен жеке тұлғаның эстетикалық қасиеттерінің қалыптасуы тәсілі болып табылады [3].

Әдебиеттер

1 Эстетикалық мәдениет және эстетикалық тәрбие.А.М. Лабковскийдің редакция басшылығымен. – М.: Просвещение, 1972. – 19-21 б.

2 Лихачев Б.Т. Эстетикалық тәрбие. – М.: Педагогика, 1972 . – 22-24 б.

3 Чукман Е.К. Оқушылардың қабілеттерін дамытудағы өнер рөлі. – М., 1985. – 110-113 б.

References

1 Aesthetics culture and aesthetic education. Under edition A.M. Labkovski. – M.: Education, 1972 y. – 19-21 p.

2 Aesthetic education. Lihachev B.T. – M.: Pedagogics, 1972. – 22-24 p.

3 Role of art in development of abilities of the schoolboys. Chukman E.K. -M., 1985 110-113 y.

ӘОЖ 811.58

Н. Абдраимова, Б. Адилбек

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail: 1985-bota@mail.ru

Қытай тілі фразеологизмдерінің этномәдени ерекшеліктері

Кез келген елдің елдігі мен ұлттық болмысын танытатын әр алуан өнері мен салт-дәстүрі, ұлттық тілдің өзіндік ерекшелігі де бар. Қазіргі кезде әлемдік ұлы державаға айналып отырған Қытай еліне, Қытай мәдениетіне, Қытай қоғамына деген қызығушылық қытай тілін оқып-үйренушілер санын арттырды. Біздің елде де осы тілді үйренуге ниет танытушылар баршылық. Кез келген шет тілін үйренудегі ең маңызды және күрделі мәселе – сол тілдің өзіндік ерекшеліктері мен ұлттық мәдениетін терең түсіне алу қиындығында. Осы тұрғыдан алғанда тілдің байлығына, терең тұңғиық сырлары мен құпияларына, сұлулығына тамсану үшін әр ұлттың өз тілінде өзіне тән бейнелі сөз орамдарына, тұрақты сөз тіркестеріне ерекше назар аудару қажет.
Түйін сөздер: қытай тілі, фразеологизм, дағдылы тіркестер.

N. Abdraimova, B. Adilbek

Features usual expression in the system of modern Chinese language

Each language is idiomatic. It includes, along with the whole expression of the individual words, ready to set phrases, turns of phrase, many of which give the language a national flavor. These units make our speech brighter, more colorful. The word “expression” comes from the Greek «phrasis», so the set phrases of words called set phrases or idioms. This paper identifies and examines the system description of the usual expressions as part of the foundation of modern Chinese idiomatic language and the definition of their place and role in the system of modern Chinese phraseology.
Keywords: Chinese, phrases, phraseology, idiomatic language.

Н. Абдраимова, Б. Адилбек

Особенности привычного выражения в фразеологической системе современного китайского языка

Каждый язык идиоматичен. В его состав входят наряду с отдельными словами цельные выражения, готовые устойчивые словосочетания, фразеологические обороты, многие их которых придают языку национальный колорит. Эти единицы делают нашу речь ярче, красочнее. Слово «выражение» происходит от греческого «phrasis», поэтому устойчивые словосочетания слов получили название фразеологических оборотов или фразеологизмов. В данной статье определяются и исследуются системное описание привычных выражений как составной части фразеологического фонда современного китайского языка и определение их места и роли во фразеологической системе современного китайского языка.
Ключевые слова: китайский язык, привычное выражения, фразеологизм китайского языка.

XX ғасырдың 80-жылдары Қытайдағы лингвомәдениеттану ғылымына жаңа бағыт әкелген диалектолог Иоу Жуцзе және тарихшы, географ Чжоу Чженхының «Диалектілер және қытай мәдениеті» атты кітабы жарияланды. Бұл еңбектің осыған дейінгі ғылыми зерттеулерден басты айырмашылығы – мәдениетаралық коммуникациялар үрдісін қалыптастыру, қытай тілін

© 2013 Al-Farabi Kazakh National University

үйретудің тиімділігін арттыру, мәтін аудару сапасын жақсартумен қатар, мәдениетаралық байланыстарды нығайту мәселелерін зерттеуінде болды. Бұған дейін қытай тіліндегі идиомалардың этномәдени ерекшеліктерін Қытай ғалымдары Бао Хун, Тань Аошуан және Ресей ғалымдары В.А. Мясников, Г.А. Баженов зерттеген. Алайда олардың еңбектерінде қытай тіліндегі фразеологизмдердің этномәдени ерекшеліктерін қарастырмаған. Сондықтан осы мақалада қытай тілі фразеологизмдерінің этномәдени ерекшеліктерін анықтау, олардың құрылымдық жасалуын сараптау және мағыналық толықтыру жолын анықтау басты мақсат етіп алынды.

Әртүрлі ұлт өкілдерінің ұлттық мәдениетінің өзіндік бояуы, ерекшелігі болады. Мәселен, Батыс пен Шығыс халықтарының мәдениеті сан алуан, тіптен, ортақ бір оқиғаны қабылдау мен жеткізуде де үлкен ерекшеліктер сезіледі. Қытай тіліндегі тұрақты сөз тіркестерін саралау барысында, біз олардың ұлттық-мәдени бояуының қанық ерекшелігін, ал кейде басқа тілдердегі фразеологизмдерге ұқсастықтары да бар екеніне көз жеткіздік. Сондықтан оларды зерттеген кезде міндетті түрде лингвоелтану аспектісіне көңіл бөлу қажет. Көп жағдайда, фразеологизмнің негізін құрап отырған елтануға қатысты маңызды мәселелерді білмеу, оның астарлап, бейнелеп жеткізгісі келіп отырған мәнін түсінуге кедергі келтіреді. Тұрақты сөз тіркестері әр елдің тарихына, мәдениетіне, тұрмыс-тіршілігіне, салт-дәстүріне қатысты фактілер, оқиғалар, құбылыстар негізінде қалыптасады. Оларда ономастикалық компоненттер, яғни топонимдер (географиялық жер-су атаулары) және тарихта болған адамдардың аттарымен қатар фантастикалық, мифтік жануарлар, құдайлар, аруақтар, құбыжықтар, әдеби шығармалардағы кейіпкерлер жататын антропонимдер (адамдардың аты-жөндері) көптеп кездеседі.

Мысалы: *Чэн юй*:

势如破竹 – Тікелей аудармасы «Бамбукті кескендей жағдай».

Мағынасы: жеңістен жеңіске жету

Қазақша баламасы: «Өзін зор санап басқаларды қор санау».

心花怒放 – Тікелей аудармасы: «Жанымның гүлдері құлпыра бүр жарды».

Мағынасы: жанның жадырауы, қуану.

Қазақша баламасы:«Қуанышы қойнына сыймау».

拔苗助长 – Тікелей аудармасы: «Енді шыққан балаусаны төбесінен тарту, қолдан өсуге көмектесу».

Мағынасы: Өсірем деп өркенін жұлу.

Қазақша баламасы: «Қылшығын шығарам деп былшығын шығару».

开天辟地 – Тікелей аудармасы: «Жерді жарату, аспанды жарату».

Мағынасы: Тарихта алғаш рет, бұған дейін болмаған.

Қазақша баламасы: «Атам заманнан бері болып көрмеген».

Янь юй:

三人行必有我师 – тікелей аудармасы: «Келе жатқан үшеудің бірі менің ұстазым бола алады».

Мағынасы: «әрқашан өзгеден бір нәрсе үйренуге болады».

远亲不如近邻 – Тікелей аудармасы: «Алыстағы туыс жақындағы көршіге жетпейді».

Мағынасы: Сыйластық, береке-бірлік.

Қазақша баламасы: «Алыстағы туыстан жақындағы көрші артық».

一女不吃两家茶 – Тікелей аудармасы: «Қыз бала екі үйдің шайын ішпейді».

Мағынасы: Жаңа түскен келін екі үйдің шайын бірден іше алмайды. Келіннің некесі екі рет қиылмайды. Қыз тұрмысқа екі рет шықпайды.

Қазақша баламасы: «Тастай батып, судай сіңу».

Сехоуюй:

雨落拖被絮 – 越被越重 – Тікелей аудармасы: «Жауынды күні мақтаны арқалап көтеру, көтерген сайын ауырлайды».

Мағынасы: Баста ми жоқ болса, екі аяққа күш түсер.

Қазақша баламасы: «Ақымақ бас екі аяқтың соры».

寒天吃冷水 – 点点在心头 – Тікелей аудармасы: «Аязды күні суық су ішу, өз дерті өз ішінде»

Мағынасы: «ойланбай әрекет жасау».

Қазақша баламасы: «Ақымақ жауынды күні суға түсер».

Гуаньюнъюй:

虎口里拔牙 – Тікелей аудармасы: «Жолбарыстың тісін қағып алу».

Мағынасы: «қауіпті, қиын күрес».

Қазақша баламасы: «Жолбарыстың жүрегін жұтқан».

下软蛋 – Тікелей аудармасы: «жұмсақ жұмыртқа табу».

Мағынасы: бос, осал, қорқақ, еріншек.

Қазақша баламасы: «Сужүрек, қояндай қорқақ» [4,18б,34б,43б,65б.].

Бұл жерде *гуань юн юй* мен *се хоу юйға* топонимдердің аз кездесуі тән екенін айта кеткен жөн.

Қазіргі кезде қытай тілінің кеңінен таралған жіктемесі қытай тілінің лингвист маманы Ма Гофан (马国凡) ұсынған нұсқа болып есептеледі, ол бес бөліктен тұрады:

Чэньюй (成语, пиньинь: chéngyǔ, тікелей аудармасы: «дайын тіркес») – идиома.

Яньюй (谚语, пиньинь: yànyǔ) – мақал.

Сехоуюй (歇后语, пиньинь: xiēhòuyǔ, тікелей аудармасы: «соңы жұтылып кеткен сөздер») – толық айтылмаған сөз.

Гуаньюнъюй (惯用语, пиньинь: guànyòngyǔ, тікелей аудармасы: «дағдылы тіркес») – фразеологиялық тіркес.

Суюй (俗语, пиньинь: súyǔ, тікелей аудармасы: «жедел айтылған тіркес») – мәтел.

Чэнъюй құрылысында әртүрлі символдық мағыналарды білдіретін сыңарлардың жұптары да жиі кездеседі. 风云 (Fengyun) – жел мен бұлт, соғыс қимылдарын немесе күтпеген саяси толқуларды білдіреді. 风雷 (Fenglei) – жел мен күн күркіреуі төңкеріс, бас көтерулерді, ірі көлемді және үздіксіз шабуылдаушы күштерді сипаттайды.风月 (Fengyue) – жел мен ай және 风雨(fengyu) – жел мен жаңбыр – махаббат істері мен қызықтарын көрсетеді.

Қытай тілінде фразеологиялық бірліктердің ұлттық-мәдени ерекшелігі олардың тарихи тәжірибесі, мәдениеті және дәстүрімен тығыз байланысты. Фразеологизмдер ұлттық мәдениеттің белгілі бір түрлері мен символдарын көрсетіп қана қоймайды, сонымен қатар ұлттық сананың қалыптасуына көмектеседі. Қытай тіліндегі фразеологиялық бірліктер бірнеше ақпараттық блоктан құралған шағын мәтін болып табылады. Фразеологизмдердің образдық негізі әлемнің ұлттық мәдени бейнесін көрсетеді. Олардың ұлттық мәдени ерекшеліктері ретінде бай мәдени коннатацияларды пайдалануын да айтуға болады. Олардың қатарына әртүрлі ономастикалық лексика, ең алдымен, географиялық атаулар, адамдардың, құдайлардың, аңыз және әдеби кейіпкерлердің атаулары жатады. Мысалы, жануарлар мәдени коды тек зоонимдер концептерімен ғана емес, сондай-ақ мифологиялық жануарлармен де бейнеленеді. 凤(Feng) – феникс, 麒麟 (qilin) – мүйізі, қабыршақты сауыты бар мифологиялық аң, 龙(long) – айдаһар және 龟(gui) – тасбақа – төрт рух/құдай, бұлар бақыт пен байлықтың, ұзақ ғұмырдың белгілері. Бұл мифтік бейнелердің символикасын 凤毛麟角(feng mao lin jiao) сирек, бірегей фразеологизмнің семантикасынан көруге болады. 凤(Feng) – феникс және 龙 (long) – айдаһар отбасылық бақыт пен адам өміріндегі қуанышты білдіреді. 鸾 (Luan) – феникс тектес құс және feng – феникс – бақытты сипаттайды. 鹤 (He) – аспан тұрғындарын таситын мифтік тырна, ұзақ ғұмыр символы. Зоонимдер: 狮子 (shizi) – арыстан ержүректікті, қуатты және жауынгерлікті; 豹 (bao) – леопард, қабылан күш пен ержүректікті, ерлікті, тек арыстан мен жолбарысқа ғана жол береді; 牛 (niu) -сиыр еңбексүйгіштік пен көнбістікті (сондай-ақ төзімді, асау, мығым секілді тұрақты сипаттамалары да бар); 马 (ma) – жылқы – үлкен болашақ, сонымен бірге жауынгер, көсем, ержүрек, өжет, тәжірибелі, шыдамды, жылдам, ұшқыр секілді тұрақты сипаттамалары бар; 鸿 (hong) – аққу –үлкен ерік-жігерді; yuan-мандарин үйрек–таза және адал махаббатты, бір-бірін құрметтейтін жұбайларды білдіреді. 鲤鱼 (Liyu) – сазан, тұқы (карп) сөзінің морфемалары 鲤 (li) – кіріс, пайда және 鱼 (yu) – молшылық, тоқтықпен бірдей айтылады, сондықтан «тұқы» сөзі қытай тілінде жағымды естіледі және байлықты, атақты білдіреді. 狗(Gou) – ит – жағымсыз әсер береді, ерте заманнан ит дұшпанмен, жеккөрінішті, төмен адаммен, ең жаман қасиеттері бар кісімен салыстырылған; 狼(lang) – қасқыр, көбінесе бұл аңмен ызақорлық, қатыгездік пен ұятсыздық, опасыздық, қомағайлық, қауіп көрсетіледі; 狐 狸(huli) – түлкі қулық-сұмдықпен, теріс жолға түсірумен байланыстырылады; 猪 (zhu) – шошқа-ауқаттылық пен байлық, жалқаулық, мешкейлік, отбасының еркесі секілді түсініктермен қатысты [3, 230 б.].

Фразеологизмнің құрылымынан өзге этномәдени ерекшеліктерді көрсету амалдарының маңыздыларының бірі – оның семантикасы (сөздің, таңбаның мәні). Қытай фразеологизмдері символдық мәндерге толы, өйткені әртүрлі мәдени кодтардың концептілерінен тұрады: түстерді білдіретін сөздер, өсімдіктердің атауы, аң аттары, табиғат нысандары мен

құбылыстарының атаулары, сан аттары. Бұл кодтар бірқатар концептілерден тұрады, олардың мағыналары қоғам дамуының белгілі бір тарихи кезеңінде қытай халқы қалыптастырған және жүйелеген түсініктерімен тығыз байланысты.

Фразеологизмдердегі бейнелерді таңдаудағы дәлелдің болуы қытай тілінің ұлттық өзгешелігін көрсетеді. Қытай тілінің фразеологизмдерінің өзіндік сипатының болуы әлемді қабылдаудағы ерекшелігіне байланысты. Бірдей тілдік концепт орыс және қытайлықтар үшін өзіндік айрықша мазмұнға ие, бұл фразеологизмдерді аударуда қиыншылық туғызады.

Фразеологизмдер тілдегі ұлттық мәдениеттің белгісі болып табылады, ғалым В.Г. Гактың пікірінше, «фразеологизм – тілдің ұлттық мәдени ерекшеліктеріндегі айрықша көрініс» [Гак 1999, 260]. Этнолингвистика мен лингвомәдениеттанушылардың айтуынша фразеологизмдер мәдени дәстүрлер мен құндылықтардың тілге тереңдеп сіңірудің құралы мен тәсілдерін анықтауға көмектеседі [1999, 15].

Соңғы жылдары әлемдік тіл ұстарту ғылымында фразеологизмдерді зерттеуге ерекше назар аударылуда. Мұндай зерттеулерде адамдар басты объекті болып алынуы кездейсоқ жағдай емес, себебі сол арқылы адамдар қоршаған орта мен өзін-өзі тануға ұмтылуда.

Әдебиеттер

1 汉语成语词典/宋永培的编者 成都四川辞书出版社。2000。– 1136页
2 汉语熟语与中国人文世界/ 崔希亮 北京语言文化 (2006-02出版)
3 Войцехович И.В. Практическая фроазеология современного китайского языка. – М.: Восток-Запад, 2007. – 509 с.
4 Абдурақын Н. «Қытай-қазақ фразеологиялық сөздігі. – Алматы: Қазақ университеті, 2012. – 177 б.

References

1 Seres idioma Dictionary I / Carmen Yongpei editor Chengdu, Sichuan Lexicographical Publishing Domus. MM. – 1136 Page
2 Sayings Sinensis Sinensis et humana mundi / Cui Xiliang Beijing culturae et Language (2006-02 Edition)
3 Voitsekhovitch I.V. Froazeologiya modern Chinese practica lingua. – Moscow: East-West, 2007. – 509 p.
4 Abdurақyn N. “Қytay-Kazak frazeologiyalyқ sөzdigi. – Almaty: Kazakh University, 2012. – 177 b.

ӘОЖ 654.197

Б.Қ. Айтбаева

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail: bakyt89.kz@mail.ru

Жас көрермендер аудиториясының зерттелуі

Мақалада жас көрермендер аудиториясы зерттелген. Теледидар және оның әсері туралы әлемдік зерттеулер негізге алына отырып жазылған. Теледидардың бала тәрбиесіне тигізер кері және оң әсерлері жайлы мағлұматтар берілді. Жас көрермендер аудиториясы тәуелділігіне, қабылдау ерекшеліктеріне қарай топқа бөліп қарастырылды. Телебағдарламалардағы танымдық бағыттың жанрына, пішініне, тілдік арақатынасына, ерекшеліктеріне талдау жүргізу әдістемесі қолданылды. Сонымен қатар теледидардың тәрбиелік, білім беру функциясының мүмкіншіліктеріне кеңінен тоқталды. Ғалымдардың зерттеулерін негізге ала отырып, өзіндік зерттеу жұмысы жүргізілді.
Түйін сөздер*:* жас көрермендер аудиториясы, балалар телебағдарламасы, ғылыми зерттеулер.

B.K. Aitbayeva

Research of audience young terezriteley

In article the audience of young TV viewers is investigated. On the basis of the world researches the analysis of television and its influence is carried out. Researches are presented: positive and negative influence of television on education of children. Audience of young TV viewers are considered and divided into control and dependent groups. Methods of carrying out the analysis of different features of the directions in TV program – genre, format, language, communication are used. Along with it, informative functionality of television is most in detail studied educational. Independent research work on the basis of scientific works of scientists was carried out.
Keywords: audience of young TV viewers, children's TV programs, scientific researches.

Б.К. Айтбаева

Исследование аудитории молодых терезрителей

В статье исследуется аудитория молодых телезрителей. На основе всемирных исследований проводится анализ телевидения и его влияния. Представлены исследования: положительное и отрицательное влияние телевидения на воспитание детей. Аудитория молодых телезрителей рассматривается и разделяется на контрольные и зависимые группы. Используются методы проведения анализа разных особенностей направлений в телепрограмме – жанровые, форматные, языковые, коммуникационные. Наряду с этим наиболее подробно изучаются воспитательные, познавательно-функциональные возможности телевидения. Была проведена самостоятельная исследовательская работа на основе научных трудов ученых.
Ключевые слова: аудитория молодых телезрителей, детские телепрограммы, научные исследования.

Теледидар бүгінгі таңда – қозғалыс, бұл өсу және ең бастысы оның аудиториясының өсуі. Қазіргі кезде теледидардың өрістеу процесі таңғажайып, еріксіз абдыратын тездікпен жүруде.

«Телевизия – адамзаттың тарихи-қоғамдық тәжірибесін кеңінен тарататын аса пәрменді насихат құралы, өнер мен әдебиеттің небір үздік үлгілерін қалың көпшіліктің игілігіне айналдыратын, қажетіне жарататын дәнекер, ғылым-білімнің қайнар бұлағы. Телевизия жас баладан бастап, еңкейген кәріге дейін барша жұрттың сүйіктісі ғой. Көңіл қалдырған кезіңде бер жағымыздан ұрыссақ та, ал шын мәнісінде ішіміз жылып тұрады. Сөйтіп, оны жақсы көрмеу, оның ыстық-суығына күймеу мүмкін

емес», – дейді өзінің «Көгілдір экран – өмір айнасы» атты еңбегінде С. Масғұтов.

Шынымен де, теледидар – өміріміздің ажырамас бір бөлшегі. Теледидар үнемі қозғалыста. Бірақ біз оны байқамаймыз. Теледидар – бізбен бірге өмір сүретін өнер. Ол қазіргі кезеңде жай ғана үйде болып жатқан процестерге қосылған. Оның өзі ғана – біздің өміріміздің белсенді бастауы.

Ең бастысы теледидар – бала тәрбиесіне, оның ой-өрісінің дамуына ықпал етуші аса пәрменді құрал.

Балаларға арналған бұқаралық ақпарат құралдарына деген маңыздылық, бүкіл әлем бойынша айтарлықтай артып келеді. Мұнда ерекше рөл теледидарға тиесілі. Бұл балаларға арналған телебағдарламаларды жасаушы және тәрбиелеу процесіне қатысушы журналистерге үлкен жауапкершілік жүктейді. Осы мәселеге байланысты балалар аудиториясы, бұл ортада жұмыс істейтін психологтардан, педагогтардан және социологтардан қызығушылықпен және ықыласпен зерттеуді талап етеді.

Теледидар балалардың өмірінде едәуір орын алуда. Бұған байланысты балаларға тәрбие мен білім беруде оның әртүрлі функциясы маңызды, осыған орай, теледидардың рөлін ұғынуға қажеттілік туындайды.

Жапонияда ұзақ уақыт бойы мектепте оқыту және теледидар арқылы оқыту мәселесі бойынша зерттеу жүргізілген.

Эксперименттік жолмен алынған растаулар: бұл оқыту әдісі оқытылатын тақырыптың деңгейі мен сапасына әсер етпейді. Бұл дегеніміз, тәрбиелік көзқарастар бойынша, теледидар мен мектепте балаларды оқытуда айтарлықтай өзгешелікті жоюға көмектеседі. Балаларды мәжбүрлеп оқытуға қарағанда, теледидар бағдарламаларын өз еркімен көрген бала көп нәрсені есте сақтап қалады екен.

Балалар бағдарламалары – әлем бойынша қабылданған термин. Жас көрермендер аудиториясына бағытталып, бағытталған бағдарламалардың жүйесі ескеріледі. Мақсаты – жеткіншектерге жан-жақты тәрбие және білім беру. Формасы – қызықты болу. Балалар телехабары алуан түрлі хабарларды қамтиды: ақпараттық, публицистикалық, ғылыми-танымдық, оқыту, сондай-ақ ойын, көркемдік, документальдық.

Әлем бойынша, жас көрермендер аудиториясына қатысты көптеген зерттеулер жүргізілген.

Ең алғаш Г.В. Абросимов өзінің «Особенности современной советской периодики для детей» кандидаттық диссертациясында жас көрермендер мен бұқаралық ақпарат құралдарының қарым-қатынасы аясында зерттеу жүргізді.

Г.А. Галочкина телевизиялық журналистиканың теориялық мәселесін толықтыру негізінде зерттеді. Мұнда теледидардағы балаларға арналған барлық бағдарламалар қамтылмаған. Тек оның зерттеу объектісі телевизиялық хабарлардағы жастар мен жас-өспірімдер жөніндегі мәселелер болды.

Ғ. Ыбыраева «Республикалық теледидардағы балалар хабарының типологиясы» атты кандидаттық диссертациясында қазақ теледидарындағы балалар хабарының тақырыптық, жанрлық және балаларға арналған хабарлардың басқа да ерекше құрылымын зерттеді.

Нью-Йорк университетінің қызметкерлері философия докторы Роберт Либерт, философия докторы Джон Нил және доктор Эмилия Дэвидсон «Ранное окно в мир: влияние телевидения на детей и юношество» еңбектерінде балалар психологиясын, сонымен қатар еліктеу арқылы оқыту проблемасын және теледидардың әсерін зерттеп, соның нәтижесінде фактілер мен статистикалық материалдарды талдады. Авторлардың пікірінше, теледидардан көрсетілген зорлық-зомбылық екі түрлі жолмен әсер етуі мүмкін. Біріншіден, жылдам және тікелей реакция туғызады. Екіншіден, ақырындап баяу әсер етеді. Болған жайтты көрермен есінде сақтап кейін қолдануы мүмкін екендігін анықтаған.

Коллинс пен Уэлман балалардың есте сақтау және танымдық қабілеттерін зерттеді. Авторлар теледидардың балалар үшін жақсы не жаман екендігіне қорытынды жасамайды.

Жас көрермендер телебағдарламаларға тәуелділігіне қарай төрт топқа бөлінеді:

1-көрермендер, қиял-ғажайыпқа бағдарланған;

2-шындыққа бағдарланған;

3-топ теледидарға өте қатты берілгендер;

4-топ қызығушылығы тұрақты емес, теледидарға қызығушылығы аз. Алты жастағы балалар 2-ші топта аз болады, бірақ он жаста айтарлықтай көбейеді екен. 3-16 жас аралығындағы балалар көп уақытын теледидар

алдында өткізеді. Балалардың көпшілігі теледидарды күнделікті көреді. Жасы келе теледидарға қызығушылығы азаяды.

Теледидардағы тәрбиелік функция нәтижесі екі негізгі факторға тәуелді:

1. Өнер туындысын ұсынушыларға (көрермен, тыңдармандарға не ұсынады, қалай ұсынады).

