

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ**

**MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN
AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY**

МАРАТ БАРМАНҚҰЛОВ

оқулары аясында өтетін

**«САНДЫҚ МЕДИАНЫҢ ТРЕНДИ: МУЛЬТИМЕДИАЛЫҚ
КОНТЕНТТЕР ҮШІН ЖАҢА МҮМКІНДІКТЕР»**

атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция

МАТЕРИАЛДАРЫ

2016 жыл 3 наурыз

МАТЕРИАЛЫ

**Международной научно-практической конференции в рамках
БАРМАНКУЛОВСКИХ ЧТЕНИЙ**

**на тему: «ТРЕНДЫ ЦИФРОВЫХ МЕДИА: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ
ДЛЯ МУЛЬТИМЕДИЙНОГО КОНТЕНТА»**

3 марта 2016 года

PROCEEDINGS

**of the International scientific-practical conference in the frame of
BARMANKULOV READINGS**

**on the theme: “TRENDS OF DIGITAL MEDIA: NEW OPPORTUNITIES
FOR A MULTIMEDIA CONTENT”**

the 3rd of March, 2016

Алматы, 2016

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ**

**MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN
AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY**

МАРАТ БАРМАНҚҰЛОВ

оқулары аясында өтетін

**«САНДЫҚ МЕДИАНЫҢ ТРЕНДІ: МУЛЬТИМЕДИАЛЫҚ
КОНТЕНТТЕР ҮШІН ЖАҢА МҮМКІНДІКТЕР»**

атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция

МАТЕРИАЛДАРЫ

2016 жыл 3 наурыз

МАТЕРИАЛЫ

**Международной научно-практической конференции в рамках
БАРМАНКУЛОВСКИХ ЧТЕНИЙ**

**на тему: «ТРЕНДЫ ЦИФРОВЫХ МЕДИА: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ
ДЛЯ МУЛЬТИМЕДИЙНОГО КОНТЕНТА»**

3 марта 2016 года

PROCEEDINGS

**of the International scientific-practical conference in the frame of
BARMANKULOV READINGS**

**on the theme: “TRENDS OF DIGITAL MEDIA: NEW OPPORTUNITIES
FOR A MULTIMEDIA CONTENT”**

the 3rd of March, 2016

Алматы
“Қазақ университеті”
2016

Ғылыми редактор:
ф.ғ.к, доцент **С. Медеубек**
с.ғ.д., профессор **Г.С. Сұлтанбаева**

Жауапты редакторлар:
аға оқытушы **Н.П. Сапарходжаева**
оқытушы **А.Б. Ақынбекова**

Техникалық редактор:
аға оқытушы **Н.П.Сапарходжаева**

Марат Барманқұлов оқулары аясында өтетін «Сандық медианың тренді: мультимедиалық контенттер үшін жаңа мүмкіндіктер» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары. 3 наурыз, 2016 жыл / жауапты ред.: Н.П.Сапарходжаева, А.Б.Ақынбекова – Алматы: Қазақ университеті, 2016. – 100 б.

ISBN

ЖАРНАМА МӘТІН – ҒАЛАМНЫҢ АҚПАРАТТЫҚ БЕЙНЕСІ

XX-шы ғасырдың аяғына қарай БАҚ- көмегімен жарнама мыңдаған адамдар жұмыс істейтін глобалдық индустрияға айналды. Жарнама технология тарихында эволюция болып топық жарнамадан нақты белгіленеген аудиторияға арналған жарнама пайда болды. Заманауи қоғамда жарнама дегеніміз өтте қуатты индустрия оның негізгі мақсаты адресатқа жарнамадағы товардың мүдессін көтеруге бағытталған ақпаратты жеткізу.

Жарнама көптеген ғалымдардың дискуссия тақырыбына айналуға бұл ғалымдар ішіне заңгерлер, қоғам қайраткерлері, саясаткерлер, PR – мамандары және лингвистер бар.

Әлемнің танымы жүйелі, ол органикалық тұрғыда білімнің үздіксіздігімен байланысты, дискурс арқылы көрінетін тілдік дискурс – динамикалық процесс, соның көмегімен қоршаған ортамен байланыста болады. Дискурс ұғымын алуан түрлі лингвистикалық дерек көздерінде түрлі- түрлі нұсқалар көрсетілген. Америкалық лингвист ғалымдар дискурс ұғымын біріншіден күнделікті қарым- қатнас сөйлеу тілі, ал орыс ғалымдары үшін дискурс ұғымы өте кең ұғым. Дискурс мәтіннің жиынтығы, оның экстралингвистикалық, қоғамдық, жан танымдық (психологиялық) және тағыда бақа факторлармен тығыз байланысты деп анықтаған.

Дискурс (фр.discours) – тілдік коммуникация түрі. Кең шеңберде, дискурс дегеніміз уақыттың мәдени тілдік контексті. Оған рухани-идеологиялық мұра, көзқарас, дүниетаным кіреді. Тар мағынада, дискурс деп қандай да болмасын мағыналы, құнды іс-әрекеттің (актінің) нақты тілдік шындығын айтады.

Дискурс - сөйлесу арқылы берілетін ойдың әлеуметтік астарына талдау беретін ұғым. Структуралистер ғылыми айналымға қосқан бұл ұғым философияда, әлеуметтануда, семиотикада мәдениеттануда, когнитивтік талдауларда қолданылады. Дискурс ұғымы арқылы қандай да бір тікелей оқырманға не тыңдаушыға бағытталған концепция (ғылыми, философиялық) белгіленеді. Дискурс адамдардың сөйлеу арқылы жасаған қарым-қатынасынан кейін ғана мағынасы болады, яғни мағынасы мен белгісін, сөз бен ойдың бірлігін айқындайды.

Соңғы жылдары дамып келе жатқан антропоэзектік лингвистика, когнитивті лингвистика, мәтін лингвистикасы, дискурс мәселесі сияқты жаңа бағыттар тілдің жеке, оқшау тұрған қалпын емес, адамның қабылдау, ойлау, түсіну, өзгеге жеткізу қабілеттерімен байланыстыра қарастырылады, яғни тіл, жазылған мәтін бұрынғы түсіндіріліп жүргеніндей өз алдына бөлек формалды дүние емес, сол тілді пайдаланатын адамның ақпаратты, алынған хабарды қабылдауы мен жеткізуінің белгілі бір жемісі. Басқаша айтқанда, соңғы жылдарға дейін қазақ тіліндегі стильдер, жанрлардың түрлері, белгілі бір мәтін, тілдік құрылым, сөйлеудің белгілі бір типке түсірілген формалары ретінде қарастырылса, қазіргі кезде бұлардың барлығы хабарды айтушы (адресант) және хабарды алушы (адресат) арасындағы өзара қарым-қатынасқа негізделеді. Нәтижесінде қазіргі ғылымда дискурс – мәтін – жанр типтерін таратуға бағытталған жұмыстар жүргізе бастады.

Қоғам мүшелерінің әлемді тануы, ол туралы білімі абсолютті емес, ол – әлеуметтік конструкт. Тіл белгілі бір салада жұмыс істейтін адам үшін қызмет етеді. Сондықтан нысанаға алынған объектіні сипаттау үшін тілді білумен қатар, сол объекті (нысан) туралы айту үшін сипаттаудың әдіс-тәсілдерін білу қажет. Егер бұрынғы онтологияда талдау объектісін анықтап, айқындау үшін оның кеңістіктік-уақыттық шекарасын көрсету қажет болса, жаңа онтологияда бір нәрсені кім, кімге, қайда, қашан, қалай, не туралы, қандай мақсатпен айтқанын білу аса маңызды. Сондықтан да дискурс – мәтінді жасап, оны қабылдау үшін синхронды түрде жүзеге асырылатын үдеріс [1, 7].

Қандайда бір жарнама мәтіні ауызекі немесе әдеби жазба болсада, алдын ала жасалынған болып келеді; солсебепті жарнама мәтініне анализ жасау кезде екі түрлі тілдердің қолдануы себепті алдын ала жасалған ауызекі немесе жазба мәтінімен кезігіміз.

Жарнама мәтіндерінде вервальды және бей вервальды контексттер кезігеді, олар безедірілген сурет, бейнемен немесе видеосюжет арқылы жасалады. Бұл аспектіде теледидар жарнамасы ерекше орын алады, себебі теледидар жарнамасында бейнеден тыс мәтіндер де болады. Мысалы ағылшындық ақ тамақ сүттің жарнамасында төмендегідей ұран бар: *Milk makes kids strong*, – аудиоқатар музыкалық әуенмен ере жүреді. Осындай фразалар көбінесе графикалық тұрғыдан және ерекшеленген шрифт, экспресивтік пунктуация тағы басқамен сәндендіріледі.

Жарнама мәтінінде көбінесе номинативтік сөйлемдер қолданылады. Өзіннің коммуникативтік функциясы жағынан номинативтік сөйлем заттың немесе болған жайт жайлы ақпаратты жеткізу болып табылады.

Яғни, жарнаманың негізгі мақсаты белгілі аудиторияны нақты бір товар немесе ұсынысқа назарын аудару қажетіне мұқтаждық тудыру. Мысалы, сән бұйымдарын жарнамалауда қандай адамға жарасатыны жайлы айтылады. (*Exceptional woman. Exceptional diamond*) синтактикалық тұрғыдан ғана емес графикалық тұрғыдан да ерекшелінеді.

«The first time I gave her a diamond ring she could barely speak for a week».

I'll always remember that face.

The smile bordering on a tear.

Eyes as lively as the diamond

I nervously slipped on her finger.

And now that we have come

so far together, perhaps it's time to

celebrate that love, again, with a

diamond as exceptional as our love.

Exceptional woman.

Exceptional diamond.

An exceptional diamond of two carats, or more, is so rare that fewer than one percent of women will ever own one. If you are considering an important diamond gift for your wife, like this ring featuring a brilliantly cut 2.06-carat center stone, simply call for your guide to a diamond's quality and value, as well as the name of your local expert diamond jeweler. 1-800-557-1778.

A diamond is forever.

Номинативтік сөйлемде товардың аты, фирмасы немесе маркасы беріледі.

The Pasha Cronograph.

The Art of Being Unique.

American Tank Watch.

The Art of Being Unique.

Бұл жарнама хатында екі түрлі номинативтік сөйлемдер қолданылады, біріншісі жарнамаланып жатқан сағаттың маркасы. Бұл жарнама мәтіні өздерінің қысқада нұсқа болуына қарамастын есте өте жақсы сақталынады себебі марканың аты ерекше айтылып, графикалық сәндейі әсеріннен. Жарнама мәтіннің жасаушылардың арасында параллелизма стилистикалық әдісі жиі пайдалынады. Мысалы:

Accross oceans.

Accross industries.

Accross hallways.

Notes is working.

Бұл стилистикалық әдістің тиімділігі мәтінді жазғанда мәтінге ритмдік структурамен жазу, нәтижесіндес оңай қабылданып ұғылады.

Тағы бір жиі пайдалынатын стилистикалық әдістердің бірі қайталау. Элементті қайталау оқушының назарын аударып оны ерекшелендіреді және эмоционалды әсерін

күшейтеді. Бұл стилистикалық әдісті пайдалану үшін жазушының немесе жарнама жасаушының ерекше сауатты және жасампаз болуы қажет, жәнеде мәтіннің қысқа болуына қарай тілдік элементтерді өте тиімді және таңдап қолдануын қажет етеді.

Қайталаудың бірнеше формалды түрлері болады, олар бір біріннен стилистикалық нақтылығымен ерекшелінеді:

1. Жай қайталау – бір сөзге ерекше екпін түсіріп, бірнеше рет қайталау
2. Еспе қайталау – алдыңғы тіркестің аяғы, келесі тіркестің басында қайталанып отырады
3. Анафора – өлеңнің әр жолы немесе әрбір ой-ағымы бір сөзден басталып отырады.
4. Эпифора – өлеңнің әр жолының немесе ой ағымының соңындағы бір сөз бірнеше рет қайталанады.

Төмендегі сақтандыру компаниясының promise сөзін to keep (our, their) promise конструкциясымен бірге жиі пайдалануы арқылы бұл компанияға сенім артуға болатынына және өз уәдесін орндайтынын білдірмек.

A promise that puppy kisses are the very best kind. For now, anyway.

A promise to teach you that the more love you give, the more love you get.

A promise that in some way I'll always be behind you.

Nothing binds us one to the other like a promise kept. For more than 140 years, we've been helping people to keep their promise by ensuring we have the financial strength to keep ours. That's why families and business rely on us to ensure their lives, their health and their financial future.

Аудиторияның мәтінді барынша дұрыс түсінуі үшін адресант ақпаратты жеткізу барысында оқырман қауымның қажеттіліктерін, мүдделерін, білім деңгейін, әлеуметтік ұстанымдарын ескеруі қажет. Сөз субъектісі коммуникативтік ниетін жүзеге асыру үшін мәтін түзбес бұрын адресаттың а) тілдік біліміне, ә) дәстүрлі біліміне сүйенеді [2,250]. Зерттеуші-ғалымдар оны 3 түрге жіктейді:

Ақпараттық ұстаным (мәліметті іріктеп ұсыну); Фатикалық ұстаным (материалды оқырман назарын аударту үшін пайдалану); Манипулятивтік ұстаным (мәтінде баяндалатын оқиғаларға қатысты оқырман көзқарасын қалыптастыруды мақсат ету) [3,21]. Болмыстағы оқиғалар БАҚ арқылы реципиент санасында белгілі бір бейнеде көрініс табады. Осы бейненің қалыптасу жолдарын былайша көрсетуге болады: мәтін ақиқат болмыстағы қандай да бір оқиғаға, фактіге негізделеді; ол фактілерге қатысты материал іріктеледі; адресант ақпаратты іріктейді және оған өз субъективті бағасын береді; ақпараттың мәтін түрінде ұсынылуы үшін белгілі бір тілдік құралдар таңдалып, модельге түсіріледі, сөйтіп мәтін түзіледі. Ғылыми еңбектерде адресаттың түрліше аталуының өзі (реципиент, рецептор, интерпретатор, тыңдаушы, аудитория, кодты ашушы, әңгімелесуші, сөйлеушінің серіктесі, екінші коммуникант, тыңдаушы коммуникант т.б.) бұл ұғымның сан қырлылығын көрсетеді. Медиа-мәтінін – ғаламның ақпараттық бейнесі тұрғыдан қарастырғанда мәтіннің адресатқа бағытталу дәрежесі, яғни автордың өз мақаласын арнаған аудиториясының әлеуметтік ерекшеліктерін (жасы, жынысы, мамандығы, кәсібі, саяси ұстанымы т.б.) ескеруі заңды құбылыс болып табылады.