2. Көрермен, тыңдармандардың қабылдауына (қабылдауға қаншалықты дайын).

Психолог ғалым М. Семенюктің де көзқарасы осындай, ол бұл факторларды сыртқы және ішкі деп бөледі. Сыртқы фактор хабардың идеялық-көркемдік дәрежесіне, мазмұнына байланысты. Ішкі шарты – балаларды шығармашылық және жалпылама психологиялық қабылдауға, мәдени телебағдарламаларды көруге дайындау.

Негізгі факторлардың бірі, теледидардың тәрбиелік тапсырмасы: жас ерекшелігіне қарай балалардың жеке дамуын тіркеу және олардың қажеттілігін зерттеу.

Жас ерекшелігіне орай негізгі төрт топқа бөлінеді:

Мектеп жасына дейінгі балалар.

Төменгі сынып оқушылары.

Жасөспірім.

Жоғарғы сынып оқушылары.

3-7 жас аралығындағы балалар үшін, ең бастысы, ойын. Бала барлық танымдық дүниелерді ойын түрінде меңгереді. Мектеп жасына дейінгі балалардың есте сақтау қабілеті көрнекі сипатқа ие, әсіресе олар нақты материалдарды жақсы қабылдайды. Бұл жаста танымдық даму процесі – қабылдауы, есте сақтауы, ойлауы, шығармашылық қабілеті қарқынды дамиды. 3-7 жастағы балалардың сезімталдығы ойлау жүйесінен де күштірек болады. Сонымен қатар олардың музыкалық қабілеті ерте қалыптаса бастайды. Бұл музыкалық-репродуктивтілік деп аталады, яғни бала музыкаға мән беріп, оны есіне түсіре алады. Бұл уақытта сәбиді көруге және көрнекілік құралдарды, яғни суретші өз шығармашылығында қолданатын: жарық, түс, түс үйлесімділігі, форма және композицияны үйретудің маңызы зор. Сондай-ақ баланың әдеби қабілетінің дамуы да өте маңызды. Осы жаста олардың әдемілікке және тіл байлығына деген қабілеті оянады. Сондықтан балаға ертегілер оқып, шағын театрлық қойылымдар жасау қажет.

Төменгі сынып оқушылары үшін ойын маңыздылығын жоғалтады. Бұл уақытта рухани қабілеті, ойша жұмыс істеу қабілеті қалыптасады. Осы кезден бастап оқу қызметінің маңызы артады.

Жасөспірімдік шақта қоғамдық-пайдалы қызметтер, оның барлық түрлері: еңбек, көркемдік, қоғамдық, оқу, спорт маңызды.

Балалардың эмоционалды тәрбиесіне бей-жай қарауға болмайды. Психологтардың зерттеуі бойынша балалар 11 жасқа дейін ауыр сезімдерді бастан өткізеді, мысалы, жапа шегу (5-6 жас), ашу, ыза (7 жас), үрей, қорқыныш (9-10 жас), таңырқау (11 жас). Бұл «қайғылы кешен» деп аталады. Сондықтан бұл жас аралығындағы балалар ерлік салттарды белсенді түрде қабылдайды.

Бүлдіршіндердің өзіндік кейіпкер келбеті болады. Әдемі адам олардың көзқарасы бойынша мейірімді, жақсы, оң кейіпкер. Сыртқы келбеті жағымсыз кейіпкер олардың күлкісін не таңғалысын туғызады. Олардың ішінде тек жақсы таныстарын ғана ұнатуы мүмкін.

Балалардың қабылдау ерекшеліктеріне қарай: ер бала және қыз бала болып бөлінеді. Ер бала жанрлардың ішінде оқиға, күтпеген жағдай, қауіп-қатерлі әрекет негізінде құрылған фильмдерге көп мән береді. Ал қыз бала мелодрамаға қызығушылық танытады.

Жасы ұлғая келе теледидардағы ақпараттық-танымдық және қоғамдық-саяси көзқарастарға қызығушылық білдіре бастайды. Сондықтан да әр жастағы балалардың психологиясын біле отырып телехабарлар жасалады, бұл олардың қабілетін, қабылдау ерекшелігін, қызығушылығын дамытады және педагогикалық және көркем тәрбие беруге негізделеді.

Теледидарда әлеуметтік жүйе ретінде орын алатын функциялар – идеологиялық, ақпараттық, тәрбиелік, білім беру, рекреативтік, т.б. Балаларға арналған әрбір телебағдарлама тәрбиелік процесте өзіндік функцияға бөлінеді: ғылыми-танымдық, адамгершілік-тәрбиелік.

Баланың ойы мен қиялы үшін мүмкін емес ешнәрсе жоқ, сондықтан олар ертегі, миф, аңыздарды оңай қабылдайды. Олар үшін шындықтан қиял әлеміне өту қиын емес, мұндай жетістікке мектеп жасына дейінгі балалар мен төменгі сынып оқушылары ие. Ойын жағдайында берілген телебағдарламалар балаларға өмірдегі мәселелерді шешуге, ойлануына деген мүмкіндік.

Теледидар тәрбиенің әртүрлі аспектілеріне және мектеп оқушыларына білім беруде айтарлықтай әсер етеді.Теледидар және радиода балаларға арналып берілген оқыту және тәрбиелік хабарлардың ықпалы салыстырмалы түрде зерттелді. Онда радиоға қарағанда, теледидар арқылы берілген хабарларды балалар есінде ұзақ және жақсы сақтайтындығы дәлелденген.

1985 жылы Ұлыбританияда зерттеу жүргізілді, оның басты сұрағы, «Теледидар балаға жалпы мәлімет қорын бере алады ма немесе басқа құралдармен салыстырғанда білім алу мүмкіндігін тежейді ме?». Зерттеудің нәтижесі бойынша ақпараттық телебағдарламалар бала-көрерменнің білімін кеңейтеді. Мысалға американдық «Улица Сезам» бағдарламасы келтірілген. Ғалымдардың пікірінше, дәл осы бағдарлама оқыту теледидардың бастауына септігін тигізді. Бағдарламаны шамамен 8 миллион бүлдіршін тамашалаған. «Улица Сезам» көрсетіле бастағаннан кейін, теледидар балалар білімінің деңгейін жоғарылатады деген тақырып аясында зерттеулер пайда бола бастады. Түсінік бойынша «оқыту теледидарының» екі түрлі жоспары бар: бір жағынан, бұл ерекше хабар тарату аймағы, ал екінші жағынан, қазіргі оқыту құралы.

Балалар теледидары – бұл балалардың тікелей атсалысуымен құрылған біртұтас процесс және балалар аудиториясына қызмет істеу болып табылады.

Балалар мен жасөспірімдердің аудиториясына бағытталған теледидарға қойылатын талаптар:

оның ең басты мақсаты – енжар емес, белсенді ұрпақ өсіру;

балалар теледидары әрбір сәби үшін шығармашылықтың бастауы ретінде дамуы қажет. Егер кішкентай көрерменге өзінің фантазиялық нұсқасын ұсынатын болса, онда ол форма және мазмұны жағынан ашық, қызықты болуы керек;

комплекстік арнайы жасалынған хабарлар, жасөспірімдер үшін қиындық туғызатын әлеуметтік мәселелерді талдай білуіне жағдай жасауы қажет. Мұндай хабарлар қызықтыратын, жалғасы бар болғаны жөн, тек қана балаларға арналған емес, сондай-ақ ересектерге арналып, телеэкранның арғы жағынан отбасылық әңгіме өршуі керек;

телемәтіннің жанрлық құрылымы ширақ болуы қажет;

теледидардың техникалық мүмкіндіктері ескерілуі керек.

Психологияның белгілеуінше, экрандағы әртүрлі «кереметтер» бүлдіршіндердің жүйке жүйесіне зиян.

Вашингтон университетінің ғалымы Фредерик Циммерман 1500 баланы (3 жастан 12 жасқа дейін) бақылай келе, теледидарды төрт сағаттан аса қарайтындардың бұзақы болу ықтималдығы 30 пайызға артатындығын дәлелдеген. Одан тыс, ересектер арасында да күнұзағына теледидар көретіндер бұзақылық әрекеттерге бару етек алыпты.

Көршілес Ресей елінде тек қана балалардың мүддесіне қызмет ететін арнайы бірнеше телеарна бар. Онда көрсетілген бағдарлама, мультфильм, кино болсын кез келген өнім тек балаларға арналған. Соған қарамастан бұл елдің көптеген мамандары бала психикасына тигізетін кері әсерін айтып дабыл қағуда. Олардың айтуынша, баланың денсаулығына теледидардың зияны үлкен. Экраннан жиі жылжып өтетін қанық әрі түрлі түсті картиналар оның көзіне, ал түрлі бейнелердің лезде ауысуы олардың иммундық жүйесіне кері әсер етіп, жүрек пен мидың жұмысын жеделдетіп, баланың бір нәрсеге деген назар аударуын төмендетеді дейді.

Бұқаралық ақпарат құралдары, әсіресе оның ішінде теледидар ересектерден гөрі балалардың өмірінде елеулі орын алатындығын ресейлік ғалым А. Журин зерттеген. Онда Ресей балаларының ақпарат құралдары өнімін пайдалану дәрежесі жан-жақты баяндалады. Сонымен қатар 1992-1999 жылдар аралығындағы әртүрлі жүргізілген зерттеу жұмыстары нәтижесінде бұқаралық ақпарат құралдарының ішінде теледидардың алдыңғы орынға шыққаны көрсетіледі.

Сондай-ақ А. Журин зерттеу барысында өте маңызды тағы бір мәселеге көз жеткізген. Мысалы, балалардың ақпарат құралдарына риясыз сенетіндігі, яғни журналистердің бұрыс ақпарат беруіне негіз жоқ деп есептейтіндігі. Аталған деректерге сүйенсек, жеткіншектерді тұлға ретінде қалыптастыру барысында бұқаралық ақпарат құралдары белсенді құрал болады деуге толық негіз бар. Бірақ ғалым бұл әрекеттің кейбір жағдайда кері ықпал тигізетінін де естен шығаруға болмайтынын ескертеді. Ресейде жүргізілген сауалнаманың нәтижесі: сұралғандардың 67 пайызы теледидар

бағдарламалары балалар мен жасөспірімдерге кері әсер етеді деп есептейді. Тек 14 пайызы теледидар жастарға оң ықпал етеді, яғни нақты өмірге бейімделген еркін де бастамашыл адамдарды тәрбиелейді деген пікірде. Ал сауалнамаға қатысқандардың 13 пайызы электронды БАҚ-тың Ресей жастарының адамгершілік қасиеттеріне кері әсер етіп отырғанын сезінбейтінін айтады.

Теледидардың ықпалын жиырма бес жыл бойы зерттеп келе жатқан Дафна Лемиш өзінің «Жертвы экрана. Влияние телевидения на развитие детей» атты кітабында бұл мәселелерді жан-жақты қарастырған. Теледидар адамдардың өмірінде күшті ықпалға ие болғандықтан, ең бірінші өзінің қызметіне үлкен жауапкершілікпен қарауы тиіс. Оның айтуынша, теледидардан беріліп жатқан зорлық-зомбылықтың ықпалынан бұрын мынадай факторлар алға шығады: баланың жеке мінездемесі, тегі және отбасының өмірлік тәжірибесі. Сонымен қатар бала теледидардың жағымды және жағымсыз ықпалына да душар болады.

Балаларға қатысты әртүрлі зерттеу пайымдары болғанымен, балалар дүниежүзі қоғамдарындағы осал мүшесі болып табылады деген ортақ көзқарас бар: физикалық тұрғыдан әлсіз, олар қорғауға, тәрбиеге зәру, өмірлік тәжірибе мен білім жеткіліксіз, олар үлкендерше ойламайды және оларға әлеуметтік және экономикалық ресурстар жеткіліксіз.

Осы ғалымдардың зерттеулерін негізге ала отырып, өзімнің зерттеу жұмысымды жүргіздім. Зерттеу нысаны – төрт жасар Сырым есімді ер бала. Менің мұндағы ең басты мақсатым бала теледидардан беріліп жүрген телебағдарламалар мен мультфильмді қанша уақыт көреді және оған қаншалықты әсер етеді. Сырым күнделікті таңғы сағат 8-ден түскі сағат 3-ке дейін «31 арнадан» және «ОРТ» телеарнасынан берілетін шетелдік мультфильмдерді қарайды. Ал өзіміздің отандық мультфильмдерді кездейсоқ кездескен жағдайда ғана көреді. Телебағдарламалардан көбіне «Еркетайды» тамашалайды. «Қазақстан» телеарнасынан «Құйыршық» мультфильмі берілді. Сырым бұл мультфильмді қызыға тамашалап, өз қызығушылығын білдірді. Мультфильмдегі кейіпкерлердің сөзін қайталап қосылып айтып отырды. Мәселен, ата мен әженің кішкене балаға мынау шалбар, мынау аяқ киім, мынау бас киім деген киім атауларын және мынау шаңырақ, уық, кереге сынды киіз үй құрылысын үйрету мақсатында айтылған сөздері.

Балалар теледидардан көргендерін есінде ұзақ уақыт сақтайды деген тұжырым бойынша бірнеше күн өткен соң Сырымнан «Құйыршық» мультфильмінен үйренген киіз үй құрылысын сұрадым. Ол сұрағыма еш мүдірместен жауап берді. Осылайша, ғалымдардың зерттеуін өз тәжірибеме қолдандым.

Жалпы, ғалымдардың зерттеу нәтижесі әртүрлі. Бірі теледидардың пайдасын айтса, бірі зиянын айтады. Демек, теледидардың пайдасы да, зияны да болғаны. Теледидардың балаларға зиянды тұстары әсер етпеуі үшін зерттеулердің нәтижесін ескере отырып, өз практикамызда қолданған жөн. Балалар телебағдарламаларын осы зерттеулер аясында жасаған абзал. Себебі теледидар және біз – біргеміз.

Әдебиеттер

1 Медведева О.А. Телепрограммы для детей гионоличества: тематика, визуальная структура, особенности восприятие.

2 Альфара Сурайа. Телевещание Сирии для детей и проблемы его воспитательной образовательной деятельности в период с 1961 по 2006 гг. – М.: Диссертация, 2006. – 163 с.

3 Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ: учебное пособие. – 2-е изд., доп. – М.: Изд-во «Моск. Ун-та», 2004. – 400 с.

References

1 Medvedeva O.A. «Teleprogramma dlya detey gionolichestva: tematika, visual·naya struktura, osobennosti vospriyatie»

2 Al·fara Suraya. «Televeshchanie Sirii dlya detey i probiemy ego vospitatel·noi obrazovatel·noi deyatel·nosti v period s 1961 po 2006 gg.» – M.: Dissertatsiya, 2006. – 163 s.

3 Kuznetsov G.B. «Tak rabotayut zhurnalisty TB: Uchebnoe posobie» – 2-e izd., dop. – M.: «Izd-vo Mosk. Un-ta», 2004. – 400 s.

UDC 316.77

E. Alim

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty
E-mail: elmira.alim@gmail.com

«The use of PSA's (Public Social Announcements) in financial literacy programs: the experience of Kazakhstan»

This article provides an insight into recent trends in the communication strategies used in improving financial literacy in Kazakhstan. One of the pressing problems in many transition countries is widespread financial illiteracy among its population. The great complexity of some financial instruments has contributed to a poor understanding of financial and other risks. This article assesses the effectiveness of public social announcements (PSA's) and the media in enhancing financial literacy in Kazakhstan. Elmira Alim has done a thorough analysis of statistical data that shed light on the improvement in the levels of financial literacy among the population.
Keywords: financial literacy, PSA (public service announcements), Kazakhstan.

Э. Әлім

PSA's-ті (Қоғамдық әлеуметтік хабарландырулар) сауаттылық қаржы бағдарламаларында пайдалану: Қазақстан тәжірибесі

Бұл мақала оқырманды Қазақстанда қаржылық сауаттылықты арттыруға бағытталған коммуникациялық стартегиялардағы соңғы тенденциялармен танысуды ұсынады. Халықтың қаржылық сауатсыздығы транзиттік кезеңдегі мемлекеттердің өзекті мәселелерінің бірі болып табылады. Кейбір қаржылық құралдардың күрделілігі қаржылық тәуекелдіктердің нашар түсінілуіне әкелді. Бұл мақала әлеуметтік жарнама мен басқа медиаларды қолданудың қаржылық сауаттылықты көтерудегі тиімділігін бағалайды. Автор статистикалық деректерге халықтың қаржылық сауаттығын көтеру бойынша қабылданған шаралардың өнімділігін айқындайтын талдау жүргізді.
Түйін сөздер: қаржылық сауаттылық, PSA (коммуналдық қызмет көрсету хабарландырулары), Қазақстан.

Э. Алим

Использование PSA's (Общественные Социальные Объявления) в финансовых программах грамотности: опыт Казахстана

Данная статья предлагает читателю ознакомление с последними тенденциями в коммуникационных стратегиях, направленных на повышение финансовой грамотности в Казахстане. Одной из острых проблем многих транзитных государств является финансовая неграмотность населения. Сложность некоторых финансовых инструментов привело к плохому пониманию финансовых рисков. Данная статья оценивает эффективность применения социальной рекламы и других медиа в повышении финансовой грамотности. Автор провела анализ статистических данных, который проливает свет на продуктивность предпринятых мер по повышению финансовой грамотности среди населения.
Ключевые слова: финансовая грамотность, PSA (объявления коммунального обслуживания), Казахстан.

The decision to take a bank loan is often made spontaneously, without any analysis of the proposed options and settlement payments. In times of economic growth such rushed decisions may lead to financial difficulties, but in times of economic crisis they can lead to a financial disaster. According to a research done by the Institute for Policy-Making in Kazakhstan (Kapital, 2011), nearly half of the population (45.7%) – has a loan. Throughout the country, most of the population, who have taken loans

from banks spend 20% to 40% of their family budget on its repayments. As a result, about one-fifth of the population who own bank loans spend most of their wages (40% – 92% of their income) on credit repayments [1]. Another research done by Centr Finansovogo Planirovania revealed that more than half of respondents who have experience in the use of loans are only willing to renew them only in cases of emergency (54.5%) [2].

The problem of financial illiteracy in recent years has reached a global scale. Governments in many countries, including Kazakhstan, widely implement national educational programs to improve financial literacy. However, despite all efforts, the problem of financial illiteracy remains unresolved. The existence of a large number of seminars, training courses, consultancies, and special websites does not bring the desired effect. Only a small portion of the society know of their existence and are interested in raising their knowledge levels. Most of implemented government programs aimed on improving financial literacy are based on providing information through various mass media. However, program developers should not forget about specific mechanisms of persuasion that urge people to start using available information in practice. As noted by Annamaria Lusardi, a leading American expert on financial literacy: "We need to move away from this simple view that if you provide information people will act on it" [3].

To be most effective all initiatives for raising financial literacy need publicity or public service announcements (PSA's). PSA's have previously encouraged people to stop smoking, not use drugs and to maintain cleanliness of the streets. However, there haven't been any recent examples of PSA's with a message urging to save money in Kazakhstan.

The influence of PSA's on the effectiveness of financial education programs is an under-researched area. Despite the gradual increase in the use of PSA's in financial literacy programs in countries like UK and USA, the evaluation of their effectiveness is often ambiguous [4]. The reason for this is insufficient media placement of PSA's. Also, there is no clear method of evaluating the effectiveness of public social advertising that takes into account the diversity and multidisciplinary thematic areas of financial literacy. Despite this, experts acknowledge the impact that PSA's may have on financial literacy levels of people. William Gale and Ruth Levine: "An overarching public information campaign could play a key role in promoting financial literacy, by providing a credible, timely, comprehensive, and continual information on the key issues" [4]. The positive influence of public social advertising if also explored in the works written by international experts like Richard Earl and Rice Atkin and Russian experts – Gyuzella Nikolayshvili, Alla Kovaleva, Evgenyi Stepanov, Natalia Gribok

Financial literacy has a significant impact on human welfare, quality of life and economic development. Programs to improve financial literacy are meant to teach people how to manage money to their best advantage. All programs are created and implemented by the government. PSA's primarily serve the interests of the government – around a single mission – to change the behavioral patterns in society. Despite this, in post-communist countries PSA's are almost never used to educate the public about the importance of financial literacy.

The author posits the following hypothesis: "Financial literacy programs are ineffective without the inclusion of PSA's in its strategy." Therefore, this article attempts to answer the following questions: How effective are the existing programs in improving financial literacy? How has the proposed knowledge on financial literacy helped people cope with the consequences of the financial crisis? Why do levels of debt on bank loans remain unchanged despite all the measures taken to combat financial illiteracy of the population? Are PSA's effective measures in improving financial literacy?

This article is divided into two parts. In the first part the author describes the features of public social advertising and its potential influence in raising the effectiveness of programs to improve financial literacy. The second section uses the example of Kazakhstan as an illustration of the fact that financial literacy programs need additional information in the form of segmented high-quality PSA's.

Public social advertising as an alternative way to improve the financial literacy

Public social advertising can be a very important tool for building a culture of financial behavior. Public social advertising is defined as a form of communication designed to attract attention to the most pressing problems of society and its moral values [5]. It is the modern way to spread socially significant, important or useful knowledge, carried out by methods of advertising in the public interest. Therefore, various advertising campaigns need to attract

the attention of citizens with insufficient levels of financial education.

Financial literacy experts have a clear knowledge of financial institutions and their proposed products, when best to purchase them, and understand the consequences of their use. As noted by Constantine Kochmola and Yulia Evlakhova, financial literacy as a concept is divided into three interrelated parts: stance, knowledge, and skills [6].

The first part – stance – is the basis of financial literacy. Stance is the establishment in the minds of people of the understanding that the life cycle of any person includes certain key events for which they must financially prepare. These events include starting a family, birth of children, purchase of an apartment or a house, education of children and retirement. The 'solution' to all these key events today is impossible without the use of money market instruments.

Another important aspect, which prevents the development of the financial activity of the population – is an overall distrust in financial institutions. Overcoming this attitude must be done through persuading people that the existence of these institutions is the norm for any modern society, an integral and functional part of the market.

The second element of financial literacy is essential knowledge and must include: awareness of the importance of inflation, the differences between cash and non cash payments, principles and schemes of the financial market, the nature and functions of financial institutions and instruments, legal and tax rules, the boundaries of responsibility of financial institutions to clients and customers, and some basic knowledge of financial vocabulary.

Finally, financial literacy requires skills: the ability to search and find information about the markets, to monitor key indicators of the market, to read a contract and understand its contents, to compare the offers of different companies, and to file a claim or complaint in cases of consumer rights violation. It is to be able to monitor such developments in financial markets as interest rates on loans and deposits, mutual fund returns, and the cost of insurance products.

A PSA can address the above concepts as it can serve multiple functions. One of the main functions that is noted by public social advertising expert Evgeny Stepanov is attracting attention to the problem [7]. PSA's may also include a warning. The educational function [5] distinguishes social advertising from commercial advertising. Public social advertising informs the public about the problems and methods of overcoming them and also raises the intellectual levels of the citizens. Another important function, which draws the attention of Natalia Gribok is pedagogical [8]. Public social advertising is designed to instill in society a certain behavior and attitude to life like a habit of using seatbelts, avoiding drugs, and keeping the streets clean. Public social advertising encourages people to communicate with parents, care about children, and preserve the culture of their country. Alla Kovaleva [9] highlights the function of "social therapy" – to reassure people who have a problem, and to show that they are not alone with their difficulties. Typically, this involves advertising various social hotlines.

A new public social campaign about managing personal finances and economic and legal literacy which is developed with the participation of leading financial institutions may interest the audience. However, it should be simple and concise and provide specialized information to each social group. A separate series of promotional materials should be developed for students, those who first started to work, unemployed, people who are planning to start a family, pensioners facing serious financial problems and so on.

To be most effective public social advertising should be provided with constant monitoring and evaluation of the whole process. Monitoring is important because some of PSA's about financial literacy are merely a hidden means of advertising by commercial banks. These can be found in banners with illustrations of a family that have inscriptions with tips on managing personal finances. Tips are helpful, but, nevertheless, three of the five such banners end with a hyperlink to the websites of commercial financial institutions.

To avoid these problems the main stakeholder in improving the financial literacy should be the government. Improvement of the financial literacy of citizens is beneficial to the government as it brings economic growth, financial stability, and reduces the social burden on the governmental budget. When an investor will have a clear understanding of what to do with his or her savings the threat to the financial system will decrease. In addition, people will learn to plan their budget, and find ways to provide for themselves with the help of financial instruments.

Programs to improve the financial literacy can be implemented successfully only in partnership of the government, financial commercial institu-

tions and social organizations. As noted by Natalia Parshentseva, public social advertising is ineffective without governmental support. To achieve a long-term effect it is necessary to create a legislative framework and comprehensive programs to address the problem. It is also important to have adequate funding for their implementation and provide monitoring and evaluation of the effectiveness of advertising campaigns. But the main factor is the desire to solve this problem of financial illiteracy. All the links in the chain will close into a logical structure and it would become possible to find a solution [10]. Public social advertising can assist the government in achieving the welfare of its citizens by addressing social issues.

In this case, there must be at least two mandatory principles: public advocates of financial literacy should be only professionals and experts in their field. Moreover, participating banking institutions should not use marketing tools to promote their services.

Public social advertising requires a number of conditions to be in place for project development, namely: a systematic approach to solve the stated problem, and extensive information campaign using many channels of communication. The effectiveness of the public service campaigns will depend on the quality, scale and duration of the project.

A single educational campaign in the media explaining the importance and usefulness of the practical application of key financial instruments related to saving, investing, lending and insurance could make a significant impact on financial illiteracy.

The fight against financial illiteracy in the Post-Communist countries: Kazakhstan's experience

Looking specifically at Kazakhstan as a case study, the financial crisis of 2007 – 2013 has badly hit the consumers who had taken mortgage lending for housing purchases. From 2007 to 2009 banks experienced a significant increase in the loan portfolio in all categories: individuals and legal entities (see Figure 1) with a slight decline in 2010 and 2011. In times of rapid growth in real estate prices and aggressive advertising campaigns by commercial banks, a large number of people took mortgage loans. After the crisis in the real estate market many were unable to make loan repayments (Figure 2). As an example, we can cite the experience of the private entrepreneur Sania Niyazova, who, like many of her colleagues in 2007, has taken a mortgage of 15 years for the purchase of 1-room apartment for 80 000 USD. Monthly payments summed to 1200 USD. Only after some time Sania Niyazova found that during the first year she was only paying bank interest. Whereas, the principal amount has not changed [11].

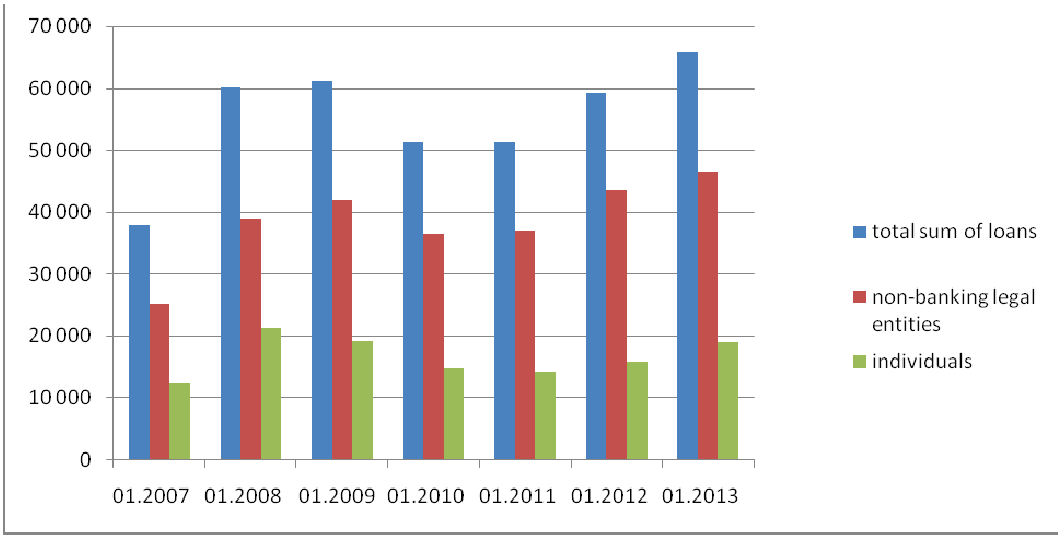


Figure 1. Dynamics of banks' loan portfolio in the second level commercial banks in USD

Source: Financial Markets Supervisory Agency, http://www.afn.kz/en

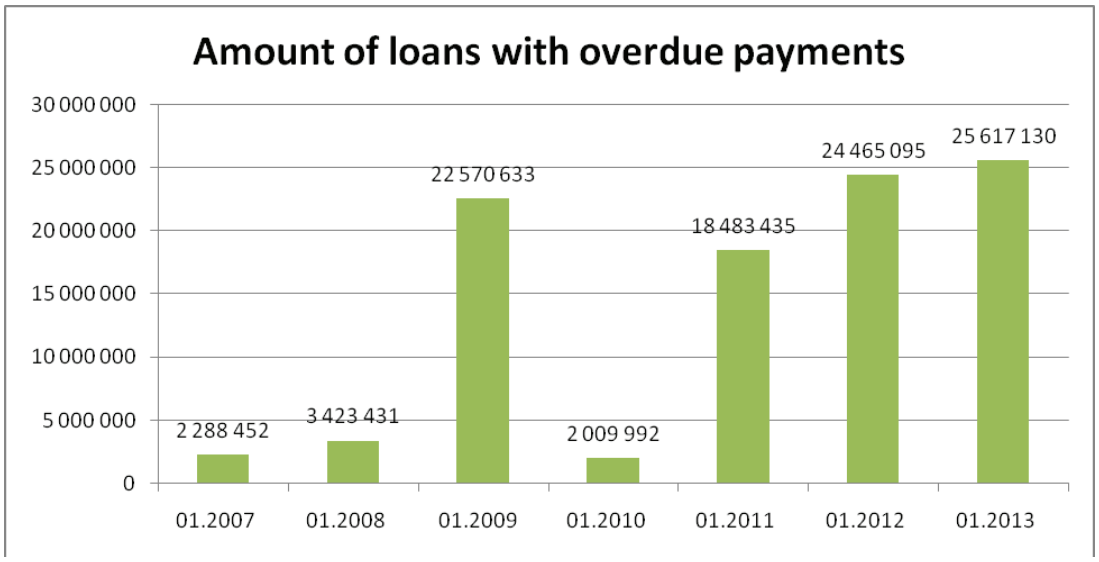


Figure 2 – Dynamics of bank's loans with overdue payment

There are many similar examples. Because of their negligence, many people fell into a negative equity trap where the outstanding mortgage loan was higher than the value of their property. The figure №2 shows that total amount of loans with overdue payments has risen sharply since 2009. Since then, the trend in debt remained unchanged for the last three years.

In such situations, people seek help from the government. Prime Minister Karim Masimov said: "I met with deceived real estate investors, mortgage holders and representatives of various associations. And people express such complains: "why didn't you explain to us that investments in equity construction are dangerous, that the country may face economic stagnation? And now we can't make repayments because we took a bank loan for a purchase of an apartment without reading the contract carefully. Government, help!» [12].

The government is developing various projects to help people who became victims of their own financial illiteracy. But the problem remains and more people continue to get into financial troubles.

For Kazakhstan the issue of improving the financial literacy gained special importance due to the peculiarities of historical development. Throughout 70 years of development in the socialist economic model the communist ideology almost erased any knowledge of even relatively simple financial products and services for the majority of the public. With the transition to a market economy in 1991 most Kazakhs found themselves unprepared for the modern concepts of financial markets and were not able to make the right financial decisions. The situation was aggravated by financial reforms in the early 1990s, through various pyramid schemes and the financial crisis of August 1998. As the former Finance Minister Natalya Korzhova explains: "Much of the population doesn't have basic financial education. And it really limits people's ability to make correct decisions in the field of monetary relations in order to ensure their financial well-being. Moreover, these people are at risk of becoming a victim of various financial frauds and gimmicks. Lack of basic knowledge in the field of investment prevents the inclusion of significant financial assets of the population in economic development. And the mismanagement by citizens of their growing wealth accumulation makes them vulnerable to financial crises that could threaten the stability of the financial system as a whole" [13].

The question of improving financial literacy is particularly relevant for this country. Kazakhstan, like other countries, considers the issue of improving the financial literacy as an important factor in the development and improvement of the country's financial market and the overall competitiveness of Kazakhstan's economy. From 2007 to 2011 the country is implementing a program to increase investment culture and financial literacy of the population of the Republic of Kazakhstan [14]. Measures have been taken to make the provision of information by banks

more transparent. In 2007 Financial Market Supervisory Agency (FMSA) and various financial institutions introduced new rules for commercial banks in disseminating information on the percentages of interest earned on financial products. According to a new legal document banks must notify their clients about the interest rate for the products on verbal and written requests and in all published documents like contracts and advertisements.

Studies have shown that people in Kazakhstan are well aware of the financial services provided by banks. According to a study conducted by the Center for Business Information Sociological And Marketing (BISAM) research in 2009, there is high recognition of the following banking services in Kazakhstan: deposits – 66.7%, bank loans – 87.1% and insurance – 60,1% [16]. Consequently, the population is in need of skills necessary for the proper use of existing financial instruments. Therefore, objectives of the program to increase investment culture and financial literacy of the population include:

• Creation of a publicly available system of informing citizens about the possibilities of using various financial instruments and services;

• Teaching of the basic skills of managing personal budget;

• Teaching of the proper use of the existing financial instruments and services and assessment of risks.

In June 5, 2006 President of the Republic of Kazakhstan signed the Law "About Regional Financial Center of Almaty city" [14]. Among the objectives of RFCA and FMSA is the procurement of the program to increase investment culture and financial literacy of the population and the creation of a publicly available system of informing citizens about using various financial instruments and services. There were projects designed to clarify the essence of various financial instruments, and to ensure positive change in the habits of regular savers. Republican TV stations have aired training programs and talk shows on the topic. Methodical literature was developed on the best practices in financial education and training. There is an official website – www.fingramota.kz, club of private investors, toll free hotline, and a newspaper «Fingramota.kz».

In 2010, the FMSA issued a series of video lectures on financial literacy. This project was being implemented in Kazakhstan for the first time. The series containing 26 lectures, each lasting for 30 minutes and included topics such as "home budgeting", "retail investments", "pension and banking systems," "general insurance and life insurance", "stock market", "mutual funds", and "financial frauds". [17].

In general, the overall situation with the financial literacy of the population of Kazakhstan is ambiguous. Many Kazakhs show significant responsibility about their money investments. In 2007-2013 all available funds of the population (involved in stock trading) which was invested in securities and bonds were moved to bank deposits (see Figure №3).

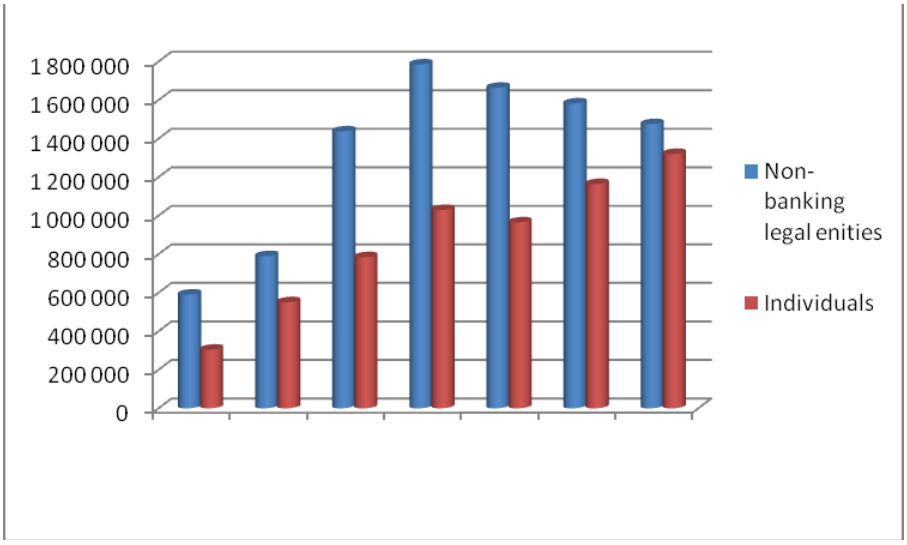


Figure 3: Individual investments in bank deposits

Source: The National Bank of Kazakhstan, *http://www.nationalbank.kz*

As can be seen from the figure №3, the amount of individual deposits increased steadily over the past seven years. This shows the overall trust of the population in the banking system of Kazakhstan. Citizens prefer deposits guaranteed by the state to alternative forms of investment like stocks and bonds.

A changing pattern is observed in the number of individuals involved in the stock market, and the volume of transactions with individuals from 2008 to 2010. (see Table №1). At the same time there is a small positive growth in the number of active individuals involved in stock trading despite the crisis. This demonstrates the growing involvement of the population trading on the stock exchange.

Table 1 – Transactions of individuals the stock market in USD

Equity Market	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Proportion of individual shares on the gross turnover, %	35,8	18,9	26,3
The volume of transactions with individuals (gross turnover)	258 511 811	785 818 786	164 737 977
The number of active individuals	1 541	1 736	1 597
The number of transactions with individuals	26 837	26 663	12 658
The corporate bond market			
Proportion of individual shares on the gross turnover, %	19,8	26,3	30,2
The volume of transactions with individuals (gross turnover)	173 051	199 762	62 604
The number of active individuals	183	444	239
The number of transactions with individuals	2 994	5 736	1 829

Source: Financial Markets Supervisory Agency, *http://www.afn.kz/en*

On the other hand, people are still inclined to think about the short term. There is no culture of planning for the future or any practice of saving money for a comfortable old age. Compulsory superannuation contributions take the lion's share of pension savings. The presence of a government guarantee for the preservation of pension contributions created an indifference in the choice of pension funds for most investors and resulted further in financial illiteracy.

According to RFCA, the amount of pension savings derived from mandatory contributions is insufficient to provide a decent retirement. According to the latest data from the Ministry of Labour and Social Protection, the minimum monthly pension payments from the state pension system (including the basic pension) amounted to 15 362 tenge (about $ 100), the average pension is 22 853 tenge ($ 150) per month, and the maximum – 32 703 tenge per month (about $ 220). Meanwhile the cost of living in the country is just over 12 713 tenge per month (about $ 86) [15].

Investments in pension funds is profitable if the income accrued is above the level of inflation. However, given the profitability of pension funds for February 2013 it is evident that out of 18 pension funds, none can cover inflation (7.0%, stat.kz). At the same time, voluntary pension contributions continue to be very low. It is a testament to the fact that most investors do not care about the state of their retirement accounts or that they prefer other forms of investments in order to prepare for their retirement.

Table 2 –Number of individual pension accounts of contributors

Period	**On mandatory pension contributions**	**Voluntary pension contributions**	**Voluntary professional pension payments**
01.2007	62 912	311	32
01.2008	64 274	346	34
01.2009	79 585	344	33
01.2010	62 129	276	26
01.2011	57 883	224	25

Source: Financial Markets Supervisory Agency, *http://www.afn.kz/en*

Despite all efforts to improve financial literacy of the population, cases of financial fraud have increased since the beginning of 2011. The financial crisis in any country is the most prosperous time for frauds. The main task of fraudsters is to steal money from people who have financial difficulties with the promise of huge revenues.

As an example, the active involvement of citizens in fraudulent activities can result in a situation which arose in Kokshetau. A financial pyramid or a "millionaires club" was organized by the LP "Microcredit Organization" KazRosInvestproekt. Its participants were offered very favorable conditions for quick enrichment. Similar "millionaires clubs" were opened in Astana, Petropavlovsk, Pavlodar and Kostanai.

The scheme was simple: if you invest 675 UDS, and recruit another four people then three months later you receive 8779 USD. The organizers of the pyramid were able to play on human weaknesses. At first, people were invited to training sessions, which taught them how to become successful and rich. At these training sessions specially trained staff persuaded the naive citizens to invest money in their enterprise. It is noteworthy that none of the depositors were worried by the fact that there are no legal documents like contracts or even receipts for those investing funds [19].

As a result of their illiteracy 2,643 people lost their money (tengrinews.kz, 2011). However. There is no guarantee that these people would receive their money back. After all, the "club" was based on voluntary contributions from unsuspecting customers.

Educational seminars and web sites are visited by those who are initially interested in improving their financial literacy. For those interested there are a lot of videos, books and articles. However, there is a category of citizens who are often unaware of the existence of governmental programs for financial literacy and special measures taken to implement them. They are probably not even aware of the economic consequences of their financial illiteracy. Public social advertising can educate the unenlightened as it is able to communicate in an understandable manner the importance of financial literacy to many people.

Conclusion

Kazakhstan's example illustrates the low efficiency of programs to improve financial literacy which is observed in both developing and developed countries. Despite all measures to inform the public of loans, pension funds, home accounting and investment opportunities, the level financial literacy remained at the same level.

People in Kazakhstan are used to thinking in the short term. Analysis of contributions to pension funds showed the low interest of investors in long-term savings. The level of voluntary pension contributions remained at the same low level as before the program to increase investment culture and financial literacy of the population was launched. A positive trend is evident in the growth of bank deposits guaranteed by the state. Alternative sources of investment such as stocks and bonds are not widely popular because of their high degree of risk.

Kazakhstan's example shows that the financial crisis drives many to be more careful in the management of their savings. Preference is given to financial instruments which are verified by experience. And investments in the stock market are rejected despite the possibility of higher profits. It is also clear that government programs have difficulty in raising the financial literacy of the public in organizing the family budget and planning for retirement.

One reason for the low efficiency of programs aimed at eliminating financial illiteracy is ignorance of most citizens about the possibilities to increase their financial knowledge. An effective way of solving this problem is the use of PSA's. Public social advertising can provide a mechanism for stimulating society to use information about finances in real life.

However, for best results PSA's should be credible, timely, comprehensive and continual. International experts developed several conditions that must be followed when developing PSA's. Social advertising:

• Must not contain references to brands of its creators or sponsors.

• Must not include negative components, as it is intended to create a positive image.

• The message must be clear to 75% of the population.

• Must (if possible) consist of three products, such as video, audio clips and outdoor advertising, depending on the theme and objectives.

Social advertising can be an important driving force in improving the financial literacy of citizens who will be able to make informed decisions about financial products and services and take responsibility for their own decisions.

References

1 Kapital, 2011. Kapital, Naselenie zhivet v kredit. *Kapital delovoe obozrenie*, 6 October (2011). p. A5.

2 Centr Finansovogo Planirovania, 2011. Centr Finansovogo Planirovania, 30,7% kazakhstantsev hrabyat dengi v tenge, (2011), http://cfp.kz/view_m.php?id=25 (Accessed on 4 December 2011).

3 Feldman, 2009. A. Feldman, What Works in Financial Education, Bloomberg Businessweek, (2009), http://www.businessweek.com/investor/content/jul2009/pi20090722_785212.htm (Accessed on 11 October 2011).

4 Gale, 2010. W. G. Gale and R. Levine, Financial Literacy: What Works? How Could It Be More Effective? Center for Financial Literacy at Boston College, (2010), http://www.rand.org/content/dam/rand/www/external/events/2010/11/18/financial-literacy-what-works.pdf (Accessed on 11 October 2011).

5 Nikolaishvili, 2008. G.G. Nikolaishvili, Socialnaya reklama: teoria i praktika: uchebnoe posobie, Aspekt Press, Moscow (2008).

6 Kochmola, 2008. K.V. Kochmola, Y.S. Evlahova, Povyshenie finansovoi gramotnosti kak institut positivnoi socializatsii, Uspehi sovremennogo estestvoznania, (2008), http://www.rae.ru/use/?section=content&op=show_article&article_id=7783322 (Accessed on 11 October 2011).

7 Stepanov, 2007. E.V. Stepanov, Socialnaya reklama v Rossii: funktsionalnyii i zhanrovo-stilisticheskii osobennosti, PhD thesis, Moscow (2007), pp.34-35.

8 Gribok, 2008. N.N. Gribok, Socialnaya reklama: uchebnoe posobie. Publishing house of the Moscow University of Humanities, Moscow (2008).p 29.

9 Kovaleva, 2006. A.V. Kovaleva,. Socialnaya reklama v Rossii: sostoyanie, problem, reshenie, Publishing house of the Altai University, Barnaul (2006).

10 Parshentseva, n.d.. N. Parshentseva, Sotsyalnaya reklama, Biblioteka Gumer, (n.d.), http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Article/parsh_soc.php (Accessed on 11 October 2011).

11 freeas.org, 2008. freeas.org, V Alma-Ate sozdaetsya dvizhenie "Ostavim narodu zhilie, (2008), http://www.freeas.org/?nid=7783 (Accessed on 4 December 2011).

12 Guk, 2008. I. Guk, Itogovyi inspector №146 (16532), Expess-K, (2008), http://www.express-k.kz/show_article.php?art_id=19092 (Accessed on 4 December 2011).

13 Suleimenov, 2007. B. Suleimenov, Natalya Korzhova: uchites pravilno riskovat, kazpravda, (2007), http://www.kazpravda.kz/print/1178311439 (Accessed 11 October 2011)

14 RFCA, 2009. RFCA, Programa povyshenia investitsionnoi kultury I finansovoi gramotnosti naselenia Respubliki Kazakhstan na 2007-2011 gody, (2009), http://www.pressclub.kz/images/kanapyanov2010.pdf (Accessed 11 October 2011).

15 RFCA, 2010. *Obzor Nakopitelnoi Pensionnoi Sistemy Kazakhstana*. [online] Available at: http://www.rfcaratings.kz/reports/pension_report.pdf [Accessed on 26 November 2011]

16 BISAM Central Asia, 2009. BISAM, Issledovanie finansovoi gramotnosti I investitsionnoi kultury naselenia, (2009), http://www.bisam.kz/research/reports/1.html (Accessed on 11 October 2011).

17 Profinance.kz, 2011. Profinance.kz, V Kazakhstane vypushena seria video-lektsiy po finansovoi gramotnosti, Profinance.kz, (2011), http://profinance.kz/2011/02/23/v-kazastane-vypuena-seri-video-lekci-po-finansovo.html (Accessed on 11 October 2011).

18 FMSA, 2011. FMSA, Svedenia po pensionnym nakpleniam I kolichestvu pensionnyh schetov, (2011), http://www.afn.kz/ru/information-for-entities-of-financial-market/accumulative-pension-system/2010-01-05-10-16-12/2010-01-05-11-06-10/2010-01-05-11-35-03 (Accessed on 4 December 2011).

19 Syzdykova, 2011. A. Syzdykova, Krah Kluba Millionerov, www.nomad.su, (2011), http://www.nomad.su/?a=13-201106080006 (Accessed on 4 December 2011).

20 tengrinews.kz, 2011. tengrinews.kz, Deitelnosti "Kluba Millionerov" v Kokshetau otsenili v 2 milliarda tenge, tengrinews.kz, (2011), http://tengrinews.kz/kazakhstan_news/201833/ (Accessed on 4 December 2011).

УДК 316.77:001.12/18; 070:001.12/.18

Д.Ш. Жуманова

Кафедра журналистики ПГУ им. С. Торайгырова, Республика Казахстан, г. Павлодар
E-mail: danarazhumanova@mail.ru

Применение языковых средств выразительности в репортаже

На сегодняшний день одной из актуальных проблем современности становится сила воздействия субъектов СМИ на сознание людей, создание общественного мнения и сближения деятельности СМИ с массовой аудиторией. При этом путем исследования эмпирических источников можно рассматривать действенность СМИ с точки зрения повышения эффективности при вовлечении аудитории в творческую работу. Это, в свою очередь, дает концептуальную оценку формирования информационного пространства как степени реальности, правдивости и обоснованности продукции средств массовой информации. При этом следует учитывать, что взаимодействие аудитории со СМИ изучается, в первую очередь, как одно из средств поддержания функционирования общества в целом, а не как источник, способствующий социальным изменениям. В то время как проблема функционирования общества является одной из основополагающих стратегий деятельности СМИ в рамках прикладных технологий. Формирование активности массовой аудитории, являющееся одной из основополагающих задач деятельности демократического общества, зависит от эффективности восприятия деятельности субъектов журналистики в контексте взаимодействия и СМИ и социума.
Ключевые слова: СМИ, средства языковой выразительности, эффективность, репортаж, особенности жанра.

D. Zhumanova

Usage of the linguistic means of expression in a reportage

Today one of the most pressing problems of our time is the power of the media subjects exposure on the people's consciousness, the public opinion creation and the media activity rapprochement to the mass audience. Thus, by examining the empirical sources, we can consider the effectiveness of the media in terms of improving the efficiency of involving the audience in the creative work. This in turn provides a conceptual evaluation of the Information Space formation as degree of reality, truth and validity of media production means. It should be borne in mind that audience interaction with the media is studied primarily as a means to maintain the functioning of society as a whole and not as a source, contributing to social changes, while the problem of functioning of society is one of the basic strategies of the media activity in the applied technologies. Activity formation of the mass audience, which is one of the fundamental tasks of a democratic society activity, depends on the perception effectiveness of the activity of journalism subjects in the context of the interaction both the media and society.
Keywords: Mass media, means of language expressiveness, efficiency, reporting, features of a genre.

Д.Ш. Жұманова

Репортаждағы тілдің бейнелеу құралдарының қолданылуы

БАҚ субъектілерінің адам санасына әсер ету күші, қоғамдық пікір және БАҚ қызметінің кең аудиториямен жақындасуын қалыптастыру бүгінгі күнгі өзекті мәселелердің бірі болып табылады. Сонымен бірге тәжірибелік қайнар көздерді зерттеу арқылы БАҚ әрекеттілігін аудиторияны шығармашылық үдеріске кірістіру кезіндегі нәтижелілігінің артуы көзқарасынан қарастыруға болады. Бұл өз кезегінде ақпараттық кеңістіктің бұқаралық ақпарат құралдары өнімдерінің шынайылығы, шыншылдығы және дәйектілігінің дәрежесі ретінде қалыптасуына концептуалды баға береді. Осы ретте БАҚ пен аудитория арасындағы өзара әрекеттің қоғамдағы өзгерістерге әкеп соқтыратын қайнар көз емес, қоғам жұмысын қамтамасыз ету құралы ретінде зерттелетінін ескеру қажет. Қоғам жұмысын қамтамасыз ету мәселесі қолданбалы технологиялар аясындағы БАҚ әрекетінің негізін қалаушы стратегиялардың бірі болып табылады. Демократиялық қоғамның негізін қалаушы мақсатміндеттердің бірі болып табылатын аудитория белсенділігін қамтамасыз ету журналистика субъектілерінің БАҚ пен қоғамның өзара байланысы аясындағы әрекетін қабылдау нәтижелілігіне тәуелді.
Түйін сөздер: БАҚ, тілдік мәнерлеу құралдары, тиімділік, репортаж, жанр ерекшелігі.

Основная задача репортера – создание целостного впечатления об эпизоде жизни. «Журналист, имея в своем распоряжении разнородные факты, наблюдения, впечатления, мнения, интересные детали, зарисовки с натуры и пр., сталкивается с трудностями их структурной организации. Одна из них обусловлена необходимостью «свертывания» события до нескольких наиболее существенных и значимых эпизодов. Только в этом случае становится возможным показать определенный «срез» события, более выпукло обозначить его движущие силы. В ходе отбора и компоновки фактов могут возникнуть сложности при «склейке» различных эпизодов в целостную картину» [1, с.208-209]. Отличительная черта репортажа – динамично развивающееся действие. Поэтому для репортера, в отличие от хроникера или обозревателя, важнее показать, как разворачивается само событие, описать его в ярких красках, чтобы создать для читателя картину происходящего.