Қорыта келгенде, қазіргі кезде бүкіл адамзат электронды БАҚ-тың әсер ету объектісіне айналып отырғаны мәлім. БАҚ түрлерінің қай-қайсысында да қолданылатын әмбебап құрал ретінде медиа-мәтін әлеуметтік-реттеуші қызметін атқарады. Әртүрлі БАҚ-та медиа-мәтіннің өзіндік ерекшеліктері болатыны мәлім, дегенмен, оның әмбебаптық сипаты негізінен өзгеріссіз қалады. Медиа-мәтін – әлеуметтік-сөзжұмсамдық құбылыс, жоғары деңгейдегі коммуникативтік бірлік, ол социум өмірінің барлық саласындағы ақпаратты қамтитын ауқымды дүние [4,175]. Демек, медиа-мәтін– БАҚ арқылы жүзеге асырылатын ақпараттық-коммуникативтік процестің маңызды құралы; қарым-қатынастың өзге түрлерінің жүзеге асырылуы үшін қолданылатын сөзжұмсамдық әрекет формасы; Коммуникацияның аяқталған, тиянақты және тұтас бірлігі; Медиа-мәтін ақиқат болмыстың қандай да бір үзігінің репрезентациясы болып табылатын күрделі, құрастырылмалы моделі, оқиғаларды, құбылыстар мен процестерді интерпретациялаушы

көп құралдың ішіндегі аса әлеуеттісі, мәтіндік интерпретациялаушы механизмдер әрекетінің жемісі, әлеуметтік регуляцияда қолданылатын қуатты құрал және ғаламның медиа бейнесін қалыптастырушы, ғаламның ақпараттық бейнесі болып табылады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
2. Уәли Н. Қазақ сөз мәдениетінің теориялық негіздері. Фил.ғ.д... дисс
3. Кибрик А.Е. Очерки по общим и прикладным вопросам языкознания. – М., 1992. – 301 с.
4. Рогозина И.В. Медиа-текст как средство социальной регуляции // Концептуальная картина мира и интерпретативное поле текста с позиции лингвистики, журналистики и коммуникативистики: сб. докл. Всесоюз. науч. прак. конф., /25-26 июня, 2001/. – Барнаул, 2001, 171-182 стр.

Ахмет Жанерке,

Журналистика факультетінің 1-курс студенті

Ғылыми жетекші: Әлімжанова Айкерім Болатқызы

Баспасөз және электронды БАҚ кафедрасының аға оқытушысы

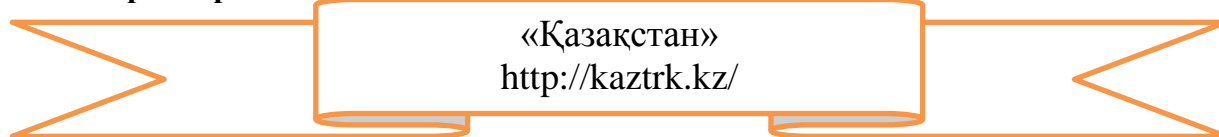
ҚАЗАҚСТАНДЫҚ ТЕЛЕАРНА САЙТТАРЫНЫҢ ДАМУ БАҒЫТТАРЫН ЗЕРТТЕУ ЖОЛДАРЫ

(baq.kz ақпараттық порталы негізінде)

Қазақстанда ақпараттық технологияны дамыту, интернеттендіру қарқынды жүргізіліп жатқандықтан, қазіргі қоғамда мектеп жасындағы баладан бастап, 40-50 жасқа дейінгілер толық ғаламторда отыр деп айтуға болады. Яғни әртүрлі көзқарастардың, пікірлердің жиынтығы, лезде таралатын ақпарат әлемі – интернетте телеарна сайттарын да дамытуда.

Негізінен, кез келген дүниені жасамас бұрын оған сұраныс болуы керек. Осы тұрғыдан алып қарасақ бізде басты мәселе сайт қолданушылардың аздығы. Қазір қазақ сайттарының басым көпшілігі ақпараттық, яғни БАҚ өкілдерінің жеке парақшалары. Негізінен сайт «жақсы сайт» болуы үшін ол бірнеше талаптарға жауап беруі керек, яғни оның навигациясы түсінікті, оқырманмен, көрерменмен тығыз байланыс орнатқан, мұрағаты толық, кодировкасы қазақ тілінде, телеарна туралы ақпарат, редакция құрамы, телеарна тарихы, байланыс, жазылу туралы ақпарат нақты берілген, ақпаратты басқалармен бөлісу мүмкіндіктері бар, сыртқы келбеті, түстері, шрифтері бірқалыпты болуы тиіс. Бұл талаптарға сай келмейтін сайттар әрине көп. Телеарналардың деңгейі жоғары болғанымен, сайттары сол деңгейге ілесе алмай отыр, яғни интернетте де көрермен аудиториясы бар екені ескерілмей келеді. Сондықтан телеарналардың интернет парақшаларына сараптамалар жүргізген едік.

Телеарналар:

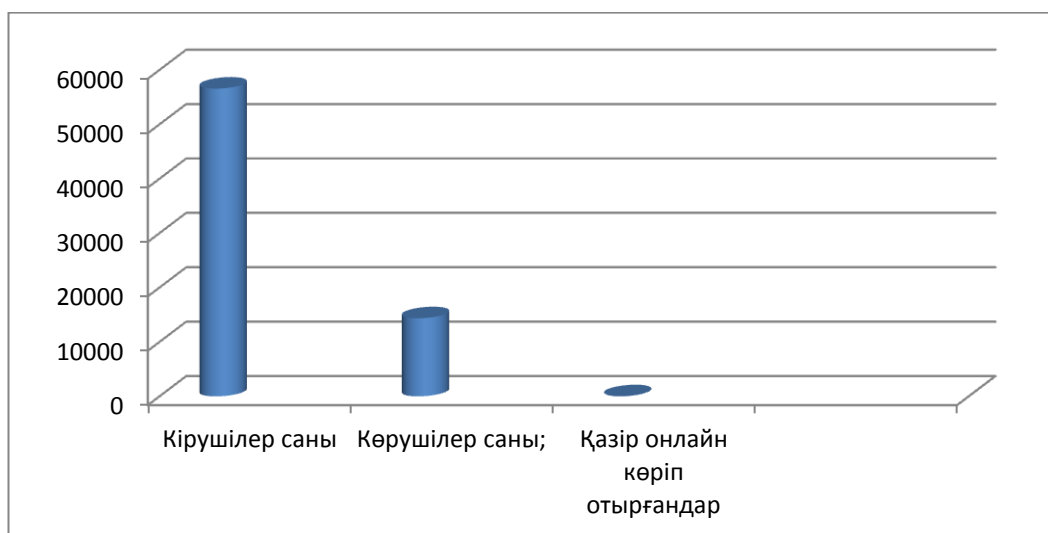


- Қазақ, орыс және ағылшын тілінде ақпарат таратады;
- Алты айдарға бөлінген (телеарна, жаңалықтар, бағдарламалар, телехикаялар, онлайн, мұрағат);
- Теларна: «Қазақстан» Ұлттық телеарнасы республикалық «Қазақстан» телерадиокорпорациясы АҚ құрамына кіреді. Бүгінгі таңда еліміздегі ең ірі медиа құрылым. «Қазақстан» РТРК» АҚ-ның құрамында бүгінгі таңда 3 республикалық телеарна, 14 аймақтық арна, 4 радио және 36 интернет сайтты қамтып отыр. Айта кетейік, жыл өткен сайын жаңалықтардың саны мен сапасына ереше мән беріп отырған ұжым өкілдері 2015 жылдың қазан айынан бастап, ерекше маңызды жаңалықтар легін жедел

түрде kaztrk.kz порталынан арнайы ашылған kaznews.kaztrk.kz сайты арқылы тарата бастады.



Сонымен қатар, қазіргі таңда онлайн көру режимі қамтамасыз етілген. Мысалы, көпшілікке теледидар арқылы емес ноутбук, планшет, компьютер арқылы кез-келген жерде қарау тиімді болып отыр.

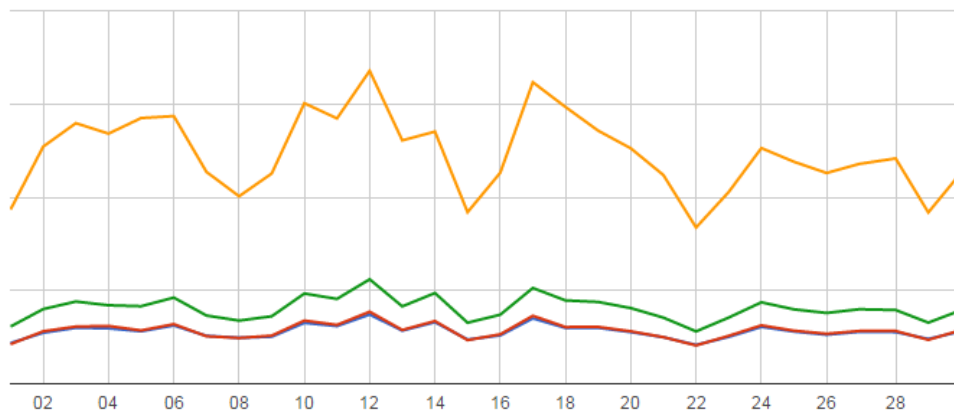


1-диаграмма: «Таңшолтан» ақпаратты-сазды бағдарламасын онлайн көру.

Жаңалықтар: күн сайын жаңартылып салынып отырады: Портал; Жолдау; Фоторепортаж; «Қазақстан дауысы – 2015»; Ұлт жоспары; Тәуелсіздікке – 25 жыл; Сайлау – 2016; Қазақ хандығы – 550 жыл; Hi-tech; Ән мен әнші; «Менің Қазақстаным!»; Арнайы жоба; ЕХРО-2017; 16 желтоқсан – Тәуелсіздік күні; Майдангер хаты; Күнтізбе; Қазақстанда жасалған; 100 нақты қадам; Индустрияландыру; Ұлттық өндіріс; 5 институционалдық реформа; Саясат; Қоғам; Экономика; Денсаулық; Мәдениет; Спорт; Білім және ғылым; Әлемде; Apta.kz т.б. айдарлары бар.

• Бағдарламалар: бұл көшті бастап тұрған: «Айтуға оңай»; «Түнгі студия»; «Әйел бақыты»;

• Телехикаялар: «Келін»; «Әпке»; «Жүрегім сізге аманат»; «Өмірдің өзі новелла».



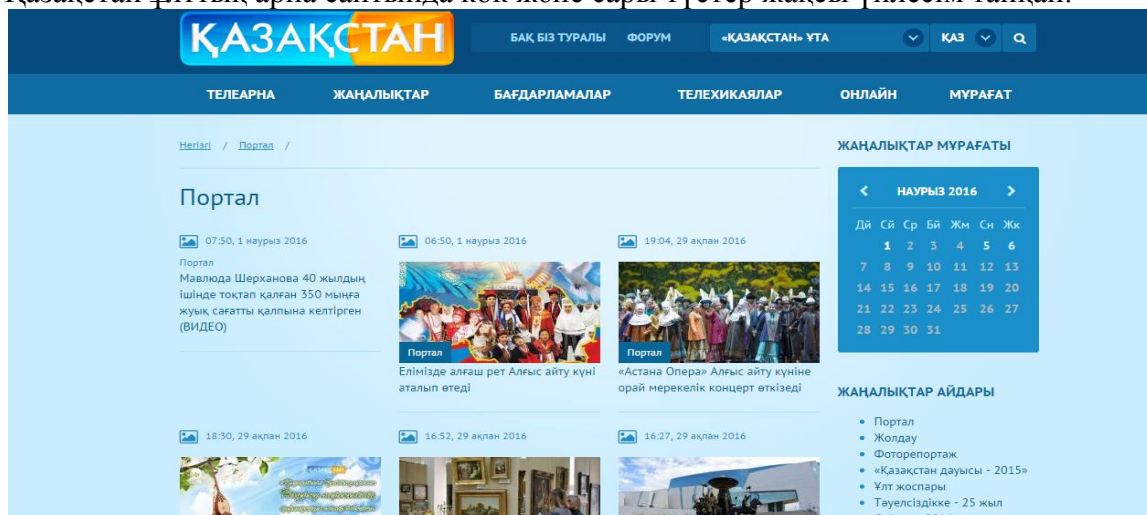
1-сурет: *zero.kz* санақ жүйесі бойынша қаралымдар саны (2016 ж. ақпан айы бойынша көрушілер көрсеткіші)

Сайттың аудиториясы белсенді беттері:	Көру	Кіру
«Келін» үнді киносын көру, соңғы серия	1 347	4347
«Қазақстан» Ұлттық телеарнасының ресми сайты	1 564	2545
Онлайн — «Қазақстан» Ұлттық телеарнасының ресми сайт	1 140	2058
Спорт бағдарламаларын онлайн көру	998	1876
«Қазақстан» Ұлттық телеарнасының ресми сайты	592	1233

- кес те.