Языковая образность в репортаже выражается через тропы и фигуры, рассчитанные на создание эффекта убеждения, эмоциональной реакции и особой доказательности. В журналистике широко используется средств языковой выразительности для сопоставления различных ситуаций, событий [1, с. 243].

Рассмотрим случаи использования средств языковой выразительности репортерами общественно-политической республиканской газеты «Экспресс К». В репортаже о нашумевшей акции протеста «Оккупай Абай» можно встретить ряд выразительных средств.

«Оккупай Абай» [2]

*«**Великий поэт** Абай Кунанбаев неожиданно стал одной из центральных фигур **политической жизни** России. **Тамошние** оппозиционеры, митингующие уже несколько дней подряд, **разбили лагерь** рядом с памятником **Солнцу казахской поэзии.***

*Как известно, акции протеста, начавшиеся в Москве в день инаугурации Владимира Путина, всю неделю **претерпевали сложные эволюции в пространстве российской столицы.** Но, в конце концов, протестующие (в количестве до тысячи человек) «осели» на **Чистых прудах – в непосредственной близости от памятника Абаю.***

***Массовый интерес** к нашему соотечественнику спровоцировала **бестактная фраза,** оброненная в твиттере одним из лидеров протестующих Алексеем Навальным: он призвал соратников собраться у «памятника непонятному казаху». Оппозиционера достаточно быстро просветили на тему казахской литературы, и он был вынужден признать, что Абай **«был крутой чел»,** и извинился за прежний пренебрежительный тон. Обосновавшиеся вокруг постамента **московские бунтари** очень скоро объявили свое **многозначительное сидение на асфальте** акцией «Оккупай Абай» – по аналогии с американской Occupy Wall Street. Все это привело к **неожиданному результату**: московские СМИ посвятили нашему поэту ряд публикаций и телесюжетов, не без удивления выяснив, что он, оказывается, тоже был вольнодумцем. На сегодняшний день это единственная польза, которую принесли действия **непонятных оппозиционеров**».*

Эпитеты «политическая жизнь», «массовый интерес», «бестактная фраза», «многозначительное сидение», «непонятные оппозиционеры», метафоры «разбили лагерь», «претерпевали сложные эволюции», элементы разговорной речи и сленга «тамошние оппозиционеры», «крутой чел», перифраза «Солнце казахской поэзии» – все это делает текст ярче, позволяет читателю «нарисовать» картинку происходящего события. Журналист Михаил Дворянчиков не зря использует просторечие, цитируя российского оппозиционера. «Крутой чел» – не просто сленг, а показатель некомпетентности его обладателя, а предложением «На сегодняшний день это единственная польза, которую принесли действия «непонятных оппозиционеров» автор высмеивает пустые действия оппозиционеров, используя тот же эпитет «непонятный», которым Навальный окрестил казахского поэта.

Отрывок репортажа Ильи Гука, журналиста газеты «Экспресс К», на тему протестов.

Мечта «оккупанта» [3]

*«Движение «Оккупируй Уолл-Стрит», еще недавно **мощной волной** захлестнувшее США, можно **отпевать.** На **глазах корреспондента «ЭК»** в Вашингтоне был уничтожен один из последних **оплотов борцов** с **оголтелым капитализмом**. Без крови, как всегда бывает в таких случаях, не обошлось.*

В репортаже Ильи Гука используются очень яркие эпитеты и метафоры: «мощной волной», «оплот борцов», «оголтелый капитализм» рисуют яркую картину происходящего, передавая дух

и атмосферу происходящего. Не желая вещать от первого лица, Илья Гук использует перифразу «на глазах корреспондента «ЭК»», то есть на глазах автора. Стараясь донести до читателя реальность происходящего, когда акцию протеста в буквальном смысле уничтожили органы правопорядка, репортер использует слово «отпевать» – «совершить над покойником церковный обряд отпевания» [4]. То есть движение протестующих автор сравнивает с умершим человеком.

Динамично происходящее событие легче передать в тексте, так как автору остается только показать это развитие. Но бывают случаи, когда событие является довольно статичным. В этом случае автор выводит на «поверхность» свои собственные впечатления, вызванные его знакомством с событием. Для лучшего восприятия журналист разбил свой репортаж на несколько блоков.

Пластиковый табор

«Когда мы прибыли в лагерь протестующих на площади МакФерсона ***– это в двух шагах от Белого дома –*** *нельзя было отделаться от ощущения, что это то ли декорации к какому-то постапокалиптическому боевику вроде «Безумного Макса», то ли свалка бытовых отходов. Здесь* ***вырос целый целлофановый городок****.* ***Целлофан*** *лежал на земле,* ***целлофан наваливался*** *на палатки в несколько слоев, чтобы* ***защитить хлипкие жилища*** *от сырости и холода, из* ***целлофана*** *протестующие даже кроили вигвамы.*

Олицетворение «вырос целлофановый городок», «целлофан наваливался, чтобы защитить» и частые повторы слова «целлофан» используются автором для того, чтобы дать читателю возможность представить весь хаос происходящего, лежащую груду отходов и огромное количество целлофана. Просторечный эпитет «хлипкие жилища», где «хлипкий» – «ломкий, некрепкий» [4] наглядно демонстрирует сложную ситуацию, в которой оказались оккупанты.

«Публика здесь тоже ***обитала*** *соответствующая.* ***Огонь в глазах, обильный пирсинг,*** *волосы, заплетенные в дреды, лица, скрытые под арафатками. Большей частью это были молодые люди, но попадались среди них и* ***олдскульные неформалы****, которым наверняка довелось протестовать еще против войны во Вьетнаме».*

Очень точно автор описывает демонстрантов: «огонь в глазах», «обильный пирсинг», «олдскульные неформалы» – (от английского «Old school» «Старая школа») интересы раннего времени [5].

Сердобольный владелец *некоего производственного здания пускает демонстрантов в душевую. В лагере также можно было увидеть* ***удивительные объявления*** *местного департамента здравоохранения.*

Эпитет «сердобольный владелец», где слово «сердобольный» по словарю Д.Н.Ушакова имеет значение «Сострадательный, искренне сочувствующий чужому горю, несчастью», показывает читателю человеческую доброту и отзывчивость.

Таким образом, главное орудие газетчика – выразительные средства письменной речи. Проанализировав репортажи казахстанского издания «Экспресс К», мы отметили, что журналисты-репортеры в каждом своем репортаже используют средства языковой выразительности. Это объясняется спецификой данного жанра – влиять не только на умы, но и на сердца читателей. Жанр репортажа невозможен без двух моментов эффекта, наглядности (присутствия) и эффекта соучастия (эмоциональности). Чаще всего, по нашим наблюдениям, авторы используют метафору, эпитет и перифраз. Для описания происходящих событий журналисту просто необходимо прибегать к использованию метафор, несущих в себе скрытое сравнение. Метафора в репортаже придает ему выразительный оттенок. Если журналист, передавая событие происходящего, будет использовать привычные конструкции, никакого эффекта данный репортаж не произведет. Именно поэтому метафора – это неотъемлемый элемент репортажа.

Цель качественно написанного репортажа донести до читателя картину происходящего, помочь создать ее зрительное представление. Репортаж – рассказ очевидца, поэтому журналист должен в полной мере использовать все средства языковой выразительности, чтобы не просто донести сухую информацию, а передать все чувства и эмоции, которые испытывал сам репортер. Отражая действительность, журналист ориентируется на «потребителя» информации и видоизменяет его в соответствии с желаниями аудитории.

Эффективность журналистского текста выражается в желании публициста пробудить у читателя интерес к публикации, создании тесной связи «автор-читатель». В виду изменения си-

туации в СМИ – утверждение демократических принципов (плюрализма, свободы слова), отсутствие цензуры, расширение источников получения информации – значительно способствовали усилению диалогового характера публицистики. Для сегодняшнего журналиста главная цель – установление контакта с аудиторией, создание «диалогического взаимодействия» между собой. Все это ведет к сближению газетно-публицистического стиля с разговорной речью. На сегодняшний день в газетных текстах часто встречаются средства языковой выразительности. Информационный жанр журналистики – репортаж сочетает в себе понятийные и образно-выразительные средства, обладает большой эмоциональной силой, раскрывает типическое через индивидуальное.

References

1 Kim M.N. Tekhnologiya sozdaniya zhurnalistskogo proizvedeniya // M.N.Kim. – M., 2001. – 216 s.
2 Mikhail Dvoryanchnikov – Okkupai Abai // Ekspress K. – 2012.
3 Il'ya Guk Mechta "okkupanta"// Ekspress K. – 2012.
4 Ushakov D.N. Bol'shoi tolkovyy slovar' sovremennogo russkogo yazyka: Elektronnyi resurs – [www.ushakdictionary.ru].
5 Elektronnyi resurs – [http : // dslov.narod.ru].

ӘОЖ: 654.197

Ж.А. Кенжеғалиева

Новосибирск мемлекеттік университеті, Ресей, Новосибирск қ.
E-mail: zhuldyz91@gmail.com

Теледидардың білім беру функциясының мүмкіншіліктері

Мақалада теледидардың білім беру функциясының мүмкіншіліктері қарастырылған. Және де осы мүмкіншіліктерді барынша тиімді іске асырып, сапалы білім телеарналарын ашу мәселесі көтерілді. Аталмыш функцияға қатысты зерттеушілердің пікірлері талданып, өзіндік қорытынды жасалды. Еліміздегі білім беру телебағдарламаларының кемшіліктері анықталды. Зерттеушілердің жүргізген ғылыми тәжірибелерін негізге ала отырып, теледидардың басқа бұқаралық ақпарат құралдарынан артықшылықтарын көрсетуге тырыстық. Бұл өз алдына, елімізде сапалы білім арналарын ашу маңызды деген қорытындыға келуге себеп болды.
Түйін сөздер: теледидардың білім беру функциясы, білім беру телебағдарламалары, білім беру телеарналары.

ZH. Kenzhegalieva

The abilities of educational function of television

This article is about abilities of educational function of television. In this article was considered the problem of making good educational channels by using all abilities of television correctly. Also were analyzed works of scientists relatively to the mentioned function and was done respective conclusion. Then were determined deficiencies of educational television programs in our country. Taking as a basis the results of scientific experiments of investigators, we tried to show the advantages of television compare with other Mass Media. This In turn gives us ability to make the conclusion that it is very important to open new qualitative educational channels in our country.
Key words: educational function of television, educational television programs, educational channels.

Ж.А. Кенжегалиева

Возможности образовательной функции телевидения

В статье рассмотрены возможности образовательной функции телевидения. Также поднят вопрос о создании качественных образовательных телеканалов посредством правильного использования всех возможностей телевидения. Были анализированы труды исследователей относительно данной функции и сделан соответствующий вывод. Определены недостатки образовательных телепрограмм в стране. Основываясь на результатах научных опытов исследователей, мы попытались показать привилегии телевидения среди других средств массовой информации. Это, в свою очередь, дает нам сделать заключение, что очень важно открыть качественные образовательные телеканалы в стране.
Ключевые слова: образовательная функция телевидения, образовательные телепрограммы, образовательные телеканалы.

Қазіргі қоғамдағы адамның жарқын болашағы білім және ағартушылықпен тікелей байланысты болып отыр. Осыған орай, бұқаралық ақпарат құралдары (БАҚ) да қызметтерінің біріне кіретін білім беру және ағартушылық бағытқа ерекше зер салып, осы саланың дамуына атсалысуы тиіс. Әсіресе БАҚ-тағы теледидардың білім беру функциясының маңыздылығын бағалай білмесек, бұл еліміздің ғылыми бағытта дамуына және алға ілгерілеуіне үлкен тежеу болмақ.

«Білім қымбат, білу қиын» деп халқымыз бекерден айтпаған. Осы орайда, теледидардың білім беру үрдісіне елеулі үлес қосуына бет бұру барлық елдерде алдыңғы мақсаттардың біріне айналуда. Жиырмасыншы ғасырдың аяғында бүкіл әлемде оқыту және білім беру телеарна-

ларын дамыту үрдісі басталды. Мысалы, бір ғана Жапонияның өзінде 35 білім беру телеарналары болды. Бұл мемлекетте білім беру және оқыту бағдарламалары теледидардың негізгі бағыттарының біріне айналған. Ал АҚШ-та 500-ден астам оқыту, білім беру телебағдарламалары негізгі арналарда беріліп тұрады. Сонымен қатар АҚШ-тағы мұндай бағдарламаларға мемлекеттің барлық университеттері, тіпті, ұлттық әуе-ғарыш агенттігі де белсене атсалысып отырады.

Әлем бойынша білім беру – оқыту бағдарламаларын құру жұмысына ірі ғылыми, білім және мәдениет орталықтары, кітапханалар мен мұражайлар да қосылған. Білім беру бағдарламаларын шығарумен BBC, Rai1, Rai2, PBC, Discovery сынды танымал компаниялар да шұғылданады. Мұның бәрі теледидардың ең басты әрі қолжетімді ақпарат көзі екендігін дәлелдей түседі. Әлеуметтік зерттеулердің мәліметі бойынша, оқушылар көгілдір экран алдында күн сайын 4-7 сағатын жұмсайтыны анықталды. Бұл өскелең ұрпақтың өмірлік ұстанымдарын теледидардың да қалыптастырып жатқандығын көрсетеді. Осы себепті, қоғамдағы теледидардың білім беру функциясын дамытудың маңыздылығын ескере отырып, тақырыптың өзектілігіне көз жеткіземіз [1].

Теледидар функцияларына қатысты әдебиеттерді сараптай келе, отандық білім беру функциясына байланысты аз да болса зерттеу жұмыстарының жүргізілгендігін байқауға болады. Бұл салада көбіне кеңестік ғалымдар зор еңбектенген. Дегенмен қазақ зерттеушілері арасынан да білім беру функциясына қатысты мәліметтер таба алғандығымыз осы саланың бізде де айтарлықтай кенже қалып қоймағандығын байқатады. Олар оқыту теледидарына қатысты құнды мәліметтер жинап қана қоймай, біз қызықтыратын тақырыпқа байланысты жеке тұжырымдамалар мен сараптамалық қорытындыларын жасаған. Осылайша, олар бүгінгі жас ұрпаққа кеңестік кезеңнен бастау алған білім беру функциясын әрі қарай зерттеу үшін нақтылы деректерге негізделген ғылыми база қалыптастырды.

Теледидардың негізгі функцияларын талдаған көптеген зерттеушілер өз кітаптарында мәдени-ағартушылық және білім беруді бөлек функциялар ретінде қарастырады. Тіпті, В. Цвик «Телевизионная журналистика: История, теория, практика» атты оқулығында тележурналистиканың мәдени-ағартушылық функциясы мен білім беру функциясын біріктірмей, шатыстырмай, ажырата білген маңызды деп көрсеткен. Дегенмен журналистикаға қатысты кітаптар мен оқулықтарды ақтарып, зейін салып қарасаңыз, журналистиканың білім беру функциясын әр жерде әркалай бөліп қарастырғанын байқауға болады. Мысалы, Е. Ахмадулиннің «Краткий курс теории журналистики» атты оқулығында журналистиканың білім беру және мәдени функциялары төмендегідей түрлерге бөлінген:

Мәдениетті қалыптастырушы функция – шығармашылық тұлғаларды қалыптастыру, мәдени-рухани құндылықтарды қоғамға кеңінен тарату арқылы адамның ішкі дүниесін рухани тұрғыдан байыту. Бұл функция ішінара тәрбиелеуші функциясын да біріктірген.

Рекреациялық функция – адамның ішкі дүниесін тыныштандыру, демалдыру мақсатында қолданылады.

Танымдық-білім беру функциясы. Бұған білім беру және ғылыми-қоғамдық бағдарламаларды жатқызамыз.

Ал Дмитрий Божедаров өзінің «Средства массовой коммуникации в современной образовательной системе» атты диссертациясында теледидар функциясына қатысты былай деген: «Біздің көзқарасымыз бойынша, теледидар әртүрлі деңгейде төмендегідей білім беру функцияларын атқарады: біріншіден, балалар мен жас өспірімдерге қатысты тәрбиелік; екіншіден, университеттер және мектеп бағдарламаларын ескере отырып құрылатын оқыту-педагогикалық; үшіншіден, ересек аудиторияға арналған ағартушылық білім беру.

Сонымен қатар Сунь Синьшэн өз диссертациясында: «Білім беру теледидарының негізгі функциясы аты айтып тұрғандай оқыту немесе білім беру, теледидардың көмегімен тарихтан бастап, астрономияға дейін білімін молайтуға мүмкіндік беру», – деп көрсеткен. Сунь Синьшэннің пікірі бойынша, білім беру теледидары төрт негізгі функцияны орындайды. Олар: ғылыми білімдерді тарату (білім беру); мәдени мұраны насихаттау (тәрбиелік); білім беретін ақпаратпен қамтамасыз ету (ақпараттық); білімге деген көзқарасты дамыту (ұйымдастырушылық).

Аталмыш зерттеушілер керісінше мәдени-ағартушылықты теледидардың білім беру

қызметтерінің біріне кіріктірген. Және де мәдени-ағартушылықтың негізгі мақсаты тәрбие беру екендігі белгілі.

«Тәрбие беру де, білім беру де ажыратылмайды, – деп Л. Толстой ерекше атап өткен. Білім бермей тәрбие беруге болмайды, ал кез-келген білімнің тәрбиелеуші әсері бар». Демек, теледидардың білім беру функциясын мәдени-ағартушылық функциядан ажыратып қарастыруға тырысқаннан гөрі, білім беру теледидары функциясының қызметтерін жік-жікке бөліп талдап шыққан әлдеқайда дұрыс деген тоқтамға келуге болады.

Теледидар бүкіл қоғамға білім беруі тиіс. Ол мектеп оқушыларымен қатар басқа да аудиторияларды қамтиды. Ғылыми білімдермен қатар қоғамдық, тұрмыстық білімді де таратады. Білім беру теледидарын тек оқытуға бағытталған мектептің деңгейіндегі білімді таратушы деп қабылдау оның әсер ету кеңістігін, тақырыптық аясын тарылтады.

Білім беру теледидарындағы бағдарламалардың арқасында ағартушылықтың әсер ету кеңістігі молайып, уақыт тұрғысынан шектелуі жойылды: үйде, жұмыста, әлемнің кез келген алыс түпкірінде де білім алуға мүмкіндік туды. Бұрындары мектеп қабырғасымен шектелетін білім теледидардың көмегімен әлдеқайда үлкен кеңістікке шығуда.

Білім беру теледидарының маңызды функцияларының бірі – көрерменге қажет ақпаратты жеткізу. Ақпарат адамның күнделікті өмірінде күннен-күнге маңызды орынды иеленуде. Сол себепті көптеген телекөрермендер өзін қызықтыратын сала бойынша тың ақпаратқа назар аударып отырғанды жөн көреді (денсаулық саласына қатысты жаңалықтар, қаржы, технология мәселесіне қатысты жаңалықтар, т.т.).

Оқыту телебағдарламалары – мектеп және жоғарғы оқу орнындарының оқыту бағдарламасына кіретін белгілі бір ғылыми пәннің көрнекі оқулығы іспеттес. Мұндай телебағдарламалардың жас ерекшелігіне қарай өз аудиториясы нақтыланылады. Оқыту фильмдерінің ғылыми-танымал және деректі фильмдермен салыстырғанда мақсатты аудиториясы болады. Ал білім беру телебағдарламаларының мақсаты – көрермендердің білім деңгейін жоғарылату. Мұндай бағдарламалардың тақырып аясы кең. Ол көрермендерге мәдениет, ғылым, өнер, қоғамдық өмір туралы белгілі бір ретпен мәліметтер береді.

Ғылыми-танымал теледидар болса, көрермендерге ғылым және техникада болып жатқан маңызды жаңалықтар жайлы ақпарат беруді, ғылыми жетістіктерді насихаттауды, жаңа ғылыми идеялармен бағыттарға қолдау көрсетуді, көрерменнің эстетикалық талғамын қалыптастыруды (музыка, әдебиет, театр, сурет, т.б.) мақсат тұтады. Бір сөзбен айтқанда, көрерменнің ғылыми көзқарасын қалыптастырады.

Оқыту теледидарының функциясы тек білім беру болып табылса, ғылыми-танымал бағдарламалардың функциясына, сонымен қатар рекреациялық функция да кіреді.

Ғылыми-танымал бағдарламаларға тән жанрлар: репортаж, журнал, әңгіме және деректі фильм.

Теледидардың мәдени-ағартушылық қызметінде журналист мәдени ақпаратты ғылыми тұрғыдан ғана емес шығармашылық тұрғыдан да толықтырып, эстетика мен эмоция элементтерін қосып жеткізуге тырысады.

Ғылыми-танымал бағдарламаларды белгілі бір сала бойынша бастапқы білім дәрежесі бар, мақсатты аудиторияға бағытталған оқыту және білім беру бағдарламаларынан ажырата білу керек.

Оқу телебағдарламалары ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың бір түрі ретінде оқу теледидарының дамуымен тығыз байланысты.

Оқыту теледидарының оқулықтардан артықшылығы – оның эмпирикалылығы. Яғни тек теориямен шектелмей, тәжірибе жүргізіп, көрнекі түрде жеткізуге мүмкіндік береді.

Мектептерге арналған теледидардың мақсаты дәстүрлі білім беру жүйесін жою емес. Оқыту теледидары мұғалімнің орнын баспайды, керісінше оған көмекке шығады. Ешбір БАҚтың дамуы оқушы мен оқытушы арасындағы көзбе-көз байланысты алмастыра алмайды. Сол себепті, білім беру теледидары мұғалімді ауыстыруы, оған «телеконкурент» ойлап шығаруы мүмкін деген жаңсақ пікір, ол тек мұғалім жұмысының тиімділігін арттырады.

Ағартушылық теледидарының міндеті – заманауи және классикалық өнер мен мәдениет туралы телевизиялық энциклопедиялар шығарып, көрерменді осы салаға тарту. Сонымен қатар

ағартушылық бағыттағы бағдарламалардың өз талаптары бар:

Біріншіден, бағдарлама белгілі бір саланың білікті мамандары қатыстырылған, жаңа мәліметтер мен ғылыми білім қоры бар маңызды бағдарлама болуы тиіс;

Екіншіден, бағдарлама өнер туындысына ұқсатылып жасалынуы тиіс және өз драматургиясы болуы керек.

Үшіншіден белгілі бір білімнің жүйесі ретінде әр бөлімі логикалық реттілікпен құрылуы тиіс.

Теледидардағы ағартушылық түрлі жанрларды пайдаланады. Мысалы: мұражай не зертханалардан репортаж, ғалымдар мен мәдениет адамдарынан сұхбат, алу, т.т. Мұражайдың ішінде, көрмелерде, атақты жерлерде жүргізілген телеэксурсиялар миллиондаған адамдарға елдің рухани және материалдық мәдениеті, тарихи мұраларымен көзбе-көз танысуға мүмкіндік береді.

Сахналау арқылы тарих беттеріндегі адам бейнелерін, соғыс сәттерін шындыққа лайықтап құру да көрнекілік береді.

Қазақстан телеарнасындағы білім беру бағдарламаларының дамуын, тарихын талдай отырып, оқыту бағдарламаларының саны күннен-күнге азайып келетініне көз жеткізуге болады. Бақылап қарасақ, көптеген елдердің арналарында білім беру бағдарламаларын рекреациялық қызмет атқаратын білім беру бағдарламаларының әлдеқайда жеңіл, үстіртін жасалатын түрі күннен-күнге ығыстыруда.

Мысалға алатын болсақ, «Деньги в дом», «Такси», «Миллион кімге бұйырады?», «40 миллионов», ресейлік «Слабое звено», «Русская рулетка», «Народ против», «Интуиция», 2010 жылы теледидарды жаулап алған «Планета сокровищ» және «Call-tv» сынды теле сайыстар, т.т. тізе берсең таусылмайтын білім беру бағдарламасына ұқсатылған, бірақ та негізгі мақсаты рейтинг жинау, ақша табу болып табылатын бағдарламалар экран уақытын алуда.

«Деньги в дом», «Такси», «Миллион кімге бұйырады?», «40 миллионов» – бұл бағдарламалардың көрермендер дүниетанымын кеңейтуде мүлдем үлесі жоқ деуден аулақпыз. Десек те, бағдарлама атауларында «миллион», «деньги» сөздерінің болуы көрермендерді білімге емес ақша табуға шақырып тұрғандай. Бір сөзбен айтқанда, «Шексіз білім кімге бұйырадының» орнына «миллион кімге бұйырады?» деп көрермендерді тарту мақсатын алға қойған. Және «Интуиция», «Русская рулетка» сынды бағдарламалардың мақсаты көрермендерді көбірек жинау екендігі де құпия емес. Бұлардың қасында нағыз білім беруді көздейтін бағдарлама деп Франция мен Қазақстан жастары арасында телекөпір ұйымдастырып, ұтымды әрі салмақты сұрақтар арқылы топтарды сайыстыратын «Интеллектуальные олимпиады» бағдарламасын атап өтуге болады. Бағдарлама өте сауатты жасалған әрі жастардың логикалық ойлау қабілетін дамытады.

Ал «Планета сокровищ», «Call-tv» бағдарламалары халыққа еш пайдасы жоқ, тонауға бағытталған, ақша қуу жолында шектен шыққан бағдарламалар дер едік. Бұл бағдарламалар көрермендерге кішкентай баланың өзі білетін сөзді жасырып, жауабын ақылы қоңырау арқылы беруге шақырады. Оныншы болып хабарласқандарға ғана жауабын айтуға мүмкіндік бар деген желеумен сеніп қалған көрермендердің қоңырауларынан қыруар ақша жинап алады. Ал эфирге оныншы болып хабарласып отырғандардың адамды таңғалдырарлық ақылға сыймайтын қате жауаптарды ғана беруі, бағдарлама желісі тек өтіріктен құралғанын дәлелдей түседі. Өкінішке қарай, көптеген жасы келген және кішкентай көрермендеріміз бұл алдаудың қармағына түсіп, қомақты ақшаларынан айырылып қалып отырған. Халық наразы болуының арқасында мұндай бағдарламалардың ғұмыры ұзақ болмады. Бірақ эфирге шыққан қысқа мерзімнің өзінде талай адамдардың соңғы тиынын сыпырып кеткендігі теледидардың жақсы жаққа халықты шоғырландыру қасиетімен қоса, оның кем тұсының, яғни осындай қара ниетті дүниелердің де әсерін екі есе күшейтетіндігінің жарқын көрінісі. Сол себепті теледидар эфиріндегі бағдарламалардың сапасына, мақсатына зор мән беру керек. Әсіресе телеойындар мен телесайыстардың алғаш пайда болғандағы мақсаты ойын арқылы көрермендерге білімді қабыдауды жеңілдету екендігін ұмытпаған жөн.

Теледидар мен мектеп арасындағы қарым-қатынас шым-шытырыққа толы. Көгілдір экран оқушының ғылым саласында дүниетанымын кеңейтуге үлес қосуымен қатар, қажетсіз, тіпті, санасын улайтын ақпараттармен де қанықтырып жатыр. Мысалы, «Интеллектуальные олимпиа-

ды» бағдарламасын көрген бір оқушы тарих сынды кей салада мұғалім естімеген тың ақпаратты қабылдап келсе, келесі бір оқушы «Наруто», «Бакуган» іспеттес шындыққа жанаспайтын, қатыгездікке баулитын мультфильмдермен санасын толтырып келуі мүмкін. Бір оқушы «Алпамыс мектепке барады» немесе «Менің атым Қожа» фильмдеріндегі кейіпкерге еліктеп жүрсе, бір оқушы «Чаудер», «Спанч Боб» сынды мультфильмдердегі ақымақ кейіпкерлерге еліктеп жүруі мүмкін.

«Алпамыс мектепке барады» фильмін қойған – Абдолла Қарсақбаев. Ол – ВГИК-тің режиссерлік факультетінің түлегі. «Қазақфильмде» «Менің атым Қожа», «Қилы кезең», «Балалық шаққа саяхат» және тағы басқа фильмдерін түсірген.

«Менің атым Қожа» фильмінде Том Сойерді елестететін ауылдың тентек те пысық баласының әрекет-қимылдары көрінген. Кино зерттеуші Қабыш Сиранов өзінің кітабында бұл фильмге жақсы талдау жасап, жоғары баға берген.

Бала деген – сәмбі тал, жел қалай соқса солай қарай майысады деп халқымыз бекерден айтпаған. Өскелең ұрпақтың өмірлік ұстанымдарына, ой-санасына, рухани дүниесіне теледидар тікелей әсер ететіндігіне әр уақытта көз жеткізе аламыз.

Аристотельдің «Метафизика» атты еңбегінде былай делінген: «Барлық адамдар табиғатынан білімге құштар. Сезіп білу арқылы жаңа мәліметтерді қабылдауға талпыну оған дәлел бола алады. Әсіресе көру қабілетіне біз басқа сезу қабілеттерімізбен салыстырғанда көбірек мән береміз. Себебі көре білудің басқа сезімдерден біздің танымымызға зор әсер ете білетін өз артықшылықтары бар».

Көру қабілетінің адамзат өмірінде атқаратын рөлінің маңыздылығын одан кейінгі зерттеулерден де байқай аламыз.

1933 жылы Дж. Гибсон классикаға айналған тәжірибе жүргізді. Бұл тәжірибе көре білудің басқа қабілеттерден алдыңғы қатарда екендігін дәлелдей түседі. Ол тәжірибеге қатысушылардың көзіне түзу затты қисық етіп көрсететін линза кигізіп, қолдарына түзу сызғыш ұстатқан. Тәжірибеге қатысушылар сызғышты қолында ұстап тұрғанына қарамастан, көргендеріне сеніп, сызғыштың қисық екендігін растаған. Көздерін жұмып ұстатып сұрағанда сызғыш түзу деген жауап қайтарса, линзамен қаратып сұрағанда сызғыш оларға қисық болып көрінгенімен қоймай, қисық болып сезілгендігі байқалған.

Кейінірек Т. Бауэр өз зерттеулерінде сәбилер өмірінің алғашқы айларынан бастап-ақ көру бейнелерін қабылдап қана қоймай, есте сақтайтындығын да дәлелдеген.

Оқытудың түрлі әдістерін сомдаған зерттеушілердің көпшілігі оқу үдерісі барысында қабылданатын ақпараттың 90 пайызға жуығын адам көру қабілетінің көмегімен алады деп санайды. Дж.Брунер мен Ж.Пиаже еңбектерінде осы мәселе негізге алына отырып, нәрестенің алғашқы өмір жылдарындағы танымы интеллектуалды мүмкіндіктерінің өсуінде маңызды рөл атқаратынын атап өткен.

Бұл зерттеулердің нәтижелері теледидар үстемдік еткен дәуірде, әсіресе зор мәнге ие. Жаңа заманның балалары теледидарды 2 жастан бастап-ақ тамашалауға кіріседі, бұл көгілдір экранның да бала үшін өзіндік тың әлемге жетелейтін өмір айнасына айналатынын байқатады. П. Уитти зерттеулерінде келесі мәліметтерді келтіреді: бастауыш мектептің оқушылары теледидарды аптасына 15-75 сағат көрсе, жасөспірімдер шамамен 25, ал жоғарғы сынып оқушылары – 12-14 сағат тамашалайды [2].

Қорыта келе, Қазақстандағы оқушылар аудиториясынан ауқымды сауалнама жүргізе отырып, сұранысқа лайық білім беру арналарын ашу қажет деген тұжырымға келуге болады. Және де асығыс, жоспарсыз аша салмай, бұл үдеріске үлкен жауапкершілікпен қарау керек. Арнаны ашпас бұрын алдын ала барлық жағдайларды қарастырып, соңғы үтір-нүктесіне дейін сараланаған сапалы бағдарламалар ұсына алатындай дәрежеге жеткізу керек. Көптеген елдер білім, мәдениет арналарын ашу жолында белсенді талқылаулар, кешенді дайындықтар мен жоспарлы жұмыстар жүргізген. Және қазіргі кезде соның жемісін көруде. Шыны керек, ID-TV, Алма-TV-ге қосылған біздің жастар көбіне Discovery, Science, Nature арналарын тамашалайды. Егер халқымыз жұмыла жұмыс атқарып, осындай бір арна ашса, жастарымыз шетелдік арналарды емес, өз арналарын сүйсіне қарайтын күн де туады.

Әдебиеттер

1 Лапина И.Ю. Основные тенденции функционирования научно-популярного телевидения: Диссертация. – Москва, 2005. – 22.

2 Собкин В.С. Временный научно-исследовательский коллектив «Школа». «Телевидение и школа: опыт социокультурного и психолого-педагогического анализа: Сборник научных трудов. – М., 1989. – С. 126-127.

References

1 Lapina Y. YU. “Osnovnie tendentsiy funktsionirovanya nauchno-populyarnogo televideniya”. Dissertatsia. Moskva, 2005. – 22.

2 Sobkin V. S., vremennyy nauchno-issledovatelskiy kollektiv “Shkola”. “Televidenie I shkola: opyt sotsiokulturnogo I psikhologo-pedagogicheskogo analyza”. Sbornik nauchnykh trudov. Moskva, 1989. – S. 126-127.

ӘОЖ 070

О. Қасым

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail: olzhas_kasym@mail.ru

Баспасөздегі әдеби сын

Бұл мақалада қазақ баспасөзіндегі әдеби сынның бүгінгі хал-ахуалы, мен проблемалары қарастырылды. Сол арқылы журналистика мен әдебиеттің өзара байланысы көрсетілді.
Түйін сөздер: аннотация, публицистика, жанр.

О. Касым

Литературная критика в прессе

В этой статье рассматривается нынешнее состояние и проблемы литературной критики в казахской периодической печати. Посредством этого указывается взаимосвязь между журналистикой и литературой.
Ключевые слова: аннотация, публицистика, жанр.

O. Kassym

Literary analysis of media

In this article i saw the problem the current state of literary affairs test Kazakh press.Through the left shows the relative relationship of journalism and literature.
Keywords: abstract, journalism, genre.

Сынның әдеби, ғылыми, эстетикалық сипаттары секілді публицистикалық сипаты да негізгі қасиеттерінің бірі ретінде саналады. Сынның публицистикалық сипатына қарай, оны журналистика деп қарайтын пікірлердің бар екенін ескерген дұрыс. Сын – журналистика емес, публицистикалық оның табиғи қасиеті. Рас, сынның дамуында баспасөздің алар орны ерекше. Сынның негізгі рөлі баспасөзде. Баспасөз бар жерде әдеби сын да бар. Сынның дамуы баспасөздің дамуымен тікелей байланысты. Баспасөз жоқ кезде шын мәніндегі әдеби сын да болмайды. Баспасөз – сынның өмір сүру формасы, даму арнасы. Әдеби сын газет-журналдар бетінде көрініп, өмір сүреді десек, сонымен бірге журналистиканың мүмкіндіктерін де молынан пайдаланатындығы көрінеді. Сын журналистиканы өз қажетіне қарай кеңінен қолданады. Мысалы, аннотация, рецензия, мақала, шолу сияқты баспасөздің жанрлары – сынның да жанрлары. Журналистер жиі қолданатын дөңгелек үстел, сұхбат, диалог секілді түрлі формалық әдістер әдеби сынға да жат емес. Сын мен журналистиканың да мақсаты ұқсас: қоғамдық өміріміздің түрлі салаларында болып жатқан жаңалықтарды дер кезінде халыққа жеткізіп беру журналистика үшін басты мұрат болса, әдеби өмірдегі елеулі нышандарды насихаттап отыру – сынның негізгі міндеті. Бұл жерде журналистиканың ауқымы кең екендігі көрінеді. Ол әлеуметтік тіршіліктің барлық саласын қамтып жазса, әдеби сын оның бір ғана саласын – әдебиет мәселелерін ғана еншісіне алған. Бұл жерде журналистика мен әдеби сынның мақсат-мүддесі түйісіп, бір жерден көрінеді.

Публицистиканың негізгі мақсаты – бүгінгі күннің өзекті жақтарын жырлау деп ұғынсақ, сынның да басты мұраты – қазіргі әдеби процестің зәру проблемаларын көрсету. Бұл ретте Ф. Дементьевтің «біздің сынымыз қозғалмалы публицистика болуы тиіс» дегенінің жаны бар. Бұл тұрғыдан келгенде публицистика мен әдеби

сынға қойылар талап бар. Ол – бүгінгі күннің жырын жырлау. «Әдебиет – өмір айнасы». Сол әдебиетте қоғамдық өмірдің барлық саласы көрініс табатындықтан, оған пікір білдіретін әдеби сын да тек көркемдікті сөз етіп қоймай, әлеуметтік мәселелерді де қозғайды. Баспасөз ауыл шаруашылығын, өнеркәсіпті, ғылымды, мәдениетті қалай жазса, көркем әдебиет мәселелерін де ұдайы көтеріп отыруға тиісті журналистикаға қойылатын барлық талаптар әдеби сынға да қатысты. Әдеби сынның осындай қасиеттеріне орай, оны әдебиет материалдарына негізделген публицистика деп атауға болады. Сынның пайда болуы, атқарар қызметі, мазмұн-түрі жақтарындағы публицистикалық қасиеттері оның журналистикамен тікелей байланыстылығын көрсетеді.

Әдеби сын журналистикаға аяқты нық тірегенде ғана өзіне жүктелген үлкен міндеттерді ойдағыдай орындай алады. В.Г. Плеханов сынның публицистикалық сипатын оның ғылыми жағымен байланыстырады: «Объективті сын шын мәнінде ғылыми болғанда ғана публицистикалық сипатқа ие бола алады. Егер өнердің мәңгілік заңдары өмір сүретін болса, белгілі бір тарихи кезеңдерде публицистика көркем творчество ауылына баса көктей кіріп, өз үйіндегідей іс-әрекеттер жасайды. Әдеби сын да солай». Өмірде болып жатқан құбылыстарға да белсене араласып, пікір білдіріп отыру, әдеби сынның өміршеңдігі мен өмірімен тығыз байланыстылығының басты шарты.

Қазақ әдебиеті сынының тарихына, оның жүріп өткен жолына көркемдік сапа деңгейі тұрғысынан қарағанда бірнеше айтулы кезеңдерді атап өтуге болады. XX ғасырдың 20-30 жылдарында Алаш арыстары негізін қалаған, осылардың арқасында жаңаша, ұлттық танымдық-көркемдік биікке көтерілген әдеби-көркем сын, ең бастысы, осы арқылы сол кезеңдегі туған әдебиетіміздің тарихын, теориясын, көркемдік ізденістерін бір жүйеге түсіруге деген талпыныс өз жемісін берді. Сол жылдардағы А. Байтұрсынов, Ж. Аймауытов, С. Мұқанов, С. Сейфуллин, М. Әуезов, Ғ. Тоғжанов, Қ. Жұмалиев, Е. Ысмайылов, Б. Кенжебаев бастаған және осы ізденістер арнасын әрі қарай сәтті жалғастырып кете алған кейінгі толқын әдебиет зерттеушілері мен сыншылары да ұлтымызға теңдессіз, құнды мирас қалдырды. Қазір қолымызда қалған осынау баға жетпес құнды мұра бүгінгі әдебиетін іздейтін, әдебиетін сүйетін жас ұрпаққа да таптырмас рухани азық екендігін айтып жату артық. Демек, қазіргі қазақ көркем сыны тақыр жерден басталған жоқ, құнарлы мектептен, телегей теңіз әдебиетіміздің өз қайнарынан нәр алды. Қазақтың ұлттық әдеби сыны мен әдебиеттану ғылымындағы осынау күрделі жылдарда қалыптасқан, өркен жайған құнарлы дәстүр 60-90 жылдар, керек болса бүгінгі тәуелсіз әдебиетіміз бен өнеріміз үшін де баға жетпес биік тұғыр, эстетикалық құндылық болып отыр. Осы жылдар аралығында осынау құнарға табан тіреген, содан нәр алған бірнеше буын қазақ сыншылары да өсіп жетілді, әдебиет айдынына шықты. 70-жылдардың ішінде жазған дүниелерімен оқырманын елең еткізіп осы көшке келіп қосылған З. Серікқалиев, Т. Тоқбергенов, А. Сүлейменов, Ж. Әбдірәшев, С. Әшімбаев, Т. Шапай, Сайлаубек Жұмабек, т.б. сын еңбектері әдебиетке соны леп алып келді.

Жалпы, әдеби сын туралы көптеген ғалымдардың түрліше берген баға, пайымдаулары бар. Мысалы, мына анықтама әдеби сынның атқарар қызметін, парызын дәл анықтайды.

«Әдебиет сыны – әдеби сын, көркем әдеби сын – әдебиеттану ғылымының бір саласы. Ол өмір шындығы мен әдеби шығармадағы көркем шындық арақатынасын саралап, көркем шығарманы әдеби тұрғыдан бағалайтын, әдеби дамудың ағымдағы мәселелерін талқылап, бағыт сілтеп отыратын әдеби-публицист, ғылыми-эстетикалық шығармашылық түрі. Әдеби сын – аса күрделі сала. Оның негізгі зерттеу объектісі – көркем әдебиет, әдеби процесс. Сыншы белгілі бір әдеби шығарманы талдап, баға беру үшін әдебиеттану ғылымының зерттеу әдістерін, методологиясын қолданады. Әдеби сынның басты ерекшелігі, көбінесе, қазіргі әдебиеттің жай-күйін қарастыруында, әдеби мұраларды бүгінгі заман тұрғысынан пайымдауында. Әдеби сын әдебиеттің теориясы, әдебиеттің тарихы жеткен жетістіктерге сүйенеді. Көркем шындыққа айналатын өмір – аса күрделі құбылыстардың біртұтас жиынтығы. Міне, сол сан қырлы өмір оқиғаларының көркем әдебиетте қалайша көрініс тапқандығын анықтап отыратын әдеби сынның да оларды түрлі жақтарынан зерттейтін ғылым салаларының жетістіктерін қажетінше пайдаланып отырады».

Жалпы, әр жанрдың өз сыншылары болуы керек екеніне ешкімнің таласы болмас.

Іргелі елдерде солай. Оларда уақыттан қалып қоймау үшін мерзімдік әдеби басылымдарда жарияланған шығармалар мен бір жыл ішінде жарыққа шыққан кітаптарды саралап отыратын сын жүйесі қалыптасқан. Бізде осындай жүйе қашан қалыптасар екен дейсің. «Атаусыз қалу – атумен тең» деп Асқар Сүлейменов айтпақшы, кез келген қаламгер үшін өзінің шығармасына сыни тұрғыда баға берілуі, тіпті, жағымсыз күйде болса да, маңызды екені анық.

Сын тағдыры бүгінде орта буын, жас буынның қолына көше бастады. Аға ұрпақ сыннан біржола сырт айнала бастады деген пікірлер де бар. Жаңа жазып бастаған жас сыншылар мен бай тәжірибелі аға сыншылардың сабақтастығы үзіліп тынған. Содан да жас сыншылардың сыны сұйықтау, шикілеу, ғылыми негіздемеден жұрдай болып келеді. «Кез келген адам өзінің пікірін айтуға құқылы, бірақ кез келген адам өзінің көзқарасын білдіруге құқылы емес» деген ойлы сөз бар. Пікірді айта беруге болады, ал көзқарасыңды ғылыми түрде негіздей білуге тиіссің. Сынға шындап араласқан адамның теориялық жағынан өте мықты дайындығы болуы, салыстырып отыру үшін, ұлттық әдебиетпен қоса, әлемдік әдебиетті де терең білетін жан болуы керектігі күмән туғызбаса керек. Сыншы жазушыдан гөрі талланттырақ болуы, интеллект жағынан да биік тұруы шарт. Сонда ғана оның сыны қаламгерге ой салып, әдебиеттің дамуына, қоғамдық, әдеби-эстетикалық ойдың өсуіне ықпал етеді. Сыншының жазушы мен оқырманды байланыстыратын алтын көпір болмағы ләзім. Ал бүгінде жазушы мен оқырман арасындағы байланыс үзілген, үзілмеген күнде де, үзіліп түсуге шақ тұр.

Оқушы бұрын өмірді кітаптан іздейтін. Жастар махаббатты, сүю мен күюді кітаптан іздегені өтірік емес. Қазір сол кезде өмірдің орнын басқан мәртебелі кітап қалың оқушыға бір кездегідей керек пе? Керек болса да, дәл сол кездегідей керек емес-ау... Әдеби ағыстың ауа райын анықтайтын болғандықтан, сыншылардың мойнына артылатын жүк те ауыр, жауаптылық одан да салмақты. Нағыз сын авторды қаралау емес, үйрету болса керек-ті. Кез келген шығармашылық тұлғаны, жалпы рухани ізденістерді бағалай білгенге не жетсін?! Қанша жерден сынап отырсаң да, авторға деген құрметің де болуы керек емес пе?! Жалпы, бәрін бірден әлемдік әдебиет өлшеміне салуға тырысатынымыз жаман-ақ. «Әдебиетте жас жоқ» деген қағида бар. Десек те, автордың бәріне бірдей талаппен қарауға болмайтыны анық. Сыни тұрғыда сақа жазушыға бір бөлек, жас жазушыға бір бөлек қарау керек екенін ұмытпауға тиіспіз. Кәсіби қаламгер мен әуесқой қаламгерді бір қатарға қоюға болмайды. Кейде баспадан көржердің бәрі шығып жатыр, таза әдебиет пен халтура мидай араласып кетті деген сөздерді естиміз. Ауылдық, аудандық деңгейдегі әдебиет те өмір сүруге құқылы шығар, кім білген. Бәрібір олар үлкен айналымға түсе алмасы анық. Жақсының жақсы екенін білу үшін жаман да керек секілді.

Бүгінгі күні сын жазуға деген қызығушылық жоқтың қасы. Ешкім қызықпағаннан кейін, әрине, ол салада қалам тартылмайтыны белгілі. Кезінде В. Белинский секілді мықты сыншылар әдеби сын жанрын арнайы қалап, таңдап алып, әдебиеттің деңгейін көтеру үшін қызмет еткен болатын. Шынында да әділ сын әдебиеттің дұрыс дамуына үлкен септігін тигізетін нәрсе. Сол сын арқылы әдебиеттің бағыт-бағдары, жетістігі мен кемшілігі көрінеді. Ал сынды жазу өте ауыр. Оған үлкен дайындық керек. Жақсы сын жазу үшін әуелі терең білім, сонан соң ұзақ уақыттық жаттығу қажет. Ал дәл қазір ондай мамандар өте сирек. Бір кездері академиялық оқытуларда әдебиеттің мәнін, мағынасын, маңызын кең көлемде түсіндіретін. Ондағы адамдардың теориялық дайындығы мықты еді. Сол жерде оқып, білім жинақтағаннан кейін ғана сын жазуға бейімделе бастайтын. Ал бейімделу ұзақ процесс. Жалпы, сын дегеннің өзі абырой әперетін нәрсе болмағандықтан да оған қызығушылық аз. Өйткені белгілі бір туындының жақсылығын, я жамандығын көрсету үшін, шығарма сыналып, жазушының шеберлігі туралы ойлар айтылуы тиіс. Ал ондай сын қай жазушыға жағуы мүмкін. Қанша жерден сын – әділ таразышы дегенімізбен де, дәл осы күні жазылып жүрген сындар туралы олай дей алмайтынымыз рас. «Сын – шын болсын, шын – сын болсын», – деген М. Әуезов сөзі ескерусіз қалғалы қашан. Оның бірнеше себептері де бар. Біріншіден, осы күні жазған дүниеңе ештеңе төленбейді. Екіншіден, тек қаржылық жағынан ғана емес, творчестволық тұрғыдан да өсіп-өнуге ешқандай мүмкіндік жоқ. Қазір, тіпті, сынды ешкім басып шығармайды да. Мәселен, кезінде Сағат Әшімбаевтар ең әуелі әдебиет туралы ойларын жазып тұратын. Біртіндеп кей шығармаларды сынап, олардың мазмұнына тереңдей еніп, өзінің

эстетикалық талғамын, теориялық білімін, жанжақты біліктілігін мақала ретінде таныта бастады. Кейін сол жазғандарының бәрін кітапқа біріктірді. Сөйтіп, мақаласына да, кітабына да қаламақы алып, өзіне қаржылық жағынан көмек тауып жатты. Ал қазір ондай мүмкіндіктер жоқ. Біреудің шығармасын оқып, кейін оны сынап, бәленбай уақытыңды бөлгеніңмен, саған келер ешқандай пайда болмаса, ондай іске кім құлшынбақ. Тіпті, ең болмағанда, сыншы ретінде танылуға да мүмкіндік жоқ қой қазір. Мәселен, бүгінгі шығып жатқан кітаптарды алып, соларға сын жазу үшін қаншама уақытыңызды бөлуге тура келетінін ойлаңыз. Оқып шыққаннан кейін оны талдауыңыз керек. Ал осынша есіл уақыт пен қажырлы еңбектен еш нәтиже көрінбесе, ол салаға кім ат басын бұрғысы келсін. Сонымен қатар қазіргі күні көпшіліктің әдебиетке деген қызығушылығы да аз. Негізінен, қай кезеңде болмасын әдебиеттің негізгі оқырманы 20 мен 30-дың аралығындағылар. Әдебиет – адамды адам болып қалуға үйретететін тәрбие құралы, өмірдің қарапайым шындығын көркемдік шындыққа айналдырып беретін де осы әдебиет десек, негізінен, соны ұғынатын, өзі оқыған шығармадағы бүкіл жақсылық пен жамандықты саралайтын, оның көркемдігіне тұшынатын, автордың ұтымды тәсілдеріне тәнті болатындар – осы жас аралығындағылар екен. Ал бүгінгі заманда ондай құлшынып оқитындар сирек. Жазылған сынды ешкім оқып жарытпауы да мүмкін. Себебі, көп адам сол сын нысанасына айналып отырған шығарманың өзімен таныс емес болып шығады. Үшіншіден, бүгінде сыншыларды ұйыстыратын, ұйымдастыратын, көзқарас бірлігін, бағыт-бағдар бірлігін, заманға ыңғайлы, жоспарлы-жобалы түрде қарайтын орта жоқ. Әркім өзінің білгенінше біреуі ағасын, біреуі інісін мақтап жазып жатыр. Біреуге ерегесіп қалған болса, шығармасын түкке алғысыз етіп сынап тастайды. Сонда осыны таразылайтын, мынанікі дұрыс, мынанікі бұрыс дейтін орта қайда? Қай кезеңде болмасын, «сын әдебиеттен қалып қалды», «жақсы сын жоқ» деген пікірлер ылғи болып тұрады. Ал қазіргі күні жақсы сынның жоқ екені айтпасақ та белгілі болып тұр.

«Әдебиет – халықтың ішкі запыраны, билік әдебиетті осылай түсінуі керек, сондықтан әдебиетті жолға салатын, өрістететін сынға билік көңіл бөлуі тиіс, – дейді сыншы Амангелді Кеңшілікұлы. Кеңестік кеңістікте баспаларда «жабық рецензия» дейтін жүйе болатын. Оған пікір жазғандарға қомақты қаламақы төленген. Қаламақы төленген соң, сыншылар жанын салып еңбектенген. Қазір ондай қаламақы жоқ болғасын, жан бағудың жолында жанталасып жүргендердің босқа арам тер болғысы келмейді» – дейді сыншы Бақыт Кәрібаева [«Айқын» газеті].