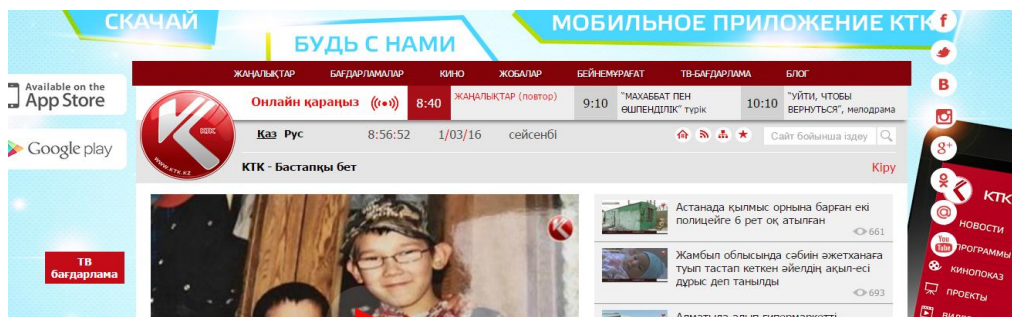
zero.kz санақ жүйесі бойынша қаралымдар саны. 5 ақпан, 2016 ж.

Қазіргі таңда аудитория жинауда дизайн жасау маңызды рөл атқарады. Қазақстан ұлттық арна сайтында көк және сары түстер жақсы үйлесім тапқан.



2-сурет. Қазақстан телеарнасының ресми сайтының басты парақшасы



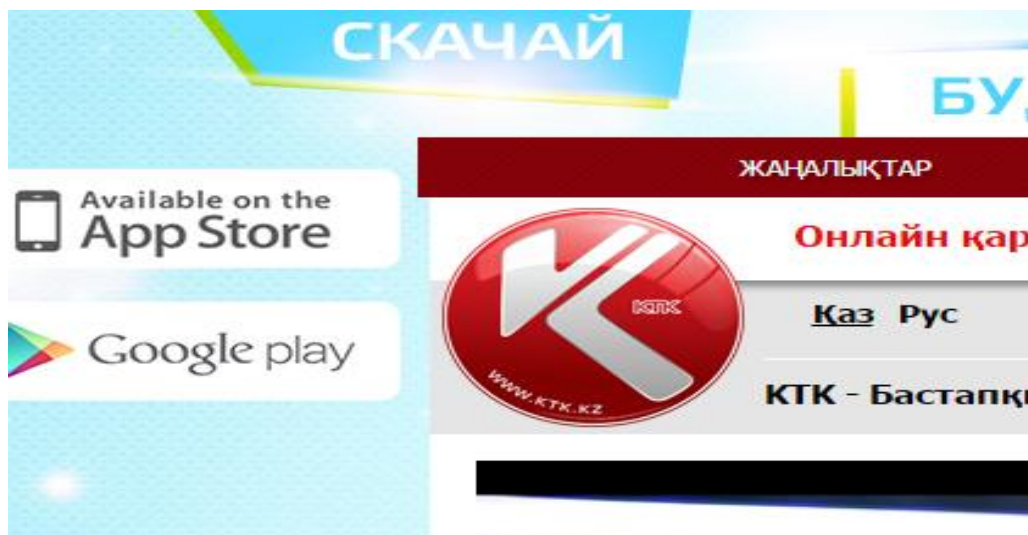


3-сурет. КТК телеарнасының ресми парақшасының басты беті

КТК телеарнасы қазақ және орыс тілдерінде ақпарат таратады;

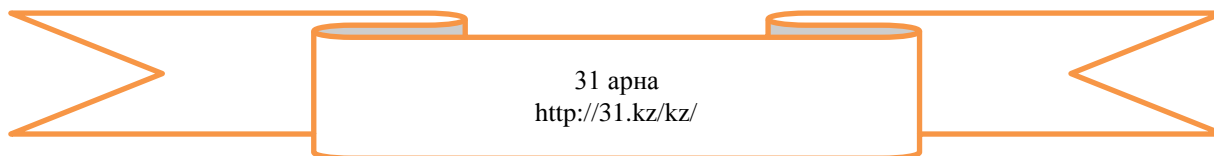
Айдарлары: Жаңалықтар; Бағдарламалар; Кино; Жобалар; Бейнемұрағат; ТВ-Бағдарлама; Блог.

КТК телеарнасы жарнамалық роликтер арқылы қаржы табуды жақсы жолға қойған. Тауарды нарыққа жылжыту жүйесіндегі маркетингтің классикалық тұжырымдамасында жарнаманы ең бірінші орынға қояды. Ол болашақ сатып алушылардың санасы мен назарына тауарлар мен қызметтер туралы маңызды фактілер мен мәліметтерді жеткізу үшін көркем көрсетілген нысанда қысқа және нұсқа түрінде ұсынылады. Жарнаманың мәні оның қоғамдағы алатын қоғамдық, экономикалық, маркетингтік және коммуникациялық рөліне байланысты.



4-сурет: КТК телеарнасы сайтында берілген жарнамалар (App Store, Google play)

«31 арна» – жоғары сапалы ұлттық төл өнімдері бар, соның ішінде ақпараттық бағдарламалары жоғары үлесін иеленетін отбасылық көрсетілімге арналған қазақстандық ойын-сауық арнасы.



Ол жаңа интертеймент-форматтағы көшбасшы, «А» санатты супер премьералы киноконтенттің эксклюзивті иесі, «Үздік хикаялар уақыты» және «Үздік үй кинотеатры» желісіндегі үздіктер трендін таратушы. Әрбір көрермен арнаның бағдарламалар кестесінен өзіне керекті хабарды таба алады.

Бірнеше жыл бойы телеарна барлығы 6-54 аудиторияның үлесі бойынша ұлттық телехабар таратушылар арасындағы үздік үштіктің қатарында келеді.

Күн сайын Қазақстанға танымал журналистер ең жылдам және ең өзекті жаңалықтарды көрерменге ұсынады. «31 арнадағы» «Информбюро» – еліміздегі және шетелдердегі ең соңғы жаңалықтар, оқиға орнынан репортаждар және аналитикалық сараптамалар жасап келеді.

«Информбюрода» ең маңызды әлеуметтік, саяси және экономикалық жаңалықтар таратылады. Тәуліктің кез келген уақытында, аптасына жеті күн жаңалықтар журналистері еліміздің әрбір соққан жүрек дүрсілін бақылап отырады. «Информбюрода» ақпаратты шынайы ұсыну, оқиғаны уақытында жеткізу, пікір сан-алуандығы және анық бейнетүсірілім сынды жаңалықтардың басты ұстанымдары сақталған.

Айдарлары: Телебағдарлама; Жобалар; Хикаялар; Кино; Информбюро; 31 жайлы.

Телеарнаның үздік рейтингісін көтеріп тұрған: «Информбюроның» кәсіпқой мамандары мен түсірілім тобы Сіздің көкейіңізде жүрген сұрақтардың жауабын табуға көмектеседі. Олар бүгінгі таңда Қазақстанның түкпір-түкпірінде жұмыс істейді. Айшылық алыс жерлерден жылдам ақпарат таратып, қаһарлы қыста да, шіліңгір жазда тау мен тасқа өрмелеп, дархан далаға сапар шегеді. Кәсіби тілшілер Халықтың наразылығы туындаған жағдайда Үкімет пен Парламент отырысына да қатысады, прокурорлардың, дәрігерлер мен басшылардың кабинеттерінен табыла алады. Олар –айтары бар кез-келген жанның жанайқайын жеткізушілер. Сондықтан, «Информбюро» сюжеттері өткір шындыққа негізделген.

Жанры: ақпараттық бағдарлама

Тілі: қазақша

Ұзақтығы: 30 мин



2-диаграмма: zero.kz санақ жүйесі бойынша қаралымдар көрсеткіші

Аудиторияның рейтингтік көрсеткіштерді анықтау жолдары:

1) *Тақырыптың өзектілігін арқау ету:* Оқырман көбінде тақырыптың қызықты болуына қарайды. Шолушы тақырып қызықты болса оқиды, қызықтырмаса назар аудармай өте береді. Бірақ мәселенің байыбына бармай байбалам салушылық қоғамда дендеп барады. Мысалы, 1.«Жанар Айжанова ұл тапты», -деп шулады. Бірақ, ол Жанардың туған ұлы емес, шәкірті жайлы жазылған еді.

2. *Шоу-бизнестегі жаңалықтарды тарату арқылы рейтинг жинау:* Мысалы: «Баян Есентаева және Роза Рымбаева бір-біріне құдағи болмақ», -деп жарыса айтқан жұрт Али Окапов пен Айсауле Бақытбек деп ойлады. Шындығында, Али Окапов пен «Кеш you» тобының орындаушысы еді.

3. *Атақты адамдар туралы сайтта хабарламалар тарату арқылы:* Мысалы: «Головкинмен міндетті түрде жұдырықтасамын – Альварес» , -деген мақаладан ызғар байқалған еді. Ал, сайып келгенде Альварес тек: «Бұл жекпе-жектің биыл өтуі әбден мүмкін. Барлығы келіссөздерге байланысты, дегенмен мен кез келген уақытта жұдырықтасуға дайынмын», - деген болатын.

Кез-келген аудиторияның қызығушылығын, әрі олардың бойында қозғалатын тақырыпты тереңірек білуге деген құлшынысын тудыруы керек.

Сайтта берілетін мәтіндік композицияда кездесетін кемшіліктер:

Материалды мазмұндағанда логикалық жүйеліліктің болмауы;

Мәтінде теориялық тұжырымдамалардың көп болуы, негізгі

мәселелерге қатысты нақты дәлелдердің болмауы;

Көп мәселені сөз етуге тырысу;

Материалдың жатандылыққа, көпсөзділікке құрылуы.

Бұл турасында ғалым А.Ф. Кони: «Краткость речи состоит не в краткости времени, в течение которого она произносится, а в отсутствии всего лишнего», - деген пікірін әр сайт редакторы ескерсе көпсөзділікке ұрынбас еді.

Аудитория рейтингісін анықтаудың тәсілдерінің тағы бір көрсеткіші пікір білдіру, кері байланыс орнату болып табылады. Қазіргі уақытта сайтта жарияланған мақаладан бұрын, оған жазылған пікірге назар аударады. Одан кейін мақаланы оқып, айтылған ойға пікір жазуға кіріседі. Бұл бізде веб 2.0 дамуымен байланысты. Кезінде веб 1.0 болған уақытта кері байланыс жоқ болатын.

Деректерге қарағанда, «kz» доменінде тіркелген сайттардың 10 пайызы ғана қазақ тілінде екен. Соның ішінде санаулы сайттар ғана тұрақты жұмыс жасап тұр. Вақ.kz порталына тіркелген сайттарға сараптама жасай отырып осындай қорытындыға келдік. Әсіресе аудандық, облыстық басылымдар күнделікті жаңартылмайды, тек аптасына бір рет .pdf форматта сайтына жүктеп қояды. Ал ақпараттық порталдар www.bnews.kz, www.tengrinews.kz жаңартылу жағынан алдыңғы орында. Ал телеарналардың сайттарының рейтингінде алдыңғы орынды ktk.kz сайты қолданушылар күніне 200 мыңдай, ал аптасына 1 млн., айына 6 млн.-нан асады. [Kaztrk.kz](http://kaztrk.kz) сайты қолданушылар саны күніне 60 мыңнан асады, аптасына 400 мыңдай, ал айына 2 млн. қолданушылар қарайды екен.

Қорыта айтқанда, бұл ғасыр — технологиялар ғасыры. Елімізде ақпараттық технология жедел дамып келеді. Алдағы екі-үш жылдықта интернетті пайдаланушылар саны күрт артуы мүмкін. Сонымен қатар сапалы контенттік сараптамалар көбейіп, саннан сапаға қарай өтетін кез келеді деп ойлаймыз.

Желдибаева Д.М., 1-курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: ф.ғ.д., профессор К.Қамзин

ТЕЛЕАРНАНЫҢ ӨЗІНДІК СТИЛДІК ЕРЕКШЕЛІГІ

«Ғылыми-техникалық прогрестің жемісі болып отырған телевизия әр адамның көп уақытын арнайтын жақын досы, өмір серігіне айналып келеді» [1] демекші, телеарнаның өзіндік ерекшеліктерін, сондай-ақ көрерменнің алудағы ыңғайлылығына, жақын байланысына қарай да атап көрсеткен жөн. Өйткені, телеарнаның көп ерекшеліктері, мысалы, тілі, стилі осы аудиторияның қабылдауына тікелей негізделіп қарастырылады.

Мұнда Л.П. Кравченконың: «Көп адамдар кітап оқығанды сүйеді, біреулер радио тыңдағанды ұнатады, алайда теледидардың аудиториясы сонда да көп» [2] деген сөзін ерекше атауға болады. Өз пікірін осылай түйіндеген зерттеуші еңбегінде телеарнаның артықшылығына да назар аударған. Ал Стенли Филд радио мен телеарнаның тіліне салыстырмалы түрде баға береді. Р.Ильин телеарнаның техникалық мүмкіндіктеріне байланысты талдаса, Б.Гаймакова өз зерттеуінде БАҚ-та мәтінді өңдеу мәселесіне пікір білдіреді.

«Баспасөз, кино, радио мен телеарна – ақпарат әлеміне ашылған есік» [3]. Олардың көмегімен адамдар көп нәрседен мағлұмат алады. Мұны мынадай бағанға алып жіктеуге болады.

1. БАҚ – бұл миллиондардың трибунасы. Адамдардың көкейінде жүрген күдікті сұрағына жауап алатын да, пікірін білдіретін де жері – БАҚ.

2. Бұл – халықтың ғасырлар бойы жинаған рухани байлығын жарыққа шығаратын орта. БАҚ – елдің рухани университеті.
3. Халықтық өнер, көпшіліктің айнасы.
4. Үйдегі ермек.