Орыс әдебиетшілері «біздің алтын ғасырымыз Пушкин, Толстой дәуірінде өтіп кетті, XX ғасырда орыста үлкен әдебиет туған жоқ» деген қорытындыға келуде. Кеңестік замандағы мықтыларын қайтадан жаңаша пайымдап, талдап-сараптауда. Әдеби сыны бұрыннан мықты елдің әдебиеті де мықты. Тургенев: «Мен өлгенде мәйітімді Белинскийдің қасына қойыңдар», – депті. Бұл екеуі – өнерде көзқарастары түйіспеген адамдар, бірақ... Бұл да – сынның, сыншының құдіреті. Әдебиет зерттеушісі Айгүл Ісімақованың айтуынша, «тәуелсіздік жылдарынан кейін қазақ әдебиетіне тың серпін әкелген шоқтықты шығармаларды, келісті кітаптарды таратып талдау, әділ безбендеу үшін бұрынғы академиялық стильдегі сыни жүйеміз жарамсыз, ол үшін тыңнан ойлайтын жас сыншылардың жаңа буыны пайда болуы керек. Ал ол жас сыншыларды баулып, қалыптастыратын кім сонда?!» [«Айқын» газеті] Бұл сұрақ баршамызды толғандырады.

Әдебиет сыншысы Бақыт Сарбалаұлы «Тәуелсіздік алғаннан кейін әдебиетімізде үлкен дағдарыстың белең алғанын жасырмай айтуымыз қажет. Қазір де содан шыға қойған жоқпыз. Өйткені шын мәнісіндегі кесек туындылар өте сирек туып жатыр. Бірақ соған қарамастан, маған дәл бүгінгі таңда әдеби сын көбірек керек секілді болып көрінеді. Олай дейтін себебім, Кеңес одағы құлағаннан кейін бәріміз де бетімізбен кеттік. Әсіресе бүгінгі жастарымыз нақты бағдарсыз өмір сүріп жатқан секілді», – дейді. [www.azattyg.org]

Дәтке дауа, соңғы уақыт бедерінде жас әдебиетшілердің ішінен суырылып шығып, сын майданына араласқандары бар. Олардың санатына Серікбол Хасан, Бағашар Арықбай, Қозыбай Құрман тағы басқа сыншыларды қосуға болады. Жас сыншылардың жазған рецензия, сындары ауық-ауық «Қазақ әдебиеті», «Ақ желкен», «Жас қазақ» басылымдарында жарық көруде.

Бұл сонау аға буын өкілдері бастаған әдебиет сыны жолының әлі де жалғасып келе жатқанын көрсетсе керек.

Әдебиеттер

1 «Қазақ энциклопедиясы – VI» «Kazakh encyclopaedia – VI»
2 Қабдолов З. Екі томдық шығармалар. – Алматы, 1983.
3 Қирабаев С. Әдебиетіміздің ақтаңдақтары. – Алматы, 1992.
4 Қирабаев С. Ұлт тәуелсіздігі және әдебиет. – Алматы, 2001.
5 Сыздықов Қ. Мұхтар Әуезов – әдебиет сыншысы. – Алматы, 1973.
6 Қазақ әдебиетінің тарихы. III том. 2-кітап. – Алматы: Ғылым, 1967. – 663 б.

References

1 Kazakh encyclopedia – VI.
2 Khabdolov Z. Two-volume edition. – Almaty, 1983.
3 S. Kirabayev, White spots of literature. – Almaty, 1992.
4 Kirabayev S. Independence of nation and literature. – Almaty, 2001.
5 Syzdykov K. Mukhtar Auezov – literature expert. – Almaty, 1973.
6 History of Kazakh literature, III edition, Second book. – Almaty: Gylym, 1967. – P. 663.

ӘОЖ 339.5/.9

Қ. Қабиден

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.

E-mail: mr.haly1986@mail.ru

ҚХР Шыңжаң ұйғыр автономиялы ауданының Қазақстан Республикасымен сауда байланыстары

Мақалада Қытайдың Шыңжаң ұйғыр автономиялы ауданының сыртқы сауда байланыстарының жалпы жағдайы және оның Қазақстанмен сауда-экономикалық байланыстары қарастырылған. Автор Шыңжаң мен Қазақстанның аймақаралық байланыстарының тарихи кезеңдеріне сипаттама беріп, қазіргі таңдағы ШҰАА-ның сыртқы сауда саясаты және Қазақстанмен әртүрлі формадағы сауда байланыстарының даму үдерісіне талдау жасап, ғылыми қорытындылар тұжырымдайды.

Түйін сөздер: Қытай, Шыңжаң, сауда, Қазақстан, даму.

K. Kabiden

The foreign trade – economic relations between Xinjiang, China and Kazakhstan

This article discusses the general appearance of the economic situation of Xinjiang – Xinjiang Uygur Autonomous Region of China, and its trade – economic relations with Kazakhstan. The author describes the historical relationship between Xinjiang and Kazakhstan, exploring the modern strategies of foreign trade and the development of different forms of trade – economic relations between Xinjiang and Kazakhstan, which's leading scientific conclusion of the study.

Keywords: China, Xinjiang, trade, Kazakhstan, developing.

К. Кабиден

Внешнеторговые отношения между Синьцзян-Уйгурским автономным районом (КНР) и Казахстаном

В данной статье рассматриваются общее внешне экономическое положение Синьцзян-Уйгурского автономного района Китая и его торгово-экономические отношения с Казахстаном. Автор описывает исторические связи между Синьцзянем и Казахстаном, исследуя современные стратегии внешней торговли и развитие разных форм торгово-экономических отношений между СУАР и Казахстаном, приводит научный вывод исследования.

Ключевые слова: Китай, Синьцзян, торговый, Казахстан, развивающийся.

Қазіргі Шынжаң ұйғыр автономиялы ауданы (ШҰАА) Қазақстан Республикасымен іргелес жатқан Қытайдың батыс провинциясы. Бұл аймақтың Қазақстанмен байланыс тарихы ежелгі заманнан басталады. Қытайдың байырғы Чанань қаласынан Римге қатынаған «Ұлы жібек жолы», кезінде Шынжаң мен Қазақстанды басып өтіп жатқан-ды. «Ұлы жібек жолы» сан ғасырлар бойы Шығыс пен Батыс мәдениетін алмастыру миссиясын атқарды. Сол «Ұлы жібек жолы» өткен Қазақстанның көптеген қалалары кезінде гүлденіп, өркендегені тарихи деректерден белгілі[1]. Демек, қазіргі ШҰАА аймағы мен Қазақстан Шығыс пен Батыс мәдениетін байланыстырған, тоғыстырған өркениет ошағы болып табылады.

Бірақ таяу заманда, патшалық Ресей мен Қытайдың Чиң (Цин) империясының Қазақ жерінен мемлекеттік шекарасын анықтау арқылы 1864-1885 жылдары қол қойған бірқатар келісімшарттары негізінде, қазіргі Шынжаң мен Қазақстанның шекара шебі қалыптасқан. Содан бастап Шынжаң мен Қазақстан Қытай, Ресей құрамындағы іргелес аймақтарға айналды[2].

Қытай Компартиясы 1949 жылы Қытай Халық Республикасын құрып, Қытайда социа-

листік қоғам орнатып, Қытайдағы аз санды ұлттарға автономиялы саясат қолданды. Бұрынғы Шынжаң өлкесі 1955 жылдың 1 қазан күні Шынжаң ұйғыр автономиялы ауданы болып құрды. Содан бері Шынжаң қоғамы жалпы қытайдың социалистік құрылыс үдерісінде дамып келеді.

1978 жылы желтоқсан айында Қытай Компартиясы өзінің XI кезекті III пленумында «қоғамдық реформа жүргізу, есікті ашық ұстау» сынды тарихи шешімін қабылдады. Содан бастап қытай қоғамы реформа және даму дәуіріне қадам басты. Қытай реформасы жоспарлы түрде іске асырылып, алдымен, аграрлық салаға, одан соң сауда-өнеркәсіп, одан соң білім-ғылым саласына, одан соң саяси жүйеге реформа жүргізіп келеді, дамып келеді. Қытай реформа арқылы бұрынғы жоспарлы экономика жүйесінен нарықтық экономика жүйесіне өзгертті [3].

Қытайдың қоғамдық рефома және даму жоспары – «Шығыс бөлігінен батысқа қарай», «Теңіз жағалауы аудандарынан ішкі құрлық аймақтарға қарай дамуға» бағытталған. Соған байланысты ШҰАА-ның жапы әлеуметтік даму деңгейі мен сыртқы сауда байланыстарының дамуы басқа өлкелеріне салыстырғанда біршама төмен болып келген-ді.

Бірақ ШҰАА-ның географиялық орналасуының Еуроазия материгіндегі халықаралық сауда байланыстарын дамытудағы алатын орны мен рөлі өте маңызды. Оның бұл басымдылығы өткен ғасырдың соңына таман көріне бастады.

КСРО құрамындағы Қазақсатан мен Қытайдың Шыңжаң өлкесі арасындағы өзара байланыстар өткен ғасырдың 80-жылдары басталды, нақтылап айтқанда 1989 жылы ресми бастады. Сол жылы Шыңжаң мен Қазақстан арасында сауда ынтымақтастығы туралы келісімге қол қойылды. 1990 жылдың шілде айында Нұрсұлтан Назарбаев бастаған делегация Шыңжаң, СинЧжин және Пекинге сапармен барды. Сапар барысында екі жақ «Үрімжі мен Алматыда ҚХР ШҰАА мен Қаз КСР-інің экспорттық тауарлар көрмесін ашу туралы келісім» және «ШҰАА мен Қаз КСР-і арасындағы Алашанькоу-Достық шекаралық темір жол өткелін тиімді пайдалану туралы шарт»[4] сияқты құжаттарға қол қойды. Бұл Шыңжаң мен Қазақстан арасындағы алғашқы ресми байланыстардың басталуы еді. Қазақстан тәуелсіздігінен кейін, Қытай – Қазақстан қатынастары терезесі тең мемлекеттер ретінде жаңа сипатта дами бастады.

ҚХР мен Қазақстан Республикасы арасындағы дипломатиялық қатынас 1992 жылы 3 қаңтарда орнады. Содан кейін Қазақстан мен Қытай арасында жасалған жоғары дәрежелі өзара ресми сапарлар, екі елдің саяси дипломатиялық қатынастарының құқықтық негізі қаланды. 1992 жылдың ақпан айында Қазақстан премьер-министрі С. Терещенко ресми сапармен Қытайға барды. Бұл Қазақстан тәуелсіздік алғаннан кейінгі жоғары дәрежелі үкімет делегациясының Қытайға бірінші рет баруы. Сапар барысында тараптар Бірлескен мәлімдемеге, Қазақстан Республикасы Үкіметі мен Қытай Халық Республикасы Үкіметі арасындағы азаматтардың өзара жол жүруі туралы келісімге қол қойылып, сауда-экономикалық және ғылыми-техникалық ынтымақтастық туралы үкіметаралық комиссия құру туралы келісім жасады [5]. 1992 жылы 10 тамызда, екі елдің сыртқы істер министрлері «Шекара өткелдерін ашу туралы келісімге» қол қойды. Осы келісімнің 3-тармағы бойынша, Қазақстан мен Қытай арасында, Қорғас (ҚР)-Қорғас (ҚХР) кедені, Достық (ҚР) – Алашанькоу (ҚХР) кедені, Бақты (ҚР)-Бақту (ҚХР) кедені сияқты халықаралық тасымалдау кедендері құрылды. 1992 жылы қарашадан бастап үшінші жақ елдердің азаматтарына, қатынас құралдарына және тауарларына аталған кедендерден өтуге рұқсат берілді. Содан кейін Майқапшағай (ҚР)-Жеменей (ҚХР) кедені, Алексеев (ҚР)-Ақтүбек (ҚХР) кедені, Нарынқұл (ҚР)-Мұзарт (ҚХР) кедені екі жақты тасжол транспорт және ресми делегациялардың өткелін құратын болды [6].

ШҰАА өзінің географиялық орналасу орнын пайдалана отырып, сыртқы сауда байланысын дамыту үшін, 1992 жылы 2 қыркүйек айында Үрімжі қаласында, «Үрімжі шекара аймақтық сауда-экономика жәрмеңкесінің» шымылдығын алғаш рет ашты [7]. Оған тек Шыңжаң өлкесі ғана емес, бүкіл қытайдың ішкі өлкелерінен 20 провинцияның 68 сауда үйірмесі, 600-ден аса кәсіпорын қатысты. Шет елдік 38 мемлекеттен 2000-нан аса кәсіпкер арнайы келіп, өзара сауда байланыстары жөнінде әріптестерімен байланыс орнатты. Осыдан бастап ШҰАА үкіметі «Үрімжі жәрмеңкесін» жыл сайын өткізуді дәстүрге айналдырды. 1994 жылы жәрменкенің атын «Үрімжі сыртқы сауда-экономика жәрмеңкесі» деп өзгертті. 2008 жылғы атауы «XYII кезекті Қытай Үрімжі сыртқы сауда-

экономика жәрмеңкесі» деп аталды. Ал 2011 жылы қыркүйектегі жәрмеңкенің атауын – «Қытай-Еуразия көрмесі» деп жаңаша атаумен жаңа формада қайта ашты[8]. Демек, Үрімжі қаласында жыл сайын өткізіліп тұратын аталмыш жәрмеңке немесе көрме арқылы Шыңжаң өзінің сыртқы сауда-экономикалық байланыстарын жыл сайын кеңейтуде. Сондай-ақ олар Қытайдың шығысындағы провинцияларымен де ішкі сауда байланыстарын нығайтуда. Өйткені Шынжаң үкіметінің сауда стратегиясы – «шығыс провинциялармен байланыс жасап, батысқа экспорт ету» немесе «шығыстан енгізіп, бастысқа шығару» болып анықталған.

Шыңжаң басшылары белсенді түрде дипломатиялық қимылдар жасау арқылы, алдымен іргелес көрші мемлекеттермен сауда байланыстарын дамытуды көздеді. Мысалы, 1994 жылы 24 маусым айында, Қытай ШҰАА-ның төрағасының орынбасары Ли Дунхэй Шыңжаң сауда-экономика делегациясын бастап Қазақстанға келді. Ол сапар барысында Алматы қаласында Қазақстан премьер-министрінің орынбасарымен кездесу өткізді және Алматыда ашылған «Шыңжаң экспорт тауарлары көрмесінің» тұсаукесеріне қатысты. 1995 жылы шілдеде ШҰАА үкіметі төрағасының орынбасары Асқат Керімбай Шыңжаң үкіметі сауда-экономика делегациясын бастап Қазақстанға сапармен келді. Соған орайластырылған «Шыңжаң сыртқы сауда көрмесі мен жәрмеңкесі» Алматы қаласында ашылды. Сол жылдың 17-20 қарашасында Алматыда «Қытай мен Қазақстан сауда-экономика және ғылым-техника селбестік комитетінің» екінші реткі кездесуі өтті. 1997 жылы 26-30 мамыр аралығында, «Шыңжаң-Тяньзинь экспорт тауарлар көрмесі» Алматы қаласында өтті. Осындай іс-шаралардың нәтижесінде Қазақстан мен Қытайдың Шыңжаң өлкесі арасындағы сауда-экономикалық байланыстар дамыды.

Қытай XXI ғасырдан бастап, «Батыс бөлікті игеру стратегиясын» жүзеге асыруда. Бұл – Қытай Халық Республикасының жалпы әлеуметтік даму стратегиясының құрамдас бөлігі болып табылады. Сондай-ақ ол Қытайдың кезек-кезегімен, рет-ретімен іске асырып келе жатқан әлеуметтік даму бағлдарламаларының аса зор көлемдегі ең күрделісі болып табылады [9]. Бұл іс жүзінде Шыңжаңның сыртқы сауда байланыстарын дамытуға орасан зор мүмкіндіктер жасады.

2005 жылы «Қытай-Қазақстан сауда-экономика форумы» Үрімжі және Құлжа қалаларында өтті. Бұл форумға Қазақстан, Қырғызстан және Өзбекстан елдерінің сауда-экономика компаниялары мен Шынжаңның сыртқы сауда компаниялары қатысып, тараптар бас қосып, өзара сауда байланыстарын дамытудың жолын қарастырды. Сондай-ақ сауда-экономиканы зерттеуші мамандар тараптардың сауда-экономика жағдайын, кеден өткелдерінің қызметін жетілдіру туралы мәселелерді талқылады[10]. Осындай шаралар ШҰАА-ның сыртқы сауда айналымын дамыта түсті. Сыртқы байланыстардың сұранысына орай Шыңжаң төңіректегі елдермен қатынас-транспорт жүйесін де дамытты.

ШҰАА Үкіметі Қытайдың іші мен сыртына қатынайтын теміржол, тасжол және әуе жолдары тораптарын қалыптастырды. Бұл Шыңжаңның сыртқы сауда саласының дамуына қолайлы жағдай жасады. Статистикалық мәліметтерге жүгінсек, 1992 жылы ШҰАА-ның импорт-экспорт жалпы құны 750,39 милл АҚШ доллары болса, 2002 жылы 2692 милл АҚШ долларына жеткен, жылына 13,63%-ға артып отырған. Мұнда экспорт құны 548,57 милл АҚШ доллары болса, импорт құны 453,04 милл АҚШ доллары болған. Бұл санақ 1992 жылмен салыстырғанда 258,75% арытқан.

2003 жылы ШҰАА мен Қазақстан арасындағы импорт-экспорттың жалпы құны 2546 милл АҚШ долларына жетіп, сыртқы сауда импорт-экспорт жалпы құнының 83,77%-ын ұстаған. Мұнда экспорт құны 1273 милл АҚШ доллары болса, импорт құны 1273 милл АҚШ доллары болған. 2011 жылы импорт-экспорт жалпы құны 22822,25 милл АҚШ долларына жеткен. 2011 жылғы ШҰАА мен Қазақстан арасындағы импорт-экспорт жалпы құны 10596,64 милл АҚШ долларына жеткен. Бұл санақ 2003 жылға қарағанда 316,2%-ға өскен. Қазақстан ШҰАА-ның сыртқы саудасында бірінші орында тұрады [11].

ШҰАА-ның Импорт-экспорты (мың АҚШ долл.)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Импорт-экспорт жалпы құны	5635630	7941890	9103270	13716230	22216800	13827710	17128340	22822250

*Шыңжаң статистикалық жылдық жинағынан (2009-2012) реттеп алынды.

Жоғарыдағы кестеден ШҰАА-ның 2004 жылдан бергі, сыртқы саудасының жалпы беттік көбейіп келе жатқан беталысын аңғара аламыз. 2008 жылға қарағанда 2009 жылы азаю жайы көрінгеніменен, 2010 жылдан бастап қайтадан жоғарлаған.

ШҰАА мен Қазақстан импорт-экспортының жалпы құны (мың АҚШ долл.)

ШҰАА-ның Қазақстанмен болған Импорт-экспорт жалпы құны	2008	2009	2010	2011
	9070740	6897510	9259180	10596640

*Шыңжаң статистикалық жылдық жинағынан(2009-2012) реттеліп алынған.

Жоғарыдағы кестеден ШҰАА мен Қазақстан арасындағы сауда айналымның жалпы көбейіп келе жатқанын көруге болады. 2008 жылға қарағанда 2009 жылы 30 пайызға азайған. Бұл жағдайды сол жылы, Қазақстанның Кеден одақтастығына мүше болуына байланысты, кеден салығының көтерілуіне, сол жылдары жалпы дүние жүзілік экономика дағдарысының ықпалдарынан болған деп түсінуге болады. 2009 жылдан кейін, ШҰАА мен Қазақстан арасындағы импорт-экспорт жалпы құны қайтадан бұрынғы деңгейге көтерілді, тіпті, одан әрі арта түскені байқалады.

Қазіргі таңдағы экономикалық жаһандану үдерісі дамушы елдердің аймақаралық байланыстарын тереңдетуде. Соның мысалдарын Шыңжаң мен Қазақстан және Орта Азия елдері арасындағы сауда-экономикалық байланыстардан көруге болады. Өйткені олар арасындағы сауда байланыстары сыртқы сауданың барлық формаларын бастан өткізу арқылы жоғары деңгейге көтеріліп отыр. Яғни олар ең алғашқы тауар айырбастау формасынан кезір, қаржы біріктіріп кәсіпорын ашу сынды ынтымақтастық қатынасын орнатып, екі жақты сыртқы сауда қимылдарын ортақ жүргізу дәрежесіне көтерілді әрі халықаралық өлшемге де сай жұмыс жасауда.

ШҰАА аймағы мен Қазақстан арасындағы географиялық және транспорттық байланыстары сыртқы сауда әрекеттерін сәтті жүруінің ең негізгі алғышарттарының бірі болып табылады. ШҰАА-ның 10 елмен шекаралас жатқан өңірлерінің ішінде бесеуі Қазақстанмен көрші. Олардың арасында бірінші дәрежелі кеден пунктінен төртеуі, мезгілдік тауар өткелінен үшеуі бар. ШҰАА шекарасы мен Қазақстан қалаларының аралығы қашық емес. Және шекара арасы тасжолдар бір-бірімен ұласып тұр, шекара өткелерінің инфрақұрылымдары мен қызмет көрсетуі барған сайын жақсаруда. Мұның ішінде Қорғас өткелі, ШҰАА мен Қазақстан арасындағы сауда-саттық және бұқаралық қарым-қатынастағы маңызды өткел болып отыр. Қорғас кедені – Қытай мен Қазақстан арасындағы, сауда-айналымлына арқау болып отырған кедендердің бірі. Сонымен қатар кеден өңірдің экономика, әлеуметтік дамуына мемлекеттік деңгейде көңіл бөлініп, нақтылы іс-шаралар жүзеге асырылуда. 2005 жылы шілдеде Қытай мемлекет басшысы Ху Цзэньтао Астанада өткен ШЫҰ-ның самитіне келген кезде, Қытай мен Қазақстан екі ел бірігіп, Қорғаста «Қытай-Қазақстан халықаралық шекара селбестік орталығын» ашу туралы келісімге қол қойды. Орталық жалпы аумағы 5,28 шаршы км болса, Қытай жағы 3,43 шаршы км, Қазақстан жағында 1,85 шаршы км болған. Бұл Орталыққа кез келген адам, екі жақтағы қақпадан емін-еркін кіріп-шыға алады. Орталықта базар, емхана, қонақүй сынды нысандар тұрғызылды. Бір ретте бір азамат

Орталықтың территориясында 30 күн визасыз тұра алады. Қытай жағында тағында 9,37 шаршы келеметр болатын қосымша аймақ дайындалды. Осы қосымша аймақта 30-дан аса кәсіпорын орын теуіп отыр. Бұл Орталықтың Қазақстан бөлігі 2006-2008 жылдары аралығында, Қазақстан индустрия және сауда министрлігінің басқаруында болған. 2009 жылдан бастап Қазақстан Республикасы «Жетісу» Әлеуметтік-кәсіпкерлік корпорациясының тікелей басқаруына өтеді. Қазақстан бөлігінде 153 инвестициялық жоба жоспарланып отыр. Әрбір нысананың салынуына тендр белгіленген. 2006-2008 жылдар арасында, Қазақстан үкіметі тарабынан 15 млрд теңге қаржы бөлінеді. 2009 жылы тағы 23 млрд теңге қаржы өңірдегі негізгі құрылғылардың салынуына жұмсалды[12].

2010 жылы мамыр айында Қытай үкімет тарапынан, Қорғаста және Қашқарда «Экономикалық ерекше игеру ауданын» құрды. Бұл шараның қолға алынуы – Қытайдағы алғашқы кезде құрылған Шэньчжэнь еркін экономикалық аймағының даму тәжірибесін батыс аймақтарға қолдану болып табылады.

Екінші Еуроазия құрлық көпірінің ашылуы, ШҰАА және жалпы Қытайдың солтүстік батыс өңірлерінің дамуына бұрын-соңды болмаған орай тудырып отыр. Бұл теміржол желісі Қытайдың шығысындағы Лянь Юнь ган қаласынан басталып, Еуропадағы Голландияның Роттердам қаласына дейін барады. Жол жалпы жеті елдің жерін басып өтеді. Олар – Қытай, Қазақстан, Ресей, Белорусь, Польша, Германия, Голландия. Бұл теміржол желісі, Азия-Атлантика мұхиты мен Еуропа арасындағы ең қолайлы құрлықтық өткел болмақ. Мамандардың пайымдауларына қарағанда, екінші Еуроазия құрлық көпірі, Сібірден өтетін бірінші Еуроазия құрлық көпіріне қарағанда, тасымал аралығы 2000 км-ге қысқарып, тасымал ақысы 30% төмендемек; теңіз тасымалына қарағанда, тасымал уақыты 60% қысқарып, тасымал ақысы 20% қысқармақ. Орта Азиядағы бес мемлекет, ішкі құрлықта болғандықтан, оларға теңіз жолымен тасымалдау, өте қолайсыз болмақ. Сондықтан да Орта Азия елдері көршілес ШҰАА мен экономикалық техникалық байланыстарында ортақ мүдделер сақталып отыр. Орта Азиядағы бес мемлекет сыртқы байланыстарын дамытуда осы құрлықтық көпір арқылы Атлантика мұхиты елдерімен де тікелей байланыс жасауына мүмкіндік жасалады. Демек, Қазақстан мен ШҰАА арасындағы экономикалық байланыстар әлемдік сауда байланыстарына жалғасуына жол ашылады.

Қытайдың «Батыс бөлікті қаурыт игеру» стратегиялық жоспары аясында ШҰАА-ның экономикалық дамуы қарқын ала түседі. Соған байланысты оның Қазақстанмен сауда байланыстары дами түседі деп жорамалдауға толық негіз бар.

Әдебиеттер

1 Жібек жолының бойындағы қалалар. http://www.baq.kz/kaz/news/cat/30/15836/. 2013-02-01.

2 Мұқаметқанұлы Н. Дипломатиялық қатынастар және қытайтану мәселелері. – Алматы, 2010. – 48 бет.

3 Мұқаметқанұлы Н. Дипломатиялық қатынастар және қытайтану мәселелері. – Алматы, 2010. – 59 бет.

4 Назарбаев Н.Ә. Қазақстанның егеменді мемлекет ретінде қалыптасуы мен дамуының стратегиясы. – Алматы: Дәуір, 1992. – 56 б.

5 Ресми сапармен// Егеменді Қазақстан. – 1992. – 25 ақпан.

6 «ҚХР үкіметі мен ҚР үкімет арасындағы шекараның өткелін ашу туралы келісім». http://www.fmprc.gov.cn/mfa_chn/ziliao_611306/tytj_611312/t556621.shtml 2013-01-20

7 Хуаң Пиң Жао. «Реформа жасап есікті ашық ұстау» саясаты алға қойғаннан бері Шыңжаң сыртқы саудасының дамуына қайта шолу[J]// Шинжяң финансы. – 2000(4). – 26–9.

8 CNENA Қытай Көрмелер порталы сайытынан. http://www.cnena.com/show.asp?id=6107 2013-01-25

9 Мұқаметқанұлы Н. Дипломатиялық қатынастар және қытайтану мәселелері. – Алматы, 2010. – 59 бет.

10 ЭКСПО «Китай-Евразия» ресми сайытынан. http://ru.caeexpo.org/ 2013-01-25

11 Шыңжаң статистикалық жылдық кітабының 1992 жылдан 2005 жылға дейінгі жинағынан реттеліп алынды.

12 Қорғас әкімшілік сайты. http://www.xjhegs.gov.cn/ . 2013-01-25

References

1 Zhibek zholynyn boindagy kalalar. http://www.baq.kz/kaz/news/cat/30/15836/. 2013-02-01.
2 Nabizhan Mukametkanuly. Diplomatialyk katynastar zhane kytaitanu maselelery. – Almany. – 2010. – 48 bet.
3 Nabizhan Mukametkanuly. Diplomatialyk katynastar zhane kytaitanu maselelery. – Almany. – 2010. – 59 bet.
4 Nazarbaev N.A. Kazakhstan egemendy memleket retynde kalytasuy men damuynyn strategiasy. – Almaty: Dauyr,1992. – 56 bet.
5 Resymi saparmen// Egemendy Kazakhstan, 1992. – 25 akpan.
6 «Kytai ukimeti men Kazakhstan ukimeti arasyndagy shekara otkelderyn ashu turaly kelisim ». http:///7 www.fmprc.gov.cn/mfa_chn/ziliao_611306/tytj_611312/t556621.shtml 2013-01-20
7 Huang Ping zhau. «Reforma zhasap esikti ashyk ustau» sayasatyn alga koigannan beri Shinzhang syrtky saudasynyn damuyna kaita sholu[J]//. Shinzhang finanysy. – 2000(4). – 26-29.
8 CNENA Kytai kormeker portaly saiytynan. http://www.cnena.com/show.asp?id=6107 2013-01-25
9 Nabizhan Mukametkanuly. Diplomatialyk katynastar zhane kytaitanu maselelery. – Almany. – 2010. – 59 bet
10 EXPO «China-Eurasia» resmi saitynan. http://ru.caeexpo.org/ 2013-01-25
11 Shinzhang statistikalyk zhyldyk kitabinyn 1992-2005 zhinaktarynan rettelip alyndy.
12 Korgas akimshilik saity. http://www.xjhegs.gov.cn/ . 2013-01-25.

УДК 070

Е.А. Морозова

Институт журналистики Киевского национального университета им. Тараса Шевченко, Украина, г. Киев
E-mail: moros-ka@ukr.net

У истоков изучения печатных СМИ: Украинский опыт

В статье рассматривается ранний этап становления исследований печатных СМИ в Украине. Проблемами функционирования и развития украинской периодики, а также возможностью ее влияния на общественное мнение уже во второй половине XIX ст. интересовались многие украинские писатели, публицисты, литературные критики, литературоведы. Именно их интерес к данной тематике способствовал зарождению в Украине науки про журналистику.
Ключевые слова: метод, СМИ, социология, влияние.

Е.А. Морозова

Мерзімді баспасөзді зерттеудің бастау көзі: Украина тәжірибесі

Мақалада Украинаның мерзімді баспасөзін зерттеудің алғашқы кезеңі туралы қарастырылады. XIX ғасырдың екінші жартысында Украинадағы мерзімді баспасөздің құрылуы мен қалыптасуының проблемалары және оның қоғамдық пікірге әсер ету мүмкіндіктері туралы украиндық жазушылар, публицистер, әдеби сыншылар, әдебиеттанушылар жаза бастады. Осы тақырыпқа қызығушылық Украинадағы журналистика ғылымының негізін салды.
Түйін сөздер: әдіс, БАҚ, әлеуметтану, әсер ету.

E.A. Morozova

At sources of studying of print media: ukrainian experience

This article discusses an early phase of research's formation of print media in Ukraine.
Already in the second half of the XIX Art. many Ukrainian writers, publicists, literary critics, literary critics were interested in problems of functioning and development of the Ukrainian periodical press, and also possibility of its influence on public opinion. Their interest to this subject promoted origin in Ukraine sciences about journalism.
Keywords: *m*ethod, media, sociology, influence.

Процесс влияния СМИ на массовое сознание интересовал западных ученых с начала Первой мировой войны, а разработанные ими концепции носили фундаментальный характер. При этом для изучения массовокоммуникационного влияния, которое осуществляют медиа, в странах Запада использовались социологические методы, что позволяло ученым фиксировать динамику развития анализируемого явления. В то же время на территории Украины, которая входила в состав СССР, в 20-40 гг. XX ст. об изучении влияния СМИ не было и речи, более того – долгое время социология не рассматривалась как самостоятельная наука.

Проблемами функционирования и развития украинской периодики, а также возможностью ее влияния на общественное мнение уже во второй половине XIX ст. интересовались многие украинские писатели, публицисты, литературные критики, литературоведы. Именно их интерес к данной тематике способствовал зарождению в Украине науки про журналистику. В частности, мнение о возникновении и развитии украинской прессы, ее роли, задачах и месте в общественной жизни в своих работах и письмах высказывали известные украинские деятели культуры и литературы И. Франко, О. Маковей, М. Грушевский, Б. Гринченко, С. Ефремов, В. Щурат [1, с. 32].

Так, например, уже в ранних своих статьях 70-х гг. XIX ст. И. Франко уделял особое внимание журналистике как важнейшей составляющей общественной и культурной жизни. И хотя писатель не оставил целостной теоретической работы об этом виде общественно-политической деятельности, И. Франко можно смело назвать одним из первых украинских теоретиков журналистики, поскольку во многих его произведениях имеются суждения, которые представляют весьма четкую систему понимания журналистской теории. Речь идет о статьях «Альманах чи газета» («Альманах или газета») (1891 г.), «Поза межами можливого» («За пределами возможного») (1900 г.), «Журнал і публіка» («Журнал и публика») (1900 г.), «Принципи і безпринципність» («Принципы и беспринципность») (1903 г.), «Дещо про нашу пресу» («Кое-что о нашей прессе») (1905 г.), «Новини нашої літератури» («Новости нашей литературы») (1907 г.) и т. д. [1, 33].

Для того чтобы публицистика влияла на общественность, считал И. Франко, высказывать правильные идеи мало − необходимо также, чтобы тема журналистских выступлений касалась жизненных потребностей читателей, интересовала их. Любое публицистическое выступление, по убеждению И. Франко, не могло рассчитывать на общественный резонанс, если не учитывало мнений и устремлений читателей. Таким образом, И. Франко подчеркивал значимость изучения аудитории: «Нужно знать, что публике нужно, что ей нравится» [2, с. 90].

Наиболее полной и значимой работой И. Франко об истории украинской прессы считается «Нарис історії українсько-руської літератури до 1890 р.» («Очерк по истории украинско-русской литературы до 1890 г.») [2]. Показав развитие украинской литературы со времен Киевской Руси до конца XIX ст., И. Франко также параллельно охарактеризовал все наиболее значимые украинские периодические издания – от харьковского «Украинского вестника» (1816 г.) до галицких газет и журналов 80-х гг. XIX ст. [1, с. 42]. По мнению В. Ризуна, данная работа И. Франко отличалась максимальной информативностью наряду с субъективно-концептуальным подходом автора к характеристике и оценке изданий, что дает основания утверждать: именно она положила начало первым научным исследованиям печатных СМИ в Украине [1, с. 43].

Разумеется, о развитии социологических методов исследования печатных изданий и их аудитории на территории современной Украины в этот период не было и речи.

В первые десятилетия XX ст. происходил процесс институализации социологической науки: создавались первые социологические учебные и научные учреждения, организовывались теоретические и прикладные исследования, издавались научные труды. После октябрьской революции первый факультет общественных наук с кафедрой социологии, которую возглавил П. Сорокин, открылся в Петроградском университете, а в 1919 г. была полностью возобновлена деятельность социологического общества им. М. Ковалевского [3, с. 8].

В Украине развитие социологической традиции было прервано политико-административным путем, вследствие чего украинская протосоциология не развилась в зрелую науку. А. Рыбщун отмечает: «По иронии судьбы первая социологическая институция – Украинский социологический институт – была основана М. Грушевским в 1919 г. в Вене. Позднее М. Шаповал, украинский ученый и общественный деятель, которого можно назвать едва ли не первым настоящим отечественным социологом, в 1924 г. основал в Праге другую социологическую институцию – Украинский институт гражданства. Научные работы и социологические идеи М. Грушевского, М. Шаповала и их коллег в полной мере не были включены в отечественное социологическое наследие и в научный оборот современной украинской социологии так и не вошли» [4, с. 26].

М. Грушевскому, который в 1924 г. вернулся из-за границы, перевести Украинский социологический институт из Вены в Киев не удалось, однако с конца 1920-х гг. до начала 1930-х гг. в структуре Всеукраинской академии наук были созданы кафедры и комиссии, которые работали по планам Украинского социологического института: секция методологии и социального обоснования при научно-исследовательской кафедре истории Украины (под руководством О. Гермайзе); кабинет примитивной культуры при той же кафедре (под руководством дочери М. Грушевского Катерины); комиссия культурно-исторического наследия при историко-филологическом отделении Всеукраинской академии наук [5, с. 25−31].

Одновременно активно развивалась и начи-

нала доминировать марксистская социология, центром которой в Украине стали философско-социологическая секция при Украинском институте марксизма-ленинизма в Харькове, отдел социально-экономических наук АН УССР и научно-исследовательская кафедра марксизма-ленинизма на базе марксистско-ленинского семинара при АН УССР [6, с. 478−487].

В этот период гуманитарные и социальные науки попали под навязчивую идеологическую «опеку» партийных органов. Так, анализируя состояние дел в Украинской академии наук в 1920-х гг., государственная комиссия пришла к выводу о «недоразвитости социально-экономических отделов, в которых на достаточном уровне не изучаются экономика, финансы, социология и советское право, а идеологический характер научных работ не связывается с новой марксистской социологией» [7, с. 52]. На практике этот вывод оказался предвестником разгрома социологической науки в Украине [4, с. 27].

Ранний советский период развития социологии был ознаменован как попытками ее полной институализации, так и постепенным торможением научных исследований в процессе трансформации социологических подходов от парадигм западного позитивизма и неокантизма к марксистско-ленинской теории как единственно верного социального учения. Из СССР депортировали более 160 деятелей науки и культуры, в том числе выдающихся философов и социологов П. Сорокина, М. Бердяева, П. Струве. Произошли изменения в общем методологическом подходе к социологии – М. Бухарин опубликовал монографию «Теория исторического материализма: популярный учебник марксистской социологии» (1922 г.), в которой исторический материализм отождествлялся с марксистской социологией и провозглашался единой научной социологией [3, с. 8]. Позднее, с выходом в печать работы Й. Сталина «О диалектическом и историческом материализме», исторический материализм был возвращен в лоно философского знания, а социология, даже в форме исторического материализма как знание нефилософское, запрещена. Работы М. Ковалевского, П. Сорокина в СССР публиковать перестали. Окончательно же «вражеским буржуазным учением» социологию провозгласили в 1929 г. в результате дискуссии в Институте философии Коммунистической академии, руководство которой пришло к категорическому выводу: «Социология – это псевдонаука, выдуманная французским реакционером О. Контом, а потому даже слово «социология» не следует использовать в марксистской литературе» [3, с. 9]. В результате − социологические методы были изъяты из научного обихода.

Научная разработка вопросов истории партийно-советской печати в Украине возобновилась только в конце 50-х гг. XX ст. Советские исследователи придерживались мнения, что изучать партийно-советскую периодику нужно со времен подготовки и возникновения украинских рабочих периодических изданий (80-90 гг. XIX ст.). Одним из первых эту тему начал разрабатывать Л. Суярко. Его брошюра «Досвітні вогні. Зародження робітничої преси в Україні» («Предрассветные огни. Зарождение рабочей прессы в Украине») (1968) [8] положила начало фундаментальным исследованиям украинских печатных СМИ [1, с. 116].

Изучению деятельности украинских газет в период первой российской революции (1905-1907 гг.) была посвящена монография И. Велигуры «Большевистская газета «Донецкий колокол» (1962 г.) [9]. Издательскую деятельность большевиков в Украине в период с 1907 по 1910 г. в работе «Печать большевиков Украины в период реакции (1907-1910)» исследовал Л. Алексеев (1972 г.) [10].

В начале 50-х гг. XX ст. в УССР также появляются первые диссертационные исследования, в которых рассматриваются вопросы массово-коммуникационного влияния – среди них: «Роль газеты «Правда» в борьбе за организационно-хозяйственное укрепление колхозов в послевоенный период» (1953 г.), «Коммунистическая пресса в борьбе за организацию социалистического соревнования в сельском хозяйстве в послевоенный период» (1953 г.), «Борьба партийной прессы за реализацию постановлений ЦК КПСС по идеологическим вопросам 1946-1954 гг.» (1954 г.), «Роль преси в боротьбі комуністичної партії Радянського Союзу за культурну революцію на Україні (1933-1937 рр.)» («Роль прессы в борьбе коммунистической партии Советского Союза за культурную революцию на Украине (1933-1937 гг.)») (1956 г.); «Роль газеты «Правда» в борьбе коммунистической партии за коллективизацию сельского хозяйства в годы первой пятилетки (1928-1932 гг.)» (1956 г.) и т. д. Разумеется, методической базой всех перечисленных диссер-

таций были работы классиков марксизма-ленинизма, решения съездов и пленумов ЦК КПСС, постановления советского правительства, выступления руководителей компартии Советского Союза, а также газетные публикации.

Авторы диссертационных исследований формулировали свои задачи так: «показать как газета «Правда», используя разнообразные формы газетного жанра – передовые статьи, редакционные статьи, обзоры, корреспонденции, очерки и т.д. – доводила до сведения трудящихся значение ленинского кооперативного плана и мобилизировала массы в борьбе за его реализацию»; «определить роль газеты «Правда» в организации крестьянских масс»; «показать, что пресса Украины смогла честно выполнить поставленные перед ней задачи в области культурного строительства» [11]. Исходя из приведенных выше названий диссертационных исследований, формально диссертанты должны были изучать влияние печатных СМИ на поведение и настроения трудовых масс. Очевидно, что для этого необходимо было исследовать аудиторию СМИ, однако в СССР (и соответственно в УССР) в 50-х гг. XX ст. вопросы влияния, которое оказывают медиа, ученых занимали мало, а потому выводы в диссертациях, посвященных изучению СМИ, выглядели в основном так: «Газета «Правда» возглавляет всю прогрессивную печать. Она неутомимо борется за мир, за дружбу и сотрудничество между народами. К ее голосу прислушивается общественность всех стан земного шара! Под руководством ЦК КПСС газета «Правда» с честью выполняет свою почетную миссию!» [11].

Характеризуя отставание развития советской методологии социологических исследований того времени, Б. Грушин заметил: «В 1919 г. американец К. Дж. Бушнелл писал: «Сегодня рабочее оборудование социологии выглядит скорее как музей древностей, чем мастерская с современными инструментами» [12, с. 45]. Советская же социология в 1960-х гг. вообще была мастерской без инструментов» [13, с. 59].

В условиях глобальной политизации общественной жизни развитие теоретических направлений исследований журналистики в УССР не могло не зависеть от освоения марксистско-ленинского наследия и внедрения рекомендаций классиков марксизма-ленинизма относительно строительства «нового типа журналистики». В журналистиковедческих работах постоянно подчеркивалось, что во взглядах на журналистику, трактовки ее сущности, принципов, методов коммунистическая и, как тогда было принято говорить, буржуазная идеологии отстаивали непримиримые позиции. Главной идеей в разработке марксистско-ленинской теории и практики журналистики была всесильность массового печатного слова. Журналистику рассматривали, прежде всего, как мощное средство идеологического влияния на массы, «острое орудие идеологической борьбы». Именно на этой основе развивалась общая теория коммунистической журналистики, которая в системной взаимосвязи рассматривала предмет, принципы и функции всего комплекса средств массовой информации и пропаганды. Вместе с тем, открытие факультетов журналистики в украинских университетах создало условия для активизации научной работы в области журналистики, появилась необходимость создания целостной специальной теории журналистской деятельности [1, с. 128].

Вышеизложенное позволяет сделать вывод, что попытки теоретического осмысления журналистики в Украине относятся к концу XIX ст. Они широко представлены в работах украинских писателей, публицистов, литературных критиков и литературоведов того времени.

Формирование методического обеспечения исследований печатных СМИ и массовокоммуникационного влияния в УССР имело ряд особенностей. Во-первых, изучение мнения аудитории началось в Советском Союзе почти на 40 лет позже, чем в странах Запада. Во-вторых, методическую базу необходимо было формировать на основании советской идеологии, что требовало от ученых не столько освоить методики конкретных исследований, которые уже были в арсенале социологической науки, сколько разработать собственные, которые учитывали бы социокультурные особенности менталитета советской аудитории и позволяли получать объективные результаты в условиях идеологизированного общества. В-третьих, западные СМИ развивались как бизнес-структуры, направленные на получение прибыли. В СССР перед СМИ задание зарабатывать деньги не стояло. И тот факт, что без изучения реакции аудитории коммуникационный процесс происходит неэффективно, до конца 50-х гг. XX ст. оставался вне поля зрения советских идеологов-пропагандистов, возглавлявших советские СМИ.

Литература

1 Ризун В.В., Трачук Т.А. Очерк по истории и теории украинского журналистиковедения: Монография / В. В. Ризун, Т. А. Трачук. − Киев. нац. ун-т им. Тараса Шевченко. – К., 2005. − 232 с.

2 Франко И. Очерк по истории украинско-русской литературы до 1890 г. / И. Франко // Сбор. произведений: в 50-ти т. − К.: Наук. думка, 1976−1986. − Т. 41. − С. 194−470.

3 Осипов Г. В. Отечественная социология: история и современность / Г. В. Осипов // Социологические исследования. − М., 2009. − № 3. − С. 8−14.

4 Степаненко В., Рыбщун А. Украинская социология: общественно-исторический и идеологический контексты развития / В. Степаненко, А. Рыбщун // Социология: теория, методы, маркетинг. − К., 2009. − № 2. − С. 23−46.

5 Кондратик Л. Й. История социологии в именах / Л. Й. Кондратик. − Луцк: «Вежа», 1996. − 106 с.

6 Черныш Н. Социологические исследования украинских ученых в эмиграции / Н. Черныш // Современное общество. − 1994. − № 1. − С. 122−129.

7 История АНУ. 1918−1993 / Под ред. Б. Е. Патона. − К., 1993.

8 Суярко Л. О. Предрассветные огни: Зарождение рабочей прессы на Украине / Л. О. Суярко. − К., 1968. − 46 с.

9 Верлигура И. М. Большевистская газета «Донецкий колокол» / И. М. Верлигура. − Луганск, 1962. − 108 с.

10 Алексеев Л. Д. Печать большевиков Украины в период реакции (1907-1910 гг.) / Л. Д. Алексеев. − К., 1972. − 242 с.

11 Родионов А. Д. Роль газеты «Правда» в борьбе за организационно-хозяйственное укрепление колхозов в послевоенный период / А. Д. Родионов. − Дис. канд. филол. н. − КГУ им. Т. Шевченко. − К., 1953.

12 Bushnell C. J. Scientific Method in Sociology / C. J. Bushnell // American Journal of Sociology. – 1919. – №25. – P. 45–46.

13 Грушин Б. А. Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения: Жизнь 1-я. Эпоха Хрущева / Б. А. Грушин. – М.: Прогресс-Традиция, 2001. – 560 с.

References

1 Rizun V. V., Trachuk T.A. Sketch on stories and the theory of the Ukrainian zhurnalistikovedeniye: Monograph / Century V. Rizun, T.A.Trachuk. − Kiev. the national. un-t of Taras Shevchenko. – To. 2005 . − 232 pages.

2 Free I.Ocherk on stories of the Ukrainian-Russian literature till 1890 / I.Franko//Collecting. works: in 50 t. − To. : Sciences. thought, 1976−1986. − T. 41 . − Page 194−470.

3 Osipov G. V. Domestic sociology: history and present/G V. Osipov//Sociological researches. − M, 2009. − No. 3. − Page 8−14.

4 Stepanenko V., Rybshchun A. Ukrainian sociology: socio-historical and ideological contexts of development / Century of Stepanenko, A.Rybshchun//Sociology: theory, methods, marketing. − To. 2009 . − No. 2. − Page 23−46.

5 Kondratik L. Y. Sociology history in names/L. Y.Kondratik. − Lutsk: "Вежа", 1996. − 106 pages.

6 Chernysh N. Sociological researches of the Ukrainian scientists in emigration/N Chernysh//Modern society. − 1994. − No. 1. − Page 122−129.

7 History ANU. 1918−1993 / Under the editorship of B.E.Patona. − To. 1993 .

8 Suyarko L. O. Pre-dawn fires: Origin of the working press in Ukraine/L. O. Suyarko. − To. 1968 . − 46 pages.

9 Verligura I. M. Bolshevist newspaper "Donetsky Kolokol" / I.M. Verligura. − Lugansk, 1962. − 108 pages.

10 Alekseev L. D. The press of Bolsheviks of Ukraine during reaction (1907-1910) / L.D. Alekseev. − To. 1972 . − 242 pages.

11 Rodionov A. D. Pravda newspaper role in fight for organizational and economic strengthening of collective farms during the post-war period / A.D. Rodionov. − Yew. edging. филол. N − KGU of. T.Shevchenko. − To. 1953 .

12 C. J. Bushnell Scientific Method in Sociology/C. J. Bushnell//American Journal of Sociology. – 1919 . – No. 25. – P. 45–46.

13 Grushin B. A. Four lives of Russia in a mirror of polls: Life the 1st. Khrushchev era / B.A.Grushin. – M: Progress-Tradition, 2001. – 560 pages.

ӘОЖ 070

А.С. Санаева

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail: sanaeva_88@mail.ru

БАҚ сананы манипуляциялау құралы

Бұл мақалада БАҚ -тағы сананы манипуляциялау тәсілдері мен түрлері көрсетілген. Манипуляциядан қорғану жолдары жазылған. Коммуникация технологияларының ішіндегі манипуляциялау БАҚ-та кеңінен таралған. Әрқайсысына жеке тоқталып, салыстырмалы түрде қарастырылған.
Жаһандану үдерісіндегі «Ақпараттық соғыс» құралы ретінде манипуляцияның рөлі анықталған.
Түйін сөздер: сананы манипуляциялау, БАҚ, коммуникация технологиялары, ақпараттық соғыс.

A.S. Sanayeva

Media is as a manipulation of human consciousness

In English: There are Methods and types of manipulation of human consciousness in Media. Safeguarding methods of manipulation. Among technologies, the communication is widespread for manipulation in Media. Each one has been examined separately and in comparison.
In process of the globalization, the role of manipulation has been found out as a mean in “Information warfare”.
Key words: manipulation of human consciousness, Media, technology of communication, Information warfare.

А.С. Санаева

СМИ как средство манипулирования сознанием

В статье рассматриваются приёмы и виды манипулирования сознанием в СМИ. А также анализированы методы защиты от манипуляции. Среди коммуникационных технологий одним из важных и широко распространенных в СМИ является манипуляция.
Автор подчеркивает роль манипуляции в процессе глобализации как одно из средств в «Информационной войне».
Ключевые слова: манипулирование сознанием, СМИ, технология коммуникации, информационная война.

Қазіргі таңда БАҚ-ты көпшіліктің пікірін өзгертуші құрал ретінде пайдалану кеңінен етек алуда. Оның түрлі тәсілдері мен әдістері де уақытпен жарыса өзгеріп келеді. Жаһандану үдерісіндегі жаңалықтардың бірі – сананы манипуляциялау. БАҚ-та үшінші дүниежүзілік соғыс ретінде саналып жүрген «Ақпараттық соғыспен» өте тығыз байланысты. Яғни «Ақпараттық соғыстың» қаруы десек те болады.

Сананы манипуляциялау адамдардың иллюзиясы мен жүріп-тұруын қадағалау нәтижесінде жүзеге асады. Бұл әдіс адамның психикасының құрылымына бағытталып, астыртын өз талаптарын қойып, пікірлері мен бағыттарын өзгертуге мүмкіндік жасайды [1].

С.Г. Кара Мурзаның монографиясында манипуляция жеке тұлғаның жәбірленуі, яғни адам әрдайым білім алуға, тәжірибе жинауға, материалдық жағдайын жақсартуға, психологиялық ыңғайлылыққа сеніммен карайды, ал жәбірлеу ол «сенгісі келетін өтіріктерге» үміттену деп көрсетілген [2].