Телевизияның ғаламат қарқынмен дамығаны соншалық, адамзат баласының бір ұрпағының өмірі ішінде ол ғылыми идеядан айтып жеткізгісіз жетістікке ие болды. Демек, бүгінгі телевизия – ақпарат, насихат құралы, өнер үлгілері мен бұқара арасындағы дәнекер, уағызшы ретінде театр, кино, радио және баспасөзге тән толып жатқан тамаша қасиеттерді – публицистикалық қуат-құдірет пен елгезек, оперативтілікті, адам жанын биікке меңзейтін асқақ пафос пен көркемдік әсерлілікті бойына сіңірген. Телеарна көгілдір экран алдында отырған адамға өтіп жатқан өмір құбылысын дәл сол сәтінде, оқиға болып жатқан мезетінде көрсетеді.

Теледидардың ерекшелігін саралаған Р.Мэнвель: «Теледидарда шынайы көрсетілген көріністен де, кинофильмдегі өткір сюжеттерден де бірдей жақсы әсер алып, алаңдауға болады» дейді [4]. Яғни, зерттеуші мойындағандай тарихының тереңде жатқанына қарамастан әсер ету жағынан теледидар киномен теңескен екен. Зерттеушілер теледидар мен кино экранының көлеміне қарай артықшылығы мен кемшілігін жіктеуге мүлдем қарсы. Кинодағы экранның үлкендігі артықшылық ретінде атап өтуге болады. Бірақ одан теледидардың бағасы төмендемейтіні даусыз. Тағы бір зерттеушілер теледидар көру үшін ешқандай жағдайдың, дайындықтың керексіздігін айтып береді.

БАҚ-ның жанрларын зерттегендер телеарнада хабарды беру формалары, әсіресе ерекше көзге түсіп, елге бірінші танылатынын айтады. Ғалымдардың бірі: «... басқа БАҚ-қа қарағанда телеарна өзінің бейнелеу құралдарының мүмкіндігінің арқасында әр ақпаратты шынайы, табиғи көрсетуге қабілетті болып отыр» [5] деген пікірін айтады. Сондай-ақ телеарна ақпарат беруде қосымша қызмет атқаратын графика (сурет, сызба, диаграмма, кескін, т.б.), мультипликация, демонстрацияларды да қолданады. Бұлар берілген ақпараттың тақырыбын терең, жан-жақты ашуға көмектеседі. Телеарнада ақпарат беру түрлі жолдармен іске асырылады. Студияға келіп түскен ақпараттар: а) диктордың оқуымен; ә) оқиғаға қатысқан адамның сөзбе-сөз әңгімесі арқылы көрерменге жол тартады; б) арнайы сөйлеу – ұжымдық ақылдасуға сай орындалады. Мұнда сөйлеуші алдын ала ойластырылып, тексеріліп, елеп-екшеуден өткен мәтінмен шығады. Теледидардағы ақпарат көрерменге жол тарту ерекшелігіне, эфирде қалай оқылуына қарай мынадай топтарға жіктеледі: 1. Мәтін арқылы сөйлеу. 2. Тезистік сөйлеу. 3. Шешендік сөйлеуі.

Барлық зерттеушілер телеарнада мәтінге қарап оқылған ақпараттың әсері аз болатынын айтады. Олар тезис және шешендік өнердің көмегімен көпшілік алдына шыққандарды жоғары бағалайды [6]. Телеарнада хабардың аудиторияға түсінікті, жеңіл қабылдануын сөйлеушіден қатаң талап етіледі. «Егер эфирдегі адамның сөзі шұбалаңқы, ойын түсіндіру үшін көптеген фактілерді іркес-тіркес пайдалана беретін болса, тыңдаушыға әңгіменің не жайлы екенін түсіну де, сөйлеушінің ойын бақылап отыру да қиынға түседі» [7].

Жазылған сөз бен айтылған сөздің арасында айырмашылық жер мен көктей. Алдын ала қағазға түсірілген ақпарат пен эфирден өткен ақпараттың да ерекшелігі болатынын осыған қарап түсінуге болады. Сөз – кез келген журналистің шығармашылығындағы ең басты құрал. «Телеарнада айтылатын сөзге талап қатал. Біз теледидардағы көрініс пен сөздің қатар өрілуіне мән беруіміз керек» [8]. Демек, телеарна мен радионың тілі хабардағы әрбір сөздің дәлдігінен, айқындылығынан көрініп тұруы тиіс. Электронды ақпарат құралдарының ел алдында беделін көтеретін де осы. Ежелгі гректің бір шешені: «Сені түсінбеу мүмкін болмайтындай ұғынықтылықпен сөйле» деген екен. Алайда, қазір телеарна мен радионың тілінде қызыл сөз көп. Әсіресе, тікелей эфир арқылы берілетін бағдарламалардың тіл көркемдігін жоғалтып жүргендігін несіне жасырамыз? Ондай хабарлар тіліміздің құдіретін таныта алмайды, керісінше құнын түсіреді. Тілдегі кедір-бұдыр қаншалықты кесір келтірсе, бояма жылтырақ та соншалықты зиян.

Сондықтан бүгінгі күні өзекті жайт – қазақ тілінің құндылығын сақтап, халыққа ақпараттық «көз, құлақ, тіл» болу, елдің рухани танымын көтеру үшін ақпарат құралдары өздерінің күнделікті материалында туған тілімізді тұнық күйінде шебер пайдаланып, көпшілікке түсінікті, қажетіне жарайтын ой айту, ұсыныс білдіру, пікір қалыптастыру.

Қазір телеарнада айтылған пікірге үн қосушылар да, айтылған әр дерекке сеніммен қарайтындар көп. Мұның өзі телеарнаның ақпарат таратудағы ізденісінің жемісі. Қазақ тіліндегі бағдарламаның саны ғана емес, сапасының да артқаны қуантады.

Телеарна – құпиясы көп, қызығушылық тудыратын электронды ақпарат құралы. Мұның себебі, бағдарламалардың тартымдылығы. Біздің экранда өмірдің кездейсоқ жайларымен, қоғамдағы жекелеген кейіпкерлерімен, фактілермен емес, қайнаған өмірмен, қуаныштар мен қайғылар, үміттер мен күдіктер, махаббат не үзілген армандармен, ең бастысы тіршілік атаулының үзілмес жалғастығымен тоқайласуда. Бағдарлама тілінде, өн бойында желі тартқан сюжет, драматургиялық шиеленістер, режиссерлік, ораторлық көркем шешімдер, музыкамен әрлеу, жүргізушінің сөз мәйегін қайталанбас, екпінді, әсерлі, мәнді жеткізе білуі, телеарнаның көркем құралдарын толық та ұтымды пайдалана алу да – басты шарттардың бірі. Осы жерде идея мен ой астаса қабысып, әдемі өрнекті оюларға ұласады. Өмірдің құрама көріністерінен көрермен ой түйіндеп, көңіл-күйі телеарна бейнесімен қоса өріліп жатады. Ол өзінің ағымына сен де ерте отырып, бірге алып жүреді. Еріксіз ересің, кейіпкер жан дүниесімен бірде қуанып, бірде қиналысқа қатар түсесің. Жан дүниенің өзіңе бағынышты әдетінен арылып, бас билігіңнен өзің ажырай бастайсың.

«Кішкентай ғана сиқырлы қорапшаның керемет құпиясы әлі де болса, оның адамзат санасына ашпаған сырларында. Көз алдымызда – дөңгеленген төрткүл дүние. Қарайсың да тойынбайсың, ынтығасың, ықыласың ауа береді. Ойлар жетегіндегі уақыт күн өткен сайын дерлік алдына отырғызып қойып, ой-санаңа сілкініс әкеледі, жан-дүниенің астан-кестен дауылды күйге келтіріп, «тұтқындап» жібермейді. Сиқырлы әлемнің құдірет күші жіпсіз матап қойғандай. Күйбең қам-қарекеттен құтылып, тәтті қиялға шомылып, мамыражай тіршілік әлеміне енесің. Қиял дүниесіне балаша мәз болып, ойша шоласың» [9] деген зерттеуші сөзінің жаны бар.

Осындай құпияларымен көпшілікті өзіне тартып, экран алдынан ұзатпайтын телеарна шынында да, басқа ақпарат құралдарынан өзінше дара, өзінше ерекше. Тарихы тереңде жатқанына қарамастан, баспасөз де телеарнадан кейін тұрады. Неге? Себебі, телеарнадан берілген ақпарат сенімді. Мұндағы бейне көріністің барлығы да оқиға болған жерде тікелей түсіріледі. Және сюжеттер сол мезетте көрерменге жолданады. Баспасөзде керісінше. Әр жаңалықты радио хабарлап, телеарна көрсетіп қойғаннан кейін жариялайды. Баспасөзде дау көп. Кейіпкерлерінің айтқанын арнайы жазу құралдарына түсіріп алмаса, бұрмаланған бір сөздің өзі түсініспеушілікке ұрындыруы мүмкін. Кейбір дауқес адамдардың өз беделін көтеру немесе «атың шықпаса жер өртенің» керін келтіріп, диктафонсыз келген журналистерге жала жабуы да ғажап емес. Мұндай ұрыс-керіс, таластардың барлығын газет бетінде жариялаған айтыстар дәлелдейді. Сондай-ақ болмаған нәрсені болды деп, өтпеген дүниені өтті деп өтіріктің майын тамызатындар да бар. Мұндай эмоцияға сүйенген материалдар шынайы туындылардың құнын жойып жібереді. Сондықтан толыққанды сенімді болмаса да, шынайы ақпарат тарататын телеарнаны көпшілік айрықша бағалайды. Баспасөздің ұтары – мәселені терең зерделеп, жан-жақты, көлемді етіп жазылуында. Кішкентай фактісіне дейін қалдырмай білгісі келетіндер үшін баспасөз мақалалары таптырмас қызмет көрсетуші.

Ал радиомен салыстырғанда телеарнаның ұтары көп екен. Бұрын радионы ең оперативті ақпарат құралы деп бағалайтын едік. Ал қазір оперативтілік жағынан телеарна да есе жібермейді. Сағат сайын беріліп тұратын ақпараттар ағыны күнделікті болып жатқан оқиғалардан дер кезінде ақпарат беріп отырады. Радио ақпаратты дыбыс арқылы беретін болса, теледидар дыбыс пен көріністі қатар пайдаланады. Баспасөз бен радио оқиғаны журналистің көрген-білгенін қорытып, түйін түйюімен елге ұсынады. Мұнда оқиға журналистің пікірімен дамиды, журналистің пайымдауымен

қорытындыланады. Оқырман мен тыңдаушының сол қорытындыға сүйеніп, пікір қалыптастыруына тура келеді. Ал, теледидарда ше? Мұнда мүлде бөлек. Ақпарат беруде журналистің баға беруінің қажеті де жоқ. Оқиғаның бар болмысы, бар көрінісі көрерменнің көз алдында. Өзінше ой түйеді, көзқарас қалыптастырады. Әр болмысқа сай пікір айту да, талас тудыру да көрермен өз көргендеріне негіз беріп, солардың дерегіне сүйенеді. Сол сияқты радиода дауыстың арқасында бейне жасайтындықтан өз хабарын тыңдаушысына түрлі, түсінікті етіп жеткізу үшін көп талапты орындауына тура келеді. Теледидарда қойылым барысында қанша кейіпкерді қатыстыруға мүмкіндігі бар. Ал радиоға мұндай жағдайда талғам керек. Өйткені, кейіпкер саны өскен сайын тыңдаушы дауыстарды ажыратудан қалады. Соның әсерінен қойылымға деген ықыласы төмендейді.

Міне, осындай ерекшеліктерімен телеарна дамып, гүлденіп келеді. Телеарна санының өсіп, қарқынды дамуына арналар арасындағы өзара бәсекелестік, «көпшілік көңілінен шықсақ, аудитория санын арттырсақ» деген ой да игі ықпалын тигізуде. Телеарнадағы соны хабарлар мен сапалы бағдарламалар «көрермен көңілінен жол тапсақ» деген ізденістен туса керек.

Әдебиеттер:

1. Масғұтов С. «Көгілдір экран – өмір айнасы». Алматы. «Мектеп» 1974, 22-бет
2. Филд С.Т. Как писать для радио и ТВ. Москва, 1962, 106-бет
3. Барманкулов М.К. Искусство современной информации. МААМ, 1993
4. Маграчев Л.Е. Сюжеты сочиненные жизнью. Москва, 1959, 123-бет
5. Гаймакова Б.Д. Методика и практика редактирования ТВ передачах. Москва, 1975, 7-бет
6. Сонда 41-бет.
7. Омашев Н. Қазақ радиожурналистикасы. Алматы. Қазақ университеті, 1992
8. Филд С.Т. Как писать для радио и ТВ. Москва, 1962, 4-бет
9. Светлана С.В. ТВ речь. Издательства МГУ, 1976, 5-бет
10. Барманкулов М.К. Журналистика для всех. 1975

Жұмағұлова А.Ж.,

доценті, ф. ғ. к., әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Өмірбекова Р.Қ.

доценті, ф. ғ. к., әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

e-mail: arzu_zh@mail.ru

e-mail: umurbekova.roza68@mail.ru

БАСПАСӨЗ - ТІЛ МӘДЕНИЕТІ ҚАЛЫПТАСУЫНЫҢ МАҢЫЗДЫ ФАКТОРЫ

Баспасөз тілі публицистикалық стиль жанрларының тіліне жатады. Қазіргі баспасөз тілі журналистер тарапынан тілге деген мұқияттылықты, жанашырлықты, ерекше талғамды қажет етеді. Мақала қазақ баспасөзі тілінің бүгінгі жай-күйі туралы. Автор журналистің жалпыхалықтық және әдеби тілдің дамуына, тіл мәдениетінің сақталуына қосатын үлесі туралы баяндайды. Қазақ журналистерінің сөз қолданысындағы кейбір келеңсіз жайларды баспасөзден алынған нақты мысалдар арқылы түсіндіреді. Автор баспасөз тілі тазалығының маңыздылығын, сөз қолданысы арқылы қалыптасатын тіл мәдениетінің маңыздылығын атап өтеді.

Қазақ баспасөзі қазіргі уақытта ақпаратты таратудың биік межелерін бағындырғаны қуанарлық жайт. Қазіргі газет-журналдардағы мақалалар мен сұхбаттардың тақырып аясы кең, сөз саптасы мен тілі жатық, көтерген мәселесі маңызды болуы журналистердің еңбегі екені де рас. Бүгінгі баспасөзде қоғам дамуында іріктеліп қалған болмаса шешімі табылмаған түйткілді мәселелердің барлығы дерлік журналистің қаламынан, назарынан тыс қалған емес. Осындай аса маңызды мәселелердің бірі – қазақ тілінің мәселесі. Қазіргі

қазақ тілді басылымдар қазақ тілінің осы уақытқа дейінгі шешімін таппаған сан алуан мәселелеріне, тіліміздің дамуына, оның Ата Заңда көрсетілген мәртебесіне сәйкес қолданылуына қатысты мәселелерді көтеріп, жазудан жалыққан емес. Журналистердің, тілші ғалымдардың, тіпті қарапайым халықтан шыққан тіл жанашырларының ойлары мен құнды пікірлері оқырман қауымға тек қазақ тілді басылымдар арқылы ғана жететіні бәрімізге белгілі және оны оқитын да өзіміздің қазақтар.

Бүгінде тілдің құдіретін сезінуге, тілге деген жанашырлықты тұрақтандыруға, оның дамуы мен қолданысына елеулі үлес қосып отырған төл баспасөзіміздің тілі жөнінде жазылған мақалаларды да жиі ұшыратамыз. Баспасөз тілі тіл білімінің стилистика саласы аясында публицистикалық стиль жанрларының тілі ретінде қарастырылады. «Публицистикалық стиль – функциональдық стильдердің бірі. Публицистикалық стильге газет, журнал, радио, теледидар, деректі фильмдер тілі жатады. Публицистикалық стильдің тақырыптық диапазоны өте кең: саясат, идеология, философия, экономика, мәдениет, күнделікті тұрмыс-тіршіліктің мәселелері, қазіргі уақыттың кезекті міндеттері, ағымдағы саясат мәселелері, әлемдегі және қоғамдағы жаңалықтар мен өзгерістер (публицистиканы «қазіргі кезең жылнамалары» деп бекер айтпайды) және т.б. Публицистикалық стиль тілдің екі қызметін атқарады: бірі – хабар беру, екіншісі – ықпал ету [1.71].

Сондықтан да қазақ мерзімді баспасөз тілі әр кезең деңгейінде көптеген ғылыми-зерттеу еңбектеріне нысан болғанын да батыл айта аламыз. Өйткені, баспасөз жалпыхалықтық тіл мәдениетінің қалыптасып дамуына, тілдік қорымыздың жаңа сөздермен, терминдермен толығып, дамуына, бірнеше жаңа тілдік қолданыстардың жарыса қолданылу арқылы тілімізде ең белсенді қолданған түрінің тұрақталып қалуына оң ықпал ететін бірден бір фактор.

Қазіргі уақытта, әсіресе, жас журналистердің арасында «екі тілді бірдей деңгейде меңгеріп жүрмін, сондықтан екі тілде қатар жаза аламын» деп нық сеніммен жүргендері де аз емес. Алайда, олардың көбі бұл сенімдерінің үдесінен шыға алмайды.

Қазақ тілінде көсіліп сөйлейтін, қазақ сөздерінің мәні мен мағынасын, қыры мен сырын, сөз мағынасының «салмағын» бір кісідей білетін, қаламы төселген, әр сөзді талғап-таңдап орнымен қолданатын, қағаз бетіне түскен немесе аузынан шыққан әр сөзіне, сөйлеміне үлкен жауапкершілікпен қарайтын тәжірибелі, білікті журналистер де аз емес.

Олардың жазғанын кім де болса сүйсініп оқиды, сөйлеген сөзіне зейін қойып, ілтипатпен тыңдайды. Ондай көпті көрген, тіл шұрайын жанымен, жүрегімен сезінген аға буынның тәжірибесі жастарға үлкен шығармашылық мектеп екенін мойындауға тиістіміз. Алайда үнемі олай бола бермейді. Кез келген басқа салалардың мамандары секілді журналистердің де біліктілігі, кәсіби деңгейі, жазу шеберлігі, сөз қолдануға, ойды тұшымды жеткізуге деген жауапкершілігі бірдей емес. Сондай-ақ газет-журнал барша халыққа ортақ дүние болғандықтан, онда тек журналистердің ғана емес, білімі мен кәсіби дайындығы, тілді білу деңгейі әртүрлі кез келген сала мамандарының жазғандары да жарық көріп жатады. Осы айтылғандардың барлығы баспасөз тілінің сапасына әсер ететіні сөзсіз. Бұл секілді факторлардың қай-қайсысын да ескере отырып, бүкіл қоғам көз тігетін қазақ баспасөзі тіл мәдениетінің жоғары болуына, әдеби тіл нормаларының сақталуына, публицистикалық стильдің дамуына және оның жанрларының кемелдене түсуіне, олардың практикалық қолданыс аясының кеңеюіне ерекше мән беріліп отыру керек. Осы мәселе қолына қалам ұстағандар үшін де, қазақ тілді басылымдардың оқырмандары үшін де, қолына қалам алып, ой түйген кез келген адам үшін аса жауапты іс болуы тиіс.

Әр сөзді мағынасына қарай орнымен қолдану – тіл мәдениетінің ең өзекті мәселелерінің бірі. Сөздерді қолдану барысындағы орын алатын кемшіліктер көбінесе сөз мағынасын анық білмеуден, оның тура мағынасы мен ауыс мағынасының аражігін айқын ажырата алмаудан, синонимдер қатарынан қажетті сөзді таңдап-талғап пайдалана алмаудан туындайды. Қолданыстағы кез келген сөз жанындағы басқа сөздерге «өзінің жарығы мен көлеңкесін түсіріп тұратыны» даусыз.

Қолданыстағы сөздердің тура мағынасы, ауыс мағынасы, әр түрлі мағыналық реңктері болады. Қазақ тіліндегі сөздердің біразы көп мағыналы болып та келеді. Ойды жеткізу барысында қажетті сөзді таңдап алып, орынды қолдану үшін сөздің мағынасына терең үңілу керек. Ал бұл тілді жетік білуді ғана емес, жүрекпен сезінуді қажет етеді. Баспасөз беттерінен алынған мына сөйлемдерге назар аударайық: «...Мерейтой қарсаңында қақпаға жөндеу жұмыстары жүргізілетінін естіген Амалбек Қозыбақұлы Кәрім Көкірекбаев мырзаға хабарласып, бұрынғы жоба бойынша жасауды *мәслихат етеді*.» (Анар Лепесова. «Түркістан» газеті, 29 қазан 2015 жыл.) «*Мәслихат етеді*» тіркесі топ болып немесе қауым болып жиналады, ортаға салады, талқылайды деген мағынаны білдіретін тіркес. Оңтүстік өңірде қыз ұзатуға, келін түсіруге қатысты қолданылатын «мәслихат шайы» яғни, «ақылдасу, талқылау шайы» деген ұғым бар. Ал бұл сөйлемде «мәслихат етеді» тіркесі ұсыныс жасайды, сұрайды мағынасында қолданылып тұр. Сөйлемді мәслихат етеді деп емес, оқырманды шатастырмай ұсынады, сұрайды деп аяқтаса да болар еді.

«...Жұмыстан қажып, әбден *сілелеген кезде* Кентауға келер едік.» (Анар Лепесова. «Түркістан» газеті, 29 қазан 2015 жыл.) Осы сөйлемдегі *сілелеген кезде* тіркесі шаршаған кезде деген мағынада қолданылып тұр.

Сілееле сөзі етістік ретінде қатты шаршау, болдыру мағынасын білдіреді. [2.564]. Алайда, қазіргі кезде қолданыстан шеттетіліп жүр, сондықтан болдыру, шаршау деген сөздерді қолданғанда да автор ұтылмас еді: әрі үйреншікті, әрі түсінікті.

Кейде журналистердің сұхбат алу кезінде де сұрақтарын жүйелі, сауатты қоя алмайтындығы байқалады. Назар аударайық:

- *Баян-Өлгейдегі қазақтардың Қазақстаннан күтетіні бар ма? Көші-қоннан өзге.*
- *Жоғарыда айтып өткен саяси ахуал биліктің құлағына тисе деп ойлаймын. Бұл біздің арқа сүйер тірегіміздің бар екендігі. Қазақстан деген алып мемлекеттің қандастарын далаға тастамайтындығын сезінгеніміз. Екіншіден, кейбір дипломатиялық каналдар арқылы осы мәселені жылы ескертіп қойса деген ниет. Екіншіден, рухани тұрғыдан жұтаңдыққа ұшырап барамыз. (Сұрақ пен жауапты толық алып отырмыз).* (Есенгүл Кәпқызы. «Түркістан» газеті, 29 қазан 2015 жыл.)

Курсивпен берілген үзіндіде сұрақтың қойылу ретіндегі, оған берілген жауаптың сөйлем ретінде берілу жолы қаншалықты дұрыс-бұрыстығы айқын аңғарылып тұр. Сұраулы сөйлемнің құрылымы мен аяқталмай қалған, мағынасы таяз сөйлемдер бірден көзге түседі. Мүмкін журналист сұхбат берушінің жауаптарын сол қалпында бергісі келген болар, бірақ ол міндет емес қой. Көпшілік газетті оқып, сондағы жазуды дұрыс деп есептейтін болғандықтан, міндет – ойды дұрыс, сауатты, жүйелі және түсінікті жеткізу. *Бұл біздің арқа сүйер тірегіміздің бар екендігі. Қазақстан деген алып мемлекеттің қандастарын далаға тастамайтындығын сезінгеніміз.* Осы сөйлемдерден не түсінуге болады. Жылы ескерту деген не тіркес? Ескертудің жылысы, ыстығы, суығы бола ма?

Көбіне жас журналистерде жиі кездесіп жататын кемшіліктердің бірі – сөздердің тіркесімділік қабілетін ескермей, сәтсіз тіркестер жасауға құмарлық. Тіліміздегі сөздердің тіркесімділік қабілеті әр түрлі екені белгілі. Жазушылар, ақындар бейнелі, көркем суреттер беру үшін жаңа, тың, суретті, бейнелі тіркестер жасау үшін жауыр болған тіркестерді өзгертіп, жаңа тіркестер жасауға ұмтылады. Алайда, бұл ұмтылыс сәтті бола бермейді.

«Кезінде кен өндіруден рекорд орнатып, Кентау қаласының қабырғасы *қалануына үлестері мол жандардың* ескерткіштері қойылған аллеяның лентасы қиылды». (Анар Лепесова. «Түркістан» газеті, 29 қазан 2015 жыл.) Осы сөйлемдегі *үлестері мол* тіркесі сәтті тіркес емес, дұрысы: *қалануына мол үлес қосқан жандардың ...*

«Шараға ардагер кеншілер мен *зиялы қауымдар* қатысып, ескерткіштерге гүл шоқтарын қойды». (Анар Лепесова. «Түркістан» газеті, 29 қазан 2015 жыл.)

Зиялы – 1. Оқыған, сауатты азамат, интеллигент. 2. Парасатты, озық [2.145].

Зиялы қауым – Мәдениет пен ғылымның, техниканың салаларынан арнайы дайындығы, білімі бар адам, ой еңбегінің қызметкерлері. [2.504].

«Қауым» сөзінің өзі көп адам, топ деген мағынаны білдіреді. «Зиялы қауым» тіркесі оқыған, сауатты азаматтар тобы дегенді білдіреді, ал сөйлемде қауым сөзіне -дар көптік жалғауын қосудың мүлдем қажеті жоқ. Егер әр саланы құрайтын зиялы қауым болса, «зиялы қауым өкілдері» деген тіркес қолданылады.

Қазіргі уақытта кейбір журналистер қазақ тілінің грамматикалық ережелерін сақтмайды, ішкі ерекшеліктерін біле бермейді. Сондықтан да сөйлем ішіндегі сөздер өзара дұрыс байланыспайды. Мына мысалдарға назар аударайық: «Сондықтан, *ауысып кетпесі үшін*, бойының қаншалықты өскендігін біліп отыру үшін құлын кезінде мойнына жіп байлаймын да өзім басқа жаққа іссапарға кетемін». (А. Кәдірұлы. «Түркістан» газеті, 21 қаңтар 2016 жыл.) Осы сөйлемдегі *ауысып кетпесі үшін* тіркесінің дұрыс нұсқасы *ауысып кетпеу үшін* екендігі бәріне түсінікті. Қазір баспасөзде барам шығар, айтам шығар, келем шығар секілді тіркестерді жиі кездестіруге болады. «Көбінесе шетелдік қонақтар, БҰҰ қызметкерлері *орналасатынын* «Splendid» қонақ үйі лаңкестік топтың құрсауында қалған». (А. Бауыржанұлы. «Түркістан» газеті, 21 қаңтар 2016 жыл.) Келтірілген сөйлемдегі *орналасатынын* сөзі де сөйлем мағынасын көмескілендіріп, қажетті грамматикалық формада тұрған жоқ.

Баспасөз беттеріндегі осындай кемшіліктердің бәрі баспасөз тілінің сапасына әсер ететіні сөзсіз. Бұл секілді факторлардың қай-қайсысын да ескере отырып, бүкіл қоғам көз тігетін қазақ баспасөзі тіл мәдениетінің жоғары болуына, әдеби тіл нормаларының сақталуына, публицистикалық стильдің кемелдене түсуіне журналистер қауымы аса жауапкершілікпен қарап, айрықша мән беріп отырғаны дұрыс. Бұған қолына қалам ұстағандар да, осы басылымдардың оқырмандары да мүдделі болуы керек.

Қазақ әдебиетінің классигі, стилист-жазушы Ғ.Мүсірепов айтқандай, «сөз сөзге шуағын төгумен қатар, көлеңкесін де түсіретіні белгілі». Кез келген журналист осы бір ойдың салмағын түсіне отырып, оқырман алдындағы жауапкершілігін сезінгені дұрыс. Әр сөздің мағынасын түсініп, мағынасына қарай орнымен қолдану – тіл мәдениетінің ең өзекті мәселелерінің бірі.

Қазіргі жастарда орысша ойлап тұрып, қазақша аударып салып қолдану немесе орыс тілінің ауанына қарай ойды жеткізу жиі кездеседі. Бүгінде баспасөзде «мен айтар едім», «мен ойлаймын», «мен айтқым келеді» деп басталатын сөйлемдерді де жиі кездестіруге болады.

Бірде сабақта болашақ журналистерге «Менің жаңа оқу орным» деген тақырыпты негізге алып, 1-курс студенттерінен сұхбат алу үшін сұрақтар дайындайық деп тапсырма бердім. Әрине, сұрақтар қандай бағытта болу керек, сұхбат берушіні қалай сөйлету керек, қандай мәселелерді тілге тиек ету керек деген секілді жалпы бағыт берілді. Сұрақтар дайын болған соң оларды өзара сөйлестіре отырып, үшінші біреуге пікір айтуды міндеттедік. Нәтижесінде студенттердің сұрақ қоюға, қойылған сұраққа толық және қызықты жауап беруге төселіп қалғаны байқалды. Алайда, орысша ойлап, қазақша сөйлеудің әсері де байқалмай қалған жоқ. Мысалы, «Сіздің күтілімдеріңіз ақталды ма? - Ваши ожидания оправдались?», «Мен айтар едім, маған қалашықтың кешкі сәті ұнайды деп – Я бы сказал...» деген секілді сөйлемдер айтқан ойымыздың дәлелі деп ойлаймын.

Қазіргі оқырман әр сөздің қолданысы мен мағынасына, сөйлемнің құрылымы мен жеткізер ойына назар аударатын көзі қарақты, оқыған азамат. БАҚ тілінің сауатты, мәдениетті, мінсіз болуы – әдеби тіл дамуының басты факторларының бірі. Сондықтан тіл мәдениетінің, сөз мәдениетінің, сөйлеу мәдениетінің мінсіз болуына қызмет жасайық.

Әдебиеттер:

1. Әлкебаева Д. Қазақ тілінің прагмастилистикасы. Оқулық. – Алматы, 2014.
2. Қазақ әдеби тілінің сөздігі. 7,9,13-т. – Алматы, 2011.

Қазыбек Г.Қ., әл-Фараби атындағы
Қазақ ұлттық университетінің профессоры м.а.,

Қ.БАҚБЕРГЕНОВТИҢ АУДАРМАШЫЛЫҚ ЕҢБЕГІН ОҚЫТУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Аударма - халықпен халықты, әдебиет пен әдебиетті байланыстыратын дәнекер. Ал аудармашылар осы байланыста ерекше рөл атқарады. Сонымен қатар аударманың тәжірибе алмасудың құралы екендігі айдан анық. Кез келген адам аудармашы бола алмайды. Бұл дәлелденген факт. Аудармашының бойында алдымен білім мен біліктілік болуы тиіс. Осындай аудармашыға қажетті қасиеттерін бойына сіңірген ақынның бірі деп Қайрат Бақбергеновті айтамыз.

Қ.Бақбергенов 1953 жылы 1 наурызда Алматы қаласында туған. Шығармаларын орыс тілінде жазады. Ақын шығармалары француз, неміс, серб, корей, қазақ т.б.тілдеріне аударылған. Оның "Пойманный ветер", "Возвращение", "Веретелка", "Отраженные пространства" т.б. кітаптары жарық көрген. Ол "Тәржіман – әдеби аудармашылар одағы" бірлестігінің төрағасы қызметін атқарады. 1987 жылдан бастап Қазақстан Жазушылар одағының және Халықаралық Пен-клубның мүшесі, балаларға арналған көптеген мультфильмдердің сценарийін жазған.

Қ.Бақбергенов қазақ тіліне Доспамбет жырау, М.Жұмабайұлы, Ж.Аймауытұлы, Қ.Мырзалиев, Г.Аутова, Ю. Хэжка, А. Йожеф, Ф. Кафка, Г. Тракль, Ян Вон-Сик, Н.Оразалин т.б. шығармаларын аударған. Ақиық ақын М.Мақатаевтың ағылшын тілінде шыққан өлеңдер жинағын аударуға қатысқан. Аудармалары "Смена", "Дружба народов", "Аманат", "Простор" т.б.журналдарда үзбей жарияланып тұрады. Аудармашы І.Жансүгіров пен Ф.Ғабитованың арасындағы хаттарды аударуға да ат салысқан.

2009 жылы ақынның «Отраженные пространства» атты кітабы жарыққа шығады. Аталған кітапта ақынның аудармалары жарияланған.

2012 жылы "Аударма" баспасынан "Междуречье" деген кітабы шығады. Бұл кітаптың негізгі ерекшелігі мұнда жыраулар поэзиясынан бастап қазіргі қазақ ақындары, еуропа ақындарының шығармалары аударылып берілген. Бұл кітапты сан ғасыр поэзия өкілдерінің тоғысуы деп те айтуымызға болады. Мұнда алғаш рет Ю. Хэжки, С.Симича, Ф.Кокота т.б. поэзиясынан аударма нұсқалар беріледі. Осы аударма кітап туралы шығарған баспа мамандары мынандай тамаша пікір жазған : " Это книга не только откровений, но настоящих открытий: впервые перед читателем предстанет творчество и других. Яркий, образный язык переводов, в большинстве своем сделанных непосредственно с оригинала, блестящее и подчас виртуозное владение словом и стихотворной техникой дают основание отнести эту книгу к лучшим достижениям отечественной школы художественного перевода." [1]

Аудармашы Қ.Бақбергенов берген бір сұхбатында : "Бұл салада кез келген мәселе аудармашының өзіне, әлеуетіне және оның кәсіби дайындығына байланысты. Көне француз, ағылшын, неміс, испан және итальян тілдерін жетік меңгерген белгілі ресейлік аудармашы Владимир Микушевичтің сөзіне сенсек, кез келген мәтінді тәржімалауға болады. Сондай-ақ, ол: «Алдында тұрған тапсырма қиындаған сайын оны орындауға деген құлшыныс арта түседі», – дейді. Ал, Абайдың көркем аудармаға салған дәстүріне келер болсақ, ол туралы көп айтуға болады. Ол шағын сұхбаттың ауқымындағы әңгіме емес. Бір ғана нәрсе айтқым келеді, ұрпақ ауысып, уақыт өтсе де Шәкәрім, М.Дулатов, Қ.Шаңғытбаев, Ғ.Қайырбеков және өзге де танымал есімдермен белгілі қазақтың көркем аударма мектебінің сабақтастығы үзілген жоқ, қайта бүгінде қарқынды даму үстінде", -деп аударма өнерінің қыр-сырына үңіледі. Қ.Бақбергенов аудармашыларда төрт түрлі қасиет болуы керек дейді. Олар : талантты болу, өз кәсібіне сүйіспеншілікпен қарау, көп тіл білуі керек, жергілікті сөйлеу мәнерімен таныс болу қажет.

Қ.Бақбергенов аударматану туралы көп ізденген, пікірлер айтқан аударматанушы ғалым. Мысалы, "Қазақ әдебиеті" газетіндегі бір сұхбатында былай дейді: "О.Сүлейменов: «Аудармашының жұмысы кілемнің сыртқы жағындағы өрнегі сияқты» – деп, оның қаншалықты қиын екенін мойындаған. Ал «Сөздікпен жұмыс істемеген аудармашыны

аудармашы деп санамаймын», – деп болгар аудармашысы Сидер Флорин айтқан екен. «Жазушы талантты болған сайын оны аудару өте қиын. Сондықтан мен аудармашының жұмысын өзінше университет деп санаймын», – дейді Бақытжан Момышұлы. Жалпы, бәрі аудармашының болмысына, біліміне, тәрбиесіне, көзқарасына, жауапкершілігіне байланысты." // Бұдан байқайтынымыз аудармашы тек қана жақсы аудармалар жасаумен шектелмейді, аударма тарихын, түрлерін т.б. туралы көп мағлұмат білетіндігін көрсетеді [2].

2014 жылы "Тәуелсіз Қазақстан: Қазіргі заманғы әдебиет" деп аталатын аудармалар қамтылған антологиясының үш томдығы жарық көргені белгілі. Осы антологияны шығаруға өлшеусіз үлес қосқан да Қ.Бақбергенов болатын.

Сонымен қатар Қ.Бақбергенов аударматануға байланысты өткізілген семинар, симпозиум, республикалық және халықаралық конференцияларда жасаған баяндамаларының өзі арнайы зерттеуді қажет ететін дүниелер. 2013 жылы Уфада өткен түркі поэзиясын аудармашыларға арналған «Ак Торна» атты II Халықаралық конкурс қорытындысы бойынша аудармашы Қ.Бақбергенов жүлделі үшінші орынға ие болған. Бұл аудармашы қызметіне деген жоғары тағзым. Өкінішке орай Қ.Бақбергенов туралы қазақ оқырмандарына арналған ғылыми мақалалар аз екендігін байқадық. Келешекте аудармашының әр аудармасын мұқият зерттеп, оның әділ бағасын беруіміз керек.

Аудармамен айналысуды қашан бастадыңыз деген сауалға ол былай жауап берген еді: "Киров атындағы ҚазМУ-дің журналистика факультетін орысша тәмамдаған соң, Павлодар облысындағы Баянауыл аудандық газетінің орыс бөлімінде редактордың орынбасары болып қызмет атқардым. Одан кейінгі жылдары «Караванда» жұмыс істеп жүргенде қазақ газеттеріне шыққан маңызды мақалалардың үзіндісін аудару керек болды. Аудармашылықты сол кезде бастадым. 1995-1997 ж.ж. жазушы Жолтай Әлмәшұлының «Жетім жұлдыздар» повесін аудардым. Бұл аудармаға Герольд Бельгер оң бағасын берген еді. Содан кейін «Нива» журналының бас редакторы В.Гундаревпен бірлесіп аударған алғашқы кітабым – Ж.Әлмәшұлының «Зов свободы» жинағы жарыққа шықты. В.Гундаревтің сенім білдіріп, еңбегімді жоғары бағалағаны шығармашылығымға үлкен серпіліс берген еді. Осыдан кейін екеуміз көп жыл бірге жұмыс істедік. Менің аудармашы болуыма осы үш кісі себепші болды. Ал қазір М.Әдібаев, Е.Сатыбалдиевпен бірге жұмыс істеймін." Яғни, аударма келу тарихына шолу жасайды [2].

Қ.Бақбергенов аударма туралы, аударманың сапасы және қазіргі аудармашылар туралы мақалалар көп жазады, жақсы пікірлер айтады, Қазақстандағы аударматану ғылымының дамуына байланысты да өз ойларын мерзімді баспасөз беттерінде үзбей жариялап отырады. Мысалы, Ресейде өткен «XXI ғасырдағы орыс және қазақ әдебиетінің байланысы. Диалог жалғасуда» атты дөңгелек үстелде ол аударма туралы баяндама жасаған болатын. Сонда, " Шынын айту керек, бізде қазір аударма мәселесі қиын. Аудармаға қабілеті бар адамдар аудармамен айналысқысы келмейді. Себебі, аудармашының еңбегін бағалап жатқан ешкім жоқ. Мағжан Жұмабаевтың шығармаларын орыс тіліне өзіміз аудардық. Баяғыдай Ресей ақындарының, аудармашыларының көмегіне сүйенгеніміз жоқ. Бұрын орыс ақындарымен бірлесе отырып, мықты ақындарымызды орыс тіліне аударушы едік. Бүгінгі таңда біздің «Простор» журналы да дағдарысты бастан өткеріп жатыр. Бірақ, әдеби процесс ешқашан тоқтамайды. Кейде мына заманда әдебиет пен бизнестің арасын байланыстыруға тура келеді" немесе "«Абай жылы», «Пушкин жылы» бұлардың бәрі де екі елдің арасын әдеби-мәдени тұрғыда жақындатып жатыр. Біздің «Простор» журналында көптеген ресейлік ақын-жазушылардың еңбегі жарияланды. Сіздер бізден «Сендердің бүгінгі ақын-жазушыларың қайда?» деп сұрайсыздар. Олар қазір бірден ағылшын тіліне аударылғысы келеді және қаржылық мүмкіндігі барлары аударылып та жатыр. Қалай десек те, қазақ прозасы орыс тіліне, басқа тілдерге аударылып жатыр. Ал біздің поэзиямыз өте бай. Осы бай поэзиямыз өз деңгейінде өзге тілдерге аударылып жатқан жоқ. Өздеріңіз білесіздер, поэзия өз ақынын, өз аудармашысын таппаса, өзге тілге аударылуы қиын ғой. Орыс тіліне аударылған кейбір өлеңдердің аудармасына қарным ашты. Түпнұсқадағы жақсы өлеңдер орыс тіліне мүлдем басқаша

болып аударылған. Мен осыған қатты аландаймын",-деп қазіргі кездегі аударманың ахуалы туралы жан-жақты айтқан.

Аударматануға арналған бір конференцияда Қ.Бакбергенов аудармашының рөлі туралы мынандай жақсы баға берген болатын : "Лучшая оценка для переводчика – это когда молчат и не критикуют, потому что в действительности литературный перевод – это тяжелый и ответственный труд". Тағы бірде ол : "1969 жылы ҚазМУ қабырғасында Леонид Соболевтің (жазушы, М.Әуезов романының аудармашысы) журналистика факультетінің студенттерімен кездесуі өткен еді. Сол жазушы-аудармашы былай деген: «Мен Мәскеуде отырып, Мұхтардың романын аудару кезінде талай қиналып, тоқтап қалатын кездерім болған. Сондай сәттердің бірінде Алматыға телефон шалып, Мұхтарды шақырдым. Ол ұшып келіп, әлгі мен тоқтап қалған эпизодты көргенде орысша түсіндіре бастайтын. Мен таңқалып: «Мұхтар, сен орысшаны менен де жақсы біледі екенсің! Неге романыңды өзің аудармайсың?» – дегенімде: «Бұл роман – өзім туғызған баламдай! Қазақша сөйлеп туды, сондықтан оны орысша сөйлетуге шеберлігім жетпейді», – деп жауап қайырған. Сол сияқты Абайды да осы күнге дейін «Мен автордың өзіндей аудардым», – деп ешкім айта алмайды. Оны Марат Әдібаев: «Абайдың ойы шексіз. Оны жоғары дәрежеде аудару үшін ұлы Абай сияқты ойлау қажет сияқты...», – деп мойындаған",-деп аудармашының жауапкершілігіне зор мән беретінін дәлелдей түседі. Әр сөздің мағынасына қарай аудармашы сөзді қалай аударуы керек деген мәселелерге де өз ойын білдіреді. Мысалы, бір ғана "аманат" сөзіне байланысты былай дейді: "Оның орыс тілінде төрт мағынасы бар. Бірінші – белгілі бір адамға сенімхат беру, екінші – аманат (заклад) беріп, түрмеден уақытша босатып алу, үшінші – біреуді міндеттеу немесе өз мойнына алу, төртінші – тарихи тақырыпта аманатқа адам алу (заложник)." Бұдан байқайтынымыз, ақын,аудармашы Қ.Бакбергеновтің жас аударматанушыларға берері мол екендігі.

Қ.Бакбергеновтің аударма туралы айтқан әрбір пікірі, әрбір тұжырымы ойға қонымды. Ғылыми мақалалары қазіргі таңдағы аударма мәселесін қарастырады. Оны жаңадан жарияланып жатқан аударма кітаптардың сапасына шолу жасауды үрдіске айналдырған талантты аудармашы деп айта аламыз.

Әдеби шығармалардың аудармаларының сапасын,көркемдігін және аудармашылар қолданған әдістерді нақты мысалдар арқылы дәлелдейді. Бұл ақынның аударма ғылымынан мол хабардар екендігін айқын дәлелдейді. Сонымен қатар Қ.Бакбергенов Ресейдің "Читай Россию" атты премиясының жүлдегері. Жұлдені орыс ақындарын шетел тілдеріне аударған үздік аудармашысы номинациясы бойынша жеңіп алған.

Келесі кезекте аудармашы жасаған аудармалардан үзінділер келтірейік.

Қ.Бакбергенов І.Жансүгіровтің "Елеске" атты өлеңін "Видение"деп аударған.

Түпнұсқа:

Қара көзің мөлдіреп,
Қарама, жүректі өртейсің.
Елесіңе ішім елжіреп,
Жанымды улап дерттейсің.
Асау жүрек құр тулап,
Күзетеді, тосады.
Көрінбейсің мені улап,
Елесіңе елес құшады. [3]

Аударма нұсқа:

Не гляди, твой кроткий взгляд
Душу мне воспламеняет,
И желанный сладкий яд
Сердце болью наполняет.
Мне его не обуздать
Все старания напрасны

Неустанно будет ждаты
Тень твою в ночи безгласной [4,56]

Аудармашы орыс тіліне бұл өлеңді ұйқастығы жағынан дәлме дәл берген, түпнұсқада ұйқас түрі шалыс болса (аб аб), аудармашы сол шалыс ұйқасты орыс тіліндеде берген. Түпнұсқадағы бірінші төрт қатардағы екінші жолдағы қарама сөзі аудармада бірінші жолға шығып кеткен. Түпнұсқадағы “қара көзді” аудармашы орысшасында “кроткий взгляд” деп берген, кроткий мағынасы момын, қой аузынан шөп алмайтын, таза деген мағынаны береді. Қара көзді кроткий деп бергені өзгеше болғанымен мағынасы бір деп ойлаймыз. Түпнұсқадағы алғашқы шумақтың үшінші жолы орысшада мүлде аударылмаған, мұндағы тақырыпта берілген елестен еш нәрсе қалдырмаған, оның орнына оны “сладкий яд” деп беруді жөн көрген.

Түпнұсқада автор өлеңінде сол бір адамның тіпті елесін жолықтырсада жүрегі елжіреп, тәтті сезімге бауралатынын айтып жатса, орысшасында тек тәтті удың жүрегін жаралағанын айтады, мүмкін аудармашы елесті тәтті уға теңеген болар. Түпнұсқадағы “асау жүрек”-те қалып қойған, орысшасында аудармашы оның орнына “мне его не обуздать” деп берген, аудармашының бұлай жасағаны, біздің ойымызша, ол бірінші шумақтағы жүректі сипаттап жатыр, сол жүректің асаулығын ол екінші шумақта “мне его не обуздать” деп жалғастырып кеткен.

Түпнұсқадағы екінші шумақтағы елестің аудармасы орысшада "тень" болып аударылған, “тень” қазақша көлеңке болады, елес пен көлеңке бір емес. Бұдан байқайтынымыз, аудармашы еркін тәсілді қолданған. Аударманың ойын беруге тырысқан. Аударма жеңіл оқылады.

Түпнұсқа:

Қалқам қарсы отырып,
Қарасалық көзге көз.
Сөз кітабын оқиық,
Көз сөйлесін көзбе көз,
Қала тұрсын өзге сөз.[3]

Аударма нұсқа:

Мы с тобою снова рядом
и, в глаза друг другу глядя,
все читаем по глазам,
по открытым ясным взорам, –
и иного разговора,
слов иных не надо нам. [4,123]

Аударма өлеңнің мағынасын жеткізгенімен, автордың стилін толық бере алмаған. Өлең жолдары түпнұсқада 5 болса, аудармада 6 болып кеткен. Сонымен қатар аудармашы аллитерацияны сақтамаған. Түпнұсқада әрбір тармақ қатаң «қ», «к» әріптерінен басталса, аудармада ол жоғалып кеткен. Аллитерация өлеңге ерекше назар аудару үшін қолданған, сол аудармада берілмеген. Аудармашы қаратпа «қалқам» сөзін алып тастаған, «көз кітабы», «көз сөйлесін көзбе көз» метафораларын тастап кеткен. Сол себепті аударма түпнұсқадай әсерлі, әрі көркем шықпаған.

I. Жансүгіровтің «Кинода» шығармасын «В кино» деп берген.

Түпнұсқа:

Лапылдап жүрді жүрек экранда,
Көрсетіп бар мәзірің көрген жаңға,
Қолымды қолтығыңа қыса отырып,
Қызықтап экранға көз салғанда.

Машина зыр-зыр қағып жүріп кетті,
Міне, шыға шапты бірнеше атты.
Әнеки, есік ашып бір қыз кірді,
Әне-анау соқты тасқа толқып қатты.
Мінеки, терек тербеп дауыл соқты,
Әне бұлт, мынау жылқы, - жауынға ықты.
Осындай ұйқы-тұйқы сұлу сурет,
Сезбедім бірде-бірін не боп шықты?
Әуре еді ойым, көңілім бір сенімен,
Суреттің болмады ісім жүргенімен,
Суретің жүрегімде жатты жүріп,
Күш алып қолымдағы білегіңнен. [3]

Аударма нұсқа:

Луч дрожит на белой ткани,
в дали чудные маня.
Ты не сводишь глаз с экрана,
держишь под руку меня.
Вот проносится машина
с ревом мимо табуна.
И сменяется картина-
на скалу неустрашимо
устремляется волна.
Входит девушка – не скрою,
неподдельно хороша...
Но сегодня лишь тобою
занята моя душа. [4,184]

Қазақша нұсқасы белгілі бір өлшеммен қиыннан қиыстырылып, үйлесімді ырғақпен ұйқасып келетін өрнекті өлең болып келсе, орысша нұсқасы алдыңғыға қарағанда мүлдем басқа. Ұйқасы бар болғанымен, өлең көркемділігі төмен деңгейде болды, стилі басқа. Түпнұсқаның алғашқы жолдарында белгілі бір серпіліс пен динамика байқалады, яғни «лапылдап жүрді жүрек экранда, көрсетіп бар мәзірің көрген жаңға, қолымды қолтығыңа қыса отырып, қызықтап экранға көз салғанда» деген жолдарда өлең не жайлы екенің бірден түсінуге болады. Ал, орысша нұсқасында бұл шабыт әсерлі шықпаған. соншалықты Бұны оны мына жолдардан көреміз «луч дрожит на белой ткани, в дали чудные маня. ты не сводишь глаз с экрана, держишь под руку меня». Аудармаға «в дали чудные маня» деген басқа мағынада қолданған айтылымды қосып, «көрсетіп бар мәзірің көрген жаңға» дегенді алып тастағанның нәтижесінде мағынасы кішігірім басқа жаққа ауытқып кеткен.

«Машина зыр-зыр қағып жүріп кетті, міне, шыға шапты бірнеше атты» және «вот проносится машина с ревом мимо табуна» бір-біріне сәйкес түрде жарасып тұр, сөз жоқ ұйқасы мен мағынасы өз кезекте дәл келіп тұр. «Зыр-зыр» деген одағай сөзді аудармада қолданбай, онын орнына «рев машины» деп орын ауыстыру шеберлігін қолданған болатын.

Соңғы жолдарында аудармашы жолдар реттілігін өзгерткен, яғни жолдарды алмастырған. Мысалы «әнеки, есік ашып бір қыз кірді, әне-анау соқты тасқа толқып қатты» атты жолдармен «и сменяется картина - на скалу неустрашимо устремляется волна. входит девушка – не скрою, неподдельно хороша...» деген жолдарды салыстырсақ, қазақ нұсқасында жай ғана қарапайым қыз жайлы ма, әлде қайдағы бір белгісіз жан жайлы сөз болған шығар, оны біз біле алмаймыз, бірақ орысшада әсем әрі сымбатты қыз жайында сөз қозғалып тұрғанын анық көре аламыз. Бұл жәйт аудармашының аудармаға қосқан еркін мінезін айқындап тұр.

Аудармашы лексикалық трансформацияны кеңейтілген түрде қолданған, оны біз соңғы жолынан аңғара аламыз. Түпнұсқадағы бірнеше жолдарды «мінеки, терек тербеп дауыл соқты, әне бұлт, мынау жылқы, - жауынға ықты. осындай ұйқы-тұйқы сұлу сурет, сезбедім бірде-бірін не боп шықты? әуре еді ойым, көңілім бір сенімен, суреттің болмады ісім жүргенімен, суретің жүрегімде жатты жүріп, күш алып қолымдағы білегіңнен», аудармада бір ғана жолмен жеткізген «но сегодня лишь тобою занята моя душа» Осыған орай, аудармашы жалпыландыру техникасын ұстанып, мағынасын сәйкес келтірмей аударманы оқырманға бір ғана жолмен бере салған.

Қорыта айтқанда, Қ.Бакбергеновтің аудармашылық еңбегін зерттеу, жариялау және оны оқыту мәселесікедешекте атқарылатын келелі істерінің бірі деп санаймыз.

ПАЙДАЛАНҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Прочти - это круто! //www.aktobeoub.kz
2. А. Жарылқасынов: Бөгденің көңіл құлпынашатын сөз.Қазақ әдебиеті газеті // №27 (3399)
- 3.І.Жансүгіров өлеңдері//www.zharar.com
- 4.Бакбергенов К. Междуречье. Книга переводов/ перевод. Астана: Аударма, 2012. - 480 стр.

Қайратқызы Шуақ, 2 курс студенті

Ғылыми жетекшісі: ф.ғ.к., доцент Г.С.Өзбекова

ТӘУЕЛСІЗДІК СЫЙЫ

Мен жат жер топырағында өмір есігін ашсам да, жастайымнан атамекенімнің кең байтақ Қазақстан екенін біліп, зердеме мықтап түйіп, санама сіңіріп өстім. Жырақта жүрсем де сүйікті Отанымның асқар ала таулары мен айдын шалқар көлдерін, жайқалған жасыл орманы мен кең жайлауын аяулы анамдай ардақтап, атажұртын алыстан аңсағандардың бірі болдым. «Отан-оттан да ыстық» деген халық мақалы бекер айтылмаса керек. Миллиардтың ішінде жүрсем де, «Мың өліп, мың тірілген» қазақ екенімді ешқашан естен шығарған емеспін. Қазақ атаулының қарашаңырағы- Қазақстан деген Отанымның бар екенін үнемі көкейімде бойтұмардай сақтап жүрдім. Ақыры, Алланың ақ жолымен атамекенге деген асқақ сезімнің жетегінде Отанға оралдым, Қазақстанмен қауыштым. Неткен бақыт десеңізші?!...

Әрине, бұл баянды бақытымның туған елімнің тұғырлы тәуелсіздігімен байланысты екендігі-дау тудырмайтын ақиқат. Тәуелсіздік деген бақыт құсының басымызға оңайлықпен қона қоймағаны баршамызға белсенеден белгілі. Тәуелсіздік жолы-қасиетті де қасіретті жол. Ендеше, сол жолды халқымыз қандай қиындықтармен басып өткеніне көз жіберіп көрейікші...

Иә... Қазақ тарихының ақтаңдақ беттеріне үңілгенде, көкірегіміз шерге толып, көзімізге жас ұялары сөзсіз. Міне, бұл- ата-баба ерлігіне деген үлкен құрметтің айқын дәлелі.

Жұмыр жердің тыныс-тіршілігін жіті бағып, оның тағдырын, асылы мен жасығын тарих таразысына салып зерделеген- ұлы өмір көші. Осы көште қарға тамырлы қазақ халқының қатпар-қатпар тарих қойнауына көз жүгіртсеңіз, шулы ғасырдың жұмыр басты пенденің шақшадай басын шарадай етіп, шаршы топты шырғалаңға тартқан шағы да, етегін жаспен жуған қасіреті де, шаттанып күлген қуанышы да жеткілікті сияқты.

Бұл сонау XVIII ғасыр белесінің халқымыздың ордасын ойрандап, шаңырағын шайқалтқан «Ақтабан шұбырынды, Алқакөл сұлама» зұлматы еді.

Былай барсаң, қоқан бар,
Салмақ салып, қоқандар.
Былай барсаң, қалмақ бар,
Күшінді еппен алмақ бар.

Былай барсаң, қытай бар,
Жапырағыңды бұтай бар.
Былай барсаң, орыс бар,
Бала берсең, қоныс бар, -

деп жырлаған жырауларымыздың өшпес әдеби мұрасы заман бейнесін айқын ашып көрсете білді. Бағымызға қарай, Абылай бабам бастаған Қаракерей Қабанбай, Қанжығалы Бөгенбай, Шапырашты Наурызбай елі үшін қасық қаны, шыбын жаны қалғанша айқасып, қансыраған жұрттың, жаралы Жер- Ананың емшісіне айналды. Елдің сүттей ұйыған тыныштығын, бірлігін көздеген, қара қылды қақ жарған Төле, Қазыбек, Әйтеке сынды билер де ел бағына туылды. Бірақ бұл қуанышымыз да ұзаққа созылмады. Тағы да аласапыран шақ, көзге түртсе көргісіз соқыр тұман басқан күндер туды. Әділет нормалары бұзылып, қудалаудың қылышынан қан тамған кезеңде елім талай боздақтарынын айырылды, солақай саясаттан халқым деген талай асыл ерлердің мойнына қыл бұрау салынды. Сәкен, Ілияс, Бейімбет сынды ұлт зиялылары жалындап келе жатқан шағында қыршынынан қиылды. Қазақ елін қайсыбір « қаңғып келген шүрегей» басқарып, ел тағдырын елемей, халықты аштыққа ұшыратып, сары даланы қан сасытқанын ұрпақ ешқашан ұмытпайды. « Қыңыр істің қырық жылда да қиығы шығады» демекші, «халық келіп- кеткендерді сыйламайды, қиылып қызмет еткендерді сыйлайды».

Тарих парағына алтынмен жазылған « Бас кеспек болса да, тіл кеспек жоқ», - деп кешегі колбинизм заманында жалынды жастарымыз алаңға шығып, ызғары ерте түскен желтоқсан желінің өтінде тоталитаризм тажалының табанында аяусыз тапталған ар-намыстың бшқынған дауысы дүниені дүр сілкіндірді. Шырқыраған шындықты тайсалмай айта білген жастар тоқпаққа ғана сүйенген тоғышар қоғамға қарсы тұрды, жұдырықтай жүрегімен қалың қауымның мүддесін ұқты. Менің еліме бақыт таңын әкелген асыл боздақтар- Ләззат, Қайрат, Сәбира, Ерболдар.

Міне, ақыры бабаларымыздың жатса түсінен, тұрса есінен кетпеген арманы- арайлап атқан азаттық таңын да қарсы алуға мүмкіндік туды.

Мен қазақпын, биікпін, байтақ елмін,
Қайта тудым, өмірге қайта келдім.
Мен мың да бір тірілдім мәңгі өлмеске,
Айта бергім келеді, айта бергім... –

деп Жұбан ақын жырлағандай, біз мәңгі өлмейтін халықтың ұрпағымыз.

Енді мен зеңгір көкте қалықтаған қырандай азат елмін. Тәуелсіздік тілімді, дінімді, салт-дәстүрімізді қайта жаңғыртты. Қасиетті Ата заңым қабылданды. Егемендіктің айғағы аспан түстес азат байрағым, елтаңбам, әнұраным дүниеге келді. Ал бүгінгі таңда асқақ елімді әлем танып, елеулі елу елдің қатарына кіруді мақсат етіп отыр. Биыл арман қала Астанамыздың мерейтойын дүркіретіп өткізіп, санаулы жылдар ішінде жаңа шаһар салып үлгерген ерлігімізді айдай әлемге паш еттік. Елдегі тыныштық пен тұрақтылықтың арқасында «Кәрі құрлықтағы» беделді ұйымға басшылық еттік. Мұның бәрі тәуелсіздікпен бірге келген құт екені анық.

Бүгінгі ұрпақтың міндеті-ақ білектің күшімен, ақ найзаның ұшымен келген тәуелсіздіктің қадірін жете түсініп, өздерінің келешектің иесі екендігін анық ұғыну. Өскелең ұрпақтың тәуелсіздіктің қан мен тердің бодауына келгендігін жақсы білгендіктен, азаттығымызды асқақ бағалап, егеменді еліміздің ертеңіне ерінбей еңбек етіп, Қазақстанның нұрлы болашағының негізін өз қолдарымен қалауды армандайды.

Әрине, бүгінгі қуатты әрі шуақты бейбітшілігі мен бірлігі жарасқан елдің келешегі келісті болары сөзсіз.

Бүгінгі ұрпақ - болашақтың бапкері. Сондықтан олардың мойнындағы жүк те ауыр. Шындығында, бейбіт заманның көшіне ілесіп, өз Отаныңда алаңсыз білім нәрімен сусындап жатқан өскелең ұрпақ бақытты- ақ, шіркін... Жас достарға айтарым мынау: Елі үшін еңбек етер, мұратқа талмай жетер, балғын бала шақтан нұрлы болашаққа жарқын қадам жасайтын егеменді ел ертеңі біздер екенімізді әрқашан жадымызда сақтайық, тәуелсіз елдің ұландары!!!

Шын талантты адамға табиғат дарытады. Талант деген атаудың бастауында таймас бақыттың болуы да тікелей адамзатқа байланысты. Жалпы адамзат деген күдіретті күш қой. Тұлғасының бойына ақиқат пен ақпаратты сіңірген журналистика мектебі де уақыт катпарларында өзінің жеке дара таланттарын қалыптастырып үлгерді. Олардың алғы шебінде Қазақстандағы алғашқы тележурналист, телевизиялық және радиожурналистика теориясының, ҚазҰУ-дағы телевизиялық және радиостудияның негізін қалаушы - Марат Кәрібайұлы Барманқұлов тұрды. Құрметті профессор атағына ие болған Марат Барманқұлов - республикалық басылымдарда және электрондық БАҚ-тың әр саласында қызмет істейтін журналистер үшін үлгі еді.

Оның журналистика саласына келгендігі де бекер емес еді. Білім ордасына айналған Қазақ Ұлттық Университетінің журналистика факультетінің студенті болып жүріп, қосымша Алматы телестудиясының репортері, содан кейін жастар спорт бөлімінің жауапты редакторы қызметін атқарып жүргені тағы бар. Ол оқуды үздік аяқтады. Әрине, бұл таңқаларлық жағдай емес еді бұл тұлға үшін.

Тұнық дарын иесі - Марат Кәрібайұлын асқақ арман Мәскеу Мемлекеттік Университетінің журналистика факультетіне алып келді.

ММУ-дың бригадасымен бірге студенттік құрылыста жүрген жас ғалым "Молодой целинник" газетінің негізін қалаушылардың бірі болды.

Дүниежүзілік жүйенің пайда болуы туралы жазған алғашқы қазақстандық журналист Марат Кәрібайұлы болды.

Ол журналистика факультетіне, ол кезде халыққа таңсық - компьютер деген атау былай тұрсын, кабинетін жасақтап, Қазақстанға ғаламторды таныстырды. Оның «Хабардағы» «Лидер XXI века» бағдарламасында: «Жастар - тек XXI ғасырдың бастаушылары ғана емес, олар жаңа дәуірдің де басшылары. Олар әлі бала болса да, біздерден көп біледі» деген ұрпаққа зор сенімін жастар бүгінгі күні ақтауда. Барманқұлов егемендік алған алғашқы жылдардан бастап "Казахстанская правда" газеті редакторының бірінші орынбасары, ҚазҰУ-дың телевизиялық журналистика кафедрасының меңгерушісі, кейінірек сол кездегі Әлем әдебиеті және журналистика университетінің бірінші проректоры қызметтерін үлкен абыроймен алып жүрді.

Ал енді ғылыми мақаламызға өзек қылып алған «Отандық телевизия корифейі - Марат Барманқұлов» тақырыбына келсек, 1958 жылы Қазақ телевизиясы құрылғаннан бері жарты ғасырдан астам уақыт өтіпті. Тарих үшін қас - қағым сәт саналатын осы аралықта телевизия саласы Қазақстанда ықпалды әлеуметтік институтқа айнала білді. Содан бері жүздеген талантты тележурналистер дайындалып, халыққа танылды. Журналистика саласы бойынша маман даярлайтын жоғары оқу орындардың саны артты. Телевизия саласы бойынша ғылыми - зерттеумен айналысатын ғалымдар мектебі де біртіндеп қалыптасты.

Бұл ортада тележурналист Марат Барманқұлов телевизия журналистикасының өзекті мәселелерін тыңғылықты зерттеуге көп мән беріп, ғылым докторы дәрежесін қорғады.

Көрнекті ғалым ілімі ұрпақ үшін даналықтың бастауы, оның қаламынан «Весь мир в вашей квартире», «Журналистика для всех», «Сравнительный анализ жанров», «Жанры печати, радиовещания и телевидения», «Искусство современной информации», «Телевидение: деньги или власть?», «Хан Иван» сияқты көптеген оқу құралы мен монография, жүздеген ғылыми мақалалар дүниеге келді.

Телевизия тарихы, оның ерекшелігі, жанрлары, функциялары, тіл, стиль, көркемдік құралдарды пайдалану, телесценарий жазу, бағдарлама даярлау, телехабар жүргізу, комментаторлық, модераторлық, шоумендік өнерді игеру сынды тележурналистика шеберлігінің алуан түрлі қырларына түсініктеме беретін алғашқы отандық оқулықтың авторы - Марат Барманқұлов.

Профессордың ҚазМУ-дың журналистика факультетінде кандидаттық диссертация қорғау Кеңесі төрағасының орынбасары, филология факультетінің докторлық диссертациялар қорғау Кеңесінің мүшесі болуы, жас ғалымдардың бірнеше докторлық,

кандидаттық диссертациялар қорғалуын басшылыққа алып отырғаны тағы бар. Бұл оның қара шаңырағымыз – университетіміздің қоғамдық, сол кездегі партиялық өмірмен сабақтас болуы еді.

Ол өз өмір жолында - Қазақстан Журналистер одағының хатшы қызметін атқаруы, Еуразия Халықаралық экономика академиясының академигі деген атаққа ие болуы оның халықтың адамы екендігіне тағы бір дәлел, өйткені ондай марапатты тек халық ғана ұсына алады.

Марат Барманқұлов көпке белгілі - Қазақ телевизиясының алғашқы комментаторы және репортері, яғни ол теоретиктен гөрі, көп жылдарды еңселеген мықты практик.

Ол 1959-1961 жылдары қызметін енді бастап жатқан Қазақ телевизиясында жауапты редактор кезінде, «Сто путей, сто дорог» сияқты циклды, авторлық, жеке - дара хабарлар жасап, көрермен көңілінен шыққан алғашқы тележурналистердің бірі.

Марат Кәрібайұлының екінші бір қыры оның зерттеушілік қабілеті мен жазушылық талантында жатыр. Бұл туралы филология ғылымдарының кандидаты, доцент Рахима Бегімтаева: «Марат Кәрібайұлының артында мол мұра қалды. Журналистика саласындағы ғылыми еңбектері бір төбе болса, түркі тақырыбына арналған әдеби еңбектері бір төбе. Марат Кәрібайұлының талантының ашылар тұсы осыдан көрінеді».

Марат Кәрібайұлы өз алдына бір төбе жарияланған ғылыми жұмыстардың санатына әлі кірмеген, қорытындысын күтіп жатқан публицистикалық еңбектерін айтпағанда, қысқа өмірінің ішінде 17 кітап жазып, өзінің шын мәніндегі ғалым, журналист, жазушы екендігін әдеби ортада дәлелдеп кеткен адам. Оның бұл ерекшелігі туралы ғалым Әбілфайыз Ыдырысов: «Марат Кәрібайұлының «Бар әлем өз үйінде» («Весь мир в вашей квартире») атты публицистикалық, әрі теориялық, әрі практикалық кітабы кеңестер одағы теледидаршы, ғалым теоретиктерінің қолдан түсірмес «кішкентай энциклопедиясына» айналды. Бүкіл кеңестік теледидар ғылымының теориялық оқулығы болды». Марат Кәрібайұлының сөз етілмеген тағы бір қыры - оның зерттеушілігі.

Ол сонымен қатар - түркітанушы, ислам зерттеушісі, мәдениеттанушы, философ, филолог - лингвист.

Марат Барманқұловтың көп қырларының ең биік шыңы - оның ұстаздығы. Жас ұрпақты тәрбиелеп білім беру, әсіресе, мектепті бітіре салып, жоғары оқу орнына түскен студенттерге дұрыс бағыт - бағдар сілтеу оңайлыққа түспейді, оған біреудің білімі, екіншілердің тәжірибелері жетіспей жатады. Ал Марат Барманқұловтың бойында осы қасиеттердің барлығы болды. Оның шәкірті - тарих ғылымдарының докторы, профессор Ләйлә Ахметова: «Біз ешқашан дос болған емеспіз, бірақ, осыдан 29 жыл бұрын өмір мені нағыз ұстазбен жолықтырғанына өзімді ерекше бақытты санаймын. Әрине, өмірде көп ұстаздар болады, бірақ ертеде айтқандай жаны таза, білімі телегей - теңіз ұстаздар сирек кездеседі».

Телевизия бүгінгі қоғам өміріне белсенді араласып ғана қоймай, әлеуметтік, саяси, экономикалық, мәдени, өркениеттік үрдіске әсер ете алатын ықпалды құралға айналууда. Мәселен, демократиялық үрдісте