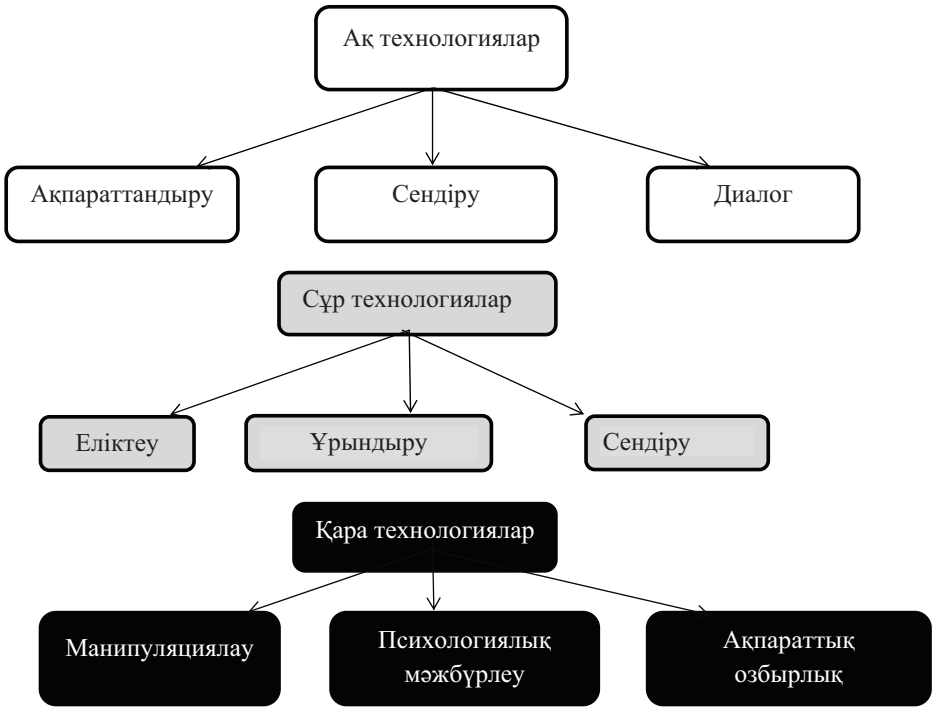
Оксфордтық сөздікте манипуляция ағылшын тілінен «адамдарға ептілікпен әрекет немесе басшылық ету деген мағынада көрсетілген. Әсіресе немқұрайлы астыртын сөздердің басқаруы және өңдеуі» деп аударған [3].

1969 жылы Нью-Йоркте басылып шыққан «Қазіргі социологиялық сөздікте» манипуляцияны «басшылықтың өз мақсатының бағытын көрсетпей, басқаларға ойындағы нәтижеге жету негізінде әсер ету» деп анықтаған [4].

Бүгінгі таңда манипуляциялау бір ауыздан ақыл ойға ақпаратты пішіні мен мазмұнын арнайы жасақтап енгізу болып келісілген секілді. Айналамыздың барлығы санаға әсер етіп жатқан ақпараттардан тұрғандықтан, ойымыз да, іс әрекеттеріміз де, жүріс тұрыстарымыз да бір басшылыққа тәуелді. Оған себеп – БАҚ. Теледидар, радио, интернет, газет журналдардың атқаратын қызметі де манипуляциялау болып отыр.

Адамның ақыл-ойы мен іс-әрекетін басқаруда көптеген ықпал түрлері бар. Оның бірі теория және технология деп аталады. Оған симметриялы емес коммуникациялық тәсілді жатқызамыз. Яғни коммуникациядағы қатысушының бірі мазмұны мен байланыс әдісін анықтайды, ал екіншісі оған бағынады. Сол себептен мұны репрессивті деп атайды. Келесі тәсіл симметриялы, яғни екі жақтың да тең құқылы екендігін көрсетеді. Мұндай коммуникацияны диалог түрінде немесе гуманитарлы деп атаймыз. Осындай екі тәсілден мынадай сызба жасап, бірнеше топқа бөлуге болады.

Коммуникация технологиясы.



Біз соның ішінде қара коммуникация технологиясы – манипуляцияны қарастырамыз. Себебі бұл технология жарнамада, мерзімді баспасөздерде, интернетте кеңінен қолданыста [5].

Көптеген манипуляцияны сараптау нәтижелерінде ең басты ерекшеліктері мыналар болып келеді.

Біріншіден, манипуляция процесі ассиметриялы: әсер етуші және әсер алушы жағы болады. Көп жағдайда санасын улау барысында адамдарға тұлға ретінде емес, зат секілді қаралады.

Екіншіден, бұл тәсіл санамен, психологиялық іс-әрекеттермен байланысты. Манипулятордың нысанасы адам психикасының құрылымы.

Үшіншіден, манипуляция бұл жасырын іс-әрекет, шындық белгіленген нысанға аян болмауы тиіс.

Төртіншіден, бұл ықпал жасау әрекетіептілік пен білімді қажет етеді. Егер қоғам санасына, саясатқа қатысты әңгіме болатын болса, онда шарт бойынша мамандарды немесе арнайы білім жүйесін қолданады. Қоғам санасын манипуляциялау үшін технологиялар, профессионалды жұмысшылар, сол техниканы жетік меңгерген

мамандар пайда болды. Кадр даярлау, ғылыми мекемелер, ғылыми әдебиеттер жүйесі қолға алынды.

Бесіншіден, кез келген қоғамды манипуляциялау ақпаратпен өзара әрекеттескен өнім. Манипуляциялаушы бізге хабарды мәтін немесе амал ретінде жібере отырып, белгі береді. Сол белгілерді контекстке ыңғайлай отырып, контекстке қатысты ойымызды да өзгертеміз. Ол бізге мәтіні мен амалының байланысын шынайылықпен ойға түсіртіп, пайымдап, болып жатқан іс-әрекетке қатысты ойымыздың өзіне ыңғайлы бұрмалауын қамтамасыз етеді. Бұл біздің іс-әрекетімізге әсер етеді де, бірақ өзіміздің дұрыс шешім қабылдап жатқанымыздай күй кешуімізге әкеліп соқтырады. Басқаша айтқанда манипулятор құрбаны болып соавтор, серіктес болғандар саналады. Егер адам түскен хабар арқылы өзінің көзқарасын, ойын, нысанын өзгертіп, жаңа бағдарлама арқылы әрекет ете бастаса, манипуляцияның жүзеге асқаны [2].

БАҚ-тағы манипуляцияның әсер ету технологиясын карастырар болсақ:

Газет журналдар. Көптеген зерттеулер нәтижесінде адам жазбаша түрде берілген ақпаратты жақсы қабылдайды екен. Бұл дегеніміз оқыған ақпаратын қайта оқуға, оны саралап, талдауға мүмкіндігі бар деген сөз. www.brandmedia.ru сайтындағы мәлімет аудиоқабылдау зейіні – 15%, көру арқылы қабылдау 75%-ды құрайды деп көрсеткен. Аудиторияға ақпарат тарату жағынан мерзімді баспасөз телеарнадан кейінгі орынды алады.

Ең бірінші, әрине, оқырман суретке назар аударуы мүмкін. Журналист саясаткерді жақсы немесе жаман жағынан көрсеткісі келсе, соған сәйкес сурет таңдап алады. Ол оқырманға сол саясаткер жөнінде керекті нәтижеде әсер етіп, санасына әсер етеді.

Екіншіден, суретке әсерлі комментарий жазылуы тиіс.

Үшіншіден, авторға керекті контексттен алынған үзінділер мен цитаталар.

Төртіншіден, мазмұнына сәйкес тақырыптың басқа түсте, үлкен қаріппен берілуі.

Бесіншіден, газеттің құрылымы мен жолдарында берілетін мақаланың мазмұнын анықтап жазу.

Радио. БАҚ-тағы каналдармен үлкен бәсекелестікпен күресіп келе жатса да, радио әлі күнге дейін өз құндылықтарын жойған емес. В.В. Ворошиловтың еңбегінде радионың құндылықтарына былайша тоқталған екен:

БАҚ-тың ішінде ең қолайлысы радио болып табылады. Оны кез келген жерде, жұмыс барысында тыңдап жүре аласың.

Радио адамдардың психикасына өте қатты әсер етеді. Есту арқылы адамның қиялы іске қосылады. Фантазиясы ойнап, күнделікті күйбің тіршілікті қалпына келтіріп, сана-сезімін ынталандырып, ойы мен эмоциясының жұмыс істеуіне арқау болады.

Радиодағы манипуляцияның рөлі: 1) трюздер- жалпыға белгілі ақиқат. Мәселен, темекі, алкоголь өнімдеріне қолданылады. Зиянын біле отырып, жарнаманың астарымен сананы көндіру әдісін қолданады; 2) қосымша дәлелдемелер (стомотологиялық зерттеу нәтижесінде», «ғалымдардың айтуы бойынша»); 3) авторитеттерді қолдану (әнші, актер, атақтыларды); 4) мәлімдеменің ақпараттық блокта орналасуы (басында немесе аяғында); 5) тыңдаушылардың бағалауын білу үшін тондарды болжау; 6) айтылып жатқан ақпаратқа қатысты оңай қабылданатын сөздерді қолдану; 7) тыңдаушыға әсер ету үшін жоғары темпті және нақты дауыс, дұрыс интонация; 8) бағдарламаға сәйкес жағымды музыка таңдау.

Радиода манипуляция жаңалықтар мен жарнамада кеңінен қолданылады.

Интернет.

Интернеттің маңыздылығы туралы мына еңбектерден көруге болады. Олар А.А. Гарматиннің «Интернет-вещание в системе СМИ: особенности и принципы функционирование» [8] және В. Зяблованың « Интернет- новое СМИ» [9] деп аталады. Тоқтала кетсек: 1) интернет арқылы хабар тарату әлемнің кез келген жерінен жүргізіледі; 2) интернетте өсу қоры негізге алынады, яғни бір ғана БАҚ мультимедиялық мүмкіндікке ие; 3) интернет арналар мен сайттардың көлемінде шек жоқ; 4) шексіз архивтелген ақпарат қоры; 5) интербелсенділік, бір сұрақ төңірегінде бірнеше пікір табу.

Осындай мүмкіндіктердің арқасында интернет манипуляция технологиясынан тыс қалмақ емес. 1) Жалған дерек. Мәселен, сайлау алдындағы күрес кезінде дайындалынған ақпаратты «қара» сайтқа жүктеп, оны әрі қарай телеарналар мен радио тораптары іліп кетеді. Одан әрі қарай басқа да БАҚ-ты саяси арандатушылықты тудыратын ақпаратты кеңінен

таратуға кіріседі; 2) алып-қашпа әңгімелерді қолдану; 3) сенсациялық жаңалықтарға сілтеме жасап, қызықтыратындай тақырыптың болуы; 4) суретке мысқылды комментарийлер жазып, түрлі сайттарға жіберу.

Телеарна. Манипуляциялау әдісінің ең ауқымды технологиясы – телеарна. Телеарнаның әсер ету деңгейі – 90%. В. В. Ворошилов «Журналистика» [7] оқулығында былайша тоқталып өткен : 1) телеарна көру мен естуге бірдей әсер етеді; 2) басқа БАҚ-тар әсер ете алмаған топты телеарнаның қамтуы мүмкін; 3) дыбыс арқылы қимыл-қозғалысты көрсете алады; 4) ақпаратты беруде даралық ой қалыптастырады (көрермен көріп отырған бағдарламасын миллиондаған адам көріп отырғанын білсе де, өзіне ғана арналғандай күй кешеді); 5) бағдарламаны жедел беруі, яғни аудиовизуалды қалыпта болған оқиғаны сол сәтте іс-әрекетімен таратуы, көрерменді оқиғаға қатысқандай күйде қалдырады. Бұл телеарнаның ақпаратына нақтылық, деректілік, шыншылдық береді; 6) ақпараттың қарапайым өңделуі, көрерменнің қабылдауын жеңілдетеді.

С.Г. Кара–Мурза [2] мен Дзялошинскийдің [5] еңбектеріндегі манипуляциядан қорғану тәсілдерін саралап өтсек, бізге манипуляцияға ұшырау қаупімізді алдын алуға болады деуге болады.

1. Байланысты шектеу. Манипулятормен байланыс аясында шектеулі мөлшерде болу. Манипулятордың ток шоу, реалти шоу, жаңалықтарынан барынша қорғану.

2. Басып алудан қашу. Манипуляцияның маңызды сәттерінің бірі – аудиторияны басып алу. Манипуляция бағдарламасында шапшаңдық өте маңызды. Сол үшін сенсациялау мен жылдамдыққа баса назар аударылады. Басып алу жүзеге аспай тұрып, оған қарама-қарсы тұруға болады. Ол үшін байланысты үзу немесе уақытша кету секілді тәсілдер тиімдірек. Егер телеарна немесе саясаткерлер психикаға әсер етіп жатса, ол жағдайдан уақытша шығып, өз өзіңді басып, ойланып барып қайта оралуға болады.

3. Шуды електен өткізу. Манипуляциялауға «демократиялық шу» өте қолайлы. Адамға мағынасыз әрі көп ақпаратты оқша боратқан кезде, көзқарасын анықтап алатын мәселесіне ден қоя алмайды. Ол содан БАҚ-та баян етілген ақпаратқа сүйене салады. «Контрабандалық» идеология жасырынған ақпаратты ой сүзгісінен өткізіп, шу туғызуға негіз болған мәселені ойлану барысында қарау керек. Қолайлысы бір уақытқа ақпараттар ағымынан шығып, ой жүгірту.

4. Болжамсыздық. Манипулятордың басып алуы мен ықпалынан құтылу үшін жасанды болжамсыздық керек. Яғни ақпараттың шығуын, оның өңделуін, ойша пайымдалуын, әсер ету қарқынын, пікірлер түрлерін білу.

5. Эмоция білдірмеу. Манипулятордың қолданатын стереотиптерінің бірі – эмоционалды бояушылық. Идеологияның қандай да бір сана-сезімге әсер етіп жатқанын байқаған бойда, уақытша сол ойды ақылмен басу керек. Ақпаратты салқын қандылықпен қабылдап, оңашада ойланған абзал.

6. Диалогты ойлану. Манипуляторлар адамды ой тұтынушысы етіп қоюды көздейді. Егер ашық диалогтан тысқары еткен болса, сұраусыз ешқандай мақұлдауды қабылдамай оймен диалог құру тиімдірек.

7. Альтернатив орнату. Манипулятор диалогты бөле отырып, өзіне тиімді шешімдерді баламасыз етіп көрсетеді. Ондай болмаған жағдайда, адамдарда сұрақ пен күдік көбейіп кетеді. Өзіңе шынайы баламаларды тізе отырып, манипуляцияны қиып өтуге болады.

8. Дұрыс ақыл-ой. Қызбалықпен айтылған сөздерді, әдемі фразаларды естімегендей болып, тек дәлелге жүгінген дұрыс. Одан кейін ғана оның растығына көз жеткізіп, оратор айтып отырған мәселенің шынымен шешімі бола алатынына сәйкестігін қарастыру.

9. Есте сақтау қабілетін іске қосу – болашақтың кескіні. Есте сақтау мен алдын ала болжау – манипуляциядан қорғану тәсілінің негізі. Сол себептен де манипулятордың көздеген нысаны болып саналады.

10. Тілді ауыстыру. Басты қорғану тәсілдерінің бірі тілден бас тарту. Яғни манипулятордың көтеріп отырған мәселесіндегі ортақ тіл. Оның тілін, терминологиясын және терминдерін қабылдауға болмайды. Сол айтылған мәселені, өз тіліңде, түсінікті етіп жеткізуге болады.

БАҚ-тың көптігі дара мінезділікке, қайраткерлік пен саналылыққа апарып, теледидарды көру немесе көрмеу, көрген жағдайда қандай арна немесе бағдарламаны, баспасөздерді оқу не оқымау, радио тораптарын тыңдау не тыңдамау құқығын береді. Бірақ біздің көзқарасымызда ғана жағдай осындай, бұл тек бұлдыр елес, адамда таңдау жоқ. Көпшілік қауым уақыт тәртібіне

бекінген бағдарламаларды, телеарналарды көреді. Олар көпшіліктің таңдалып алынған журнал мен газеттерін оқып, радио және ақпараттық жаңалықтарды тыңдайды.

Тек БАҚ және бұқаралық коммуникация ғана тұлғаны жалпылама арандатушылыққа, көзқарасты бір үлгіге салуға, адамдардың жүріс-тұрысын біркелкілікке үйретеді.

Бірде Уинстон Черчилль: «Кім ақпаратпен иеленсе, сол әлемді иеленеді» деп айтқан екен. [8]

Қазіргі таңда БАҚ-ты бақылап отырғандар ғана адамдардың көзқарасына белсенді түрде әсер етіп, іс-әрекеті мен қоғамдағы орнына билік жүргізе алады деп нық сеніммен айтуға болады.

Әдебиеттер

1 Википедия сайты. www.wikipedia.org
2 Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. – М.: ЭКСМО, 2006.
3 Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – М.: Речь, 2003.
4 Белояр А. Толковый словарь демократического новояза и эвфемизмов. www.politike.ru
5 Дзялошинский И.М. Манипулятивные технологии в СМИ. – М.: 2006.
6 www.brandmedia.ru
7 Журналистика. – Учебник. 2-е издание. – СПб.: Михайлова В.А., 2000.
8 Конюхова Т.В. Влияние СМИ на массовое сознание информационном обществе. ТПУ, Томск. Фундаментальные исследования № 3 2005

References

1 Wikipedia. www.wikipedia.org
2 S. G. Kara- Murza . manipuliatsia soznaniem. – M.: EKSMO, 2006
3 Dotsenko E. L. psixologia manipuliatsii: fenonemy, mexanizmy I zashchita. – M .: Rech`, 2003.
4 A. Beloiar . Tolkovyi slovar` demokraticheskogo novoiaza I evfemizmov. . www.politike.ru
5 I . M. Dzialoshinskii. Manipuliativnye texnologii v SMI. – M.: 2006.
6 www.brandmedia.ru
7 Jurnalistika. – Uchebnik. 2-e izdanie. – SPb.: Mikhailova V. A., 2000
8 Konuykhova T. V. Vlianie SMI na massovoe soznanie informatsionnom obshchestve. TPU, Tomsk. Fundamental`nye issledovania. – № 3 2005

МАЗМҰНЫ – СОДЕРЖАНИЕ

1-бөлім
Журналистика: Қоғам. Тіл. Тарих. Саясат. Заң. Экономика

Раздел 1
Журналистика: Общество. Язык. История. Политика. Закон. Экономика

Section 1
Journalism: Society. Language. History. Policy. Law. Economy

С.Н. Велитченко
Текстовые форматы СМИ как предмет медиастилистики 3

Н.С. Кенжегулова
Пути реформирования рынка СМИ в рамках государственной программы 9

К. Қабылғазина
Ұлтаралық интеграция – даму кепілі 12

А.К. Қуанышбекова, Ш.Б. Қожамқұлова
Мемлекеттік науқан репрезентациясының салыстырмалы анализі: «Время» және «Казправда» газеттерінің «Халықтық IPO» бағдарламасын фреймдеуі....16

Ш.С. Нұржанова
PR-қызметті бағалау әдістері 21

О.Ж. Ошанова
Журналистің кәсіби құқықтары мен қызметтік этикасы: негізгі ұстанымдар мен қағидалар 25

2-бөлім
Ақпарат әлемі

Раздел 2
Мир информации

Section 2
World of information

Е.И. Дудинова
Психология общения в системе нравственных императивов и этических предпочтений журналиста....30

Zh.B. Yessenbek
PR activities in the Republic of Turkey 36

К.Ә. Исаева
Тәрбиесі қиын балалардың психологиялық ерекшеліктері мен олардың пайда болу себептері 40

J.L. Couper
Art and Science: Publishing and presenting research in Western academia....47

А.Ә. Құрманбаева
Аралдың экологиялық жағдайы....53

K.N. Myssayeva
The journalism education in Kazakhstan....57

Б.Н. Носова
Изучение зарубежной журналистики: баланс традиций, новые имена 62

3-бөлім
Көсемсөз және көркемсөз

Раздел 3
Литература и публицистика

Section 3
Literature and journalism

А.А. Абиыр
Жастар поэзиясының көркемдік әлемі....66

Ө. Әбдиманұлы
«Қазақ» газетіндегі ұлт руханиятының өзекті мәселелері 72

А.Қ. Әбдіразақова
Тәуелсіздік жылдарынан кейінгі Сыр өңіріндегі әдеби, танымдық, ғылыми-әдістемелік журналдар: бағыт-бағдары мен бет-бейнесі 77

П. Берікболова
Алып Ер Тоңға жоқтауы туралы жазба дерек көздерінің маңыздылығы 83

З.Н. Ермағанбетова, А.Қ.Оразова
«Айқын» газеті: айдарлары, тақырып және проблема 87

Т.Ж. Машарипова
Публицистика және әдебиет 94
А.Т. Нұрпейісова
Мағжан поэзиясындағы ағартушылық идея.....103

4-бөлім **Раздел 4** **Section 4**
Электронды ақпарат құралдары **Электронные средства информации** **Electronic mass media**

М. Абдраев
Телесұхбат – ақпарат алу әдісі.....107
Ж. Әбдіжәділқызы
Телевизиядағы жаңа бағыт пәндерін оқытудың шығармашылық әдіс- тәсілдері 111
С.Х. Барлыбаева
Перспективы развития вещательной индустрии Казахстана.....115
О.П. Ложникова
Сайт радиостанции как часть ее имиджа.....120
Т.М. Тампаева
Этика журналистики и паблик рилейшнз в Казахстане в контексте развития социальных медиа.....124

5-бөлім **Раздел 5** **Section 5**
Баспа ісі және дизайн **Издательское дело и дизайн** **Publishing and design**

Р.С. Әбдиева, Б.Ә. Омарова
Қазақ кітап тарихы туралы тың деректер.....130
Б.О. Әсембаева
Баспа қызметіндегі авторлық құқық мәселелері.....135
Н.Б. Есхуатова
Медиа дизайн негіздері 139
Л.И. Мухамадиева
Перспективы подготовки специалистов в сфере редактирования деловой документации 143
Ұ.Ә. Сапарбаева
Бейнелеу өнері шығармалары арқылы оқушыларға эстетикалық тәрбие беру жолдары 148

6-бөлім **Раздел 6** **Section 6**
Жас ғалымдар мінбері **Трибуна для молодых ученых** **Tribune for young scientists**

Н. Абдраимова, Б. Адилбек
Қытай тілі фразеологизмдерінің этномәдени ерекшеліктері.....152
Б.Қ. Айтбаева
Жас көрермендер аудиториясының зерттелуі 156
E. Alim
«The use of PSA's (Public Social Announcements) in financial literacy programs: the experience of Kazakhstan" 161
Д.Ш. Жуманова
Применение языковых средств выразительности в репортаже.....170
Ж.А. Кенжеғалиева
Теледидардың білім беру функциясының мүмкіншіліктері 174
О. Қасым
Баспасөздегі әдеби сын.....180
Қ. Қабиден
ҚХР Шыңжаң ұйғыр автономиялы ауданының Қазақстан Республикасымен сауда байланыстары.....185
Е.А. Морозова
У истоков изучения печатных СМИ: Украинский опыт.....191
А.С. Санаева
БАҚ сананы манипуляциялау құралы 196

CONTENTS

Section 1
Journalism: Society. Language.History Policy. Law. Economy

S.N. Velytchenko
Word formats the media as a subject mediastilistiki 3

N.S. Kenzhegulova
Ways to reform the media market in the state program 9

K. Kabylgazina
Interethnic Integration – key to development 12

A.K. Kuanyshbekova, Sh.B. Kozhamkulova
Comparative Analysis of Representation of the State Campaign: How Vremya and KazPravda frame the "People's IPO" 16

Sh.S. Nurzhanova
Methods of an assessment of PR activity 21

O. J. Oshanova
Legal and ethical standards of the journalist: the basic principles and laws 25

Section 2
World of information

E.I. Dudinova
Psychology of communication in moral imperatives and ethical preferences of journalist 30

Zh.B. Yessenbek
PR activities in the Republic of Turkey 36

K.A. Isaeva
Psychological features of children with difficult education and the reasons and features of their emergence 40

J.L. Couper
Art and Science: Publishing and presenting research in Western academia 47

A.A. Kyrmanbaeva
Aral's ecological condition 53

K.N. Myssayeva
The journalism education in Kazakhstan 57

B. N. Nosova
Study of foreign journalism: balance of traditions, new names 62

Section 3
Literature and journalism

A.A. Abiyr
Art world of young poets 66

O. Abdimanylu
Actual problems about national spirituality on newspaper "Kazak" pages 72

A.K. Abdirazakova
Literary and educational, scientific and methodical magazines region
Cheese over the years of independence: themes and image 77

P. Berikbolova
Value of written sources about crying across Alyp Er Tonga (Saksky governor Afrasiyab) 83

Z.N. Ermagambetova, A.K. Orazova
Rubries of the newspaper «aikyn»: topic and problem 87

T. J. Masharipova

Reading and literature 94
A.T. Nurpeisova
Magjan Jumabaev's Educational Ideas 103

Section 4
Electronic mass media

M. Abdraev
Teleinterview is a method of collection of information 107
Zh. Abdizhadilkizi
Creative methods of teaching of the subject "Infografika, Video and a Sound on Television" 111
S.Kh. Barlybayeva
The perspectives of development broadcasting industry in Kazakhstan 115
O.P. Lozhnykova
Radio station sites as part of its image 120
T. Tampayeva
The Ethics of Journalism and Public Relations in the Context of Development of Social Media in Kazakhstan 124

Section 5
Publishing and design

R.S. Abdieva, B.A. Omarova
Қазақ кітап тарихы туралы тың деректер 130
B.O. Asembaeva
Copyright problems in publishing 135
N.B. Eskuatova
Basics of Media Design 139
L.I. Mukhamadieva
Prospects of training of specialists in the sphere of editing of business documentation 143
У.А. Сапарбаева
The ways of acsthic education by fine art compositions 148

Section 6
Tribune for young scientists

N. Abdraimova, B. Adilbek
Features usual expression in the system of modern Chinese language 152
B.K. Aitbayeva
Research of audience young terezriteley 156
E. Alim
«The use of PSA's (Public Social Announcements) in financial literacy programs: the experience of Kazakhstan» ... 161
D. Zhumanova
Usage of the linguistic means of expression in a reportage 170
ZH.A. Kenzhegalieva
The abilities of educational function of television 174
O. Kassym
Literary analysis of media 180
K. Kabiden
The foreign trade – economic relations between Xinjiang, China and Kazakhstan 185
E.A. Morozova
At sources of studying of print media: ukrainian experience 191
A.S. Sanayeva
Media is as a manipulation of human consciousness 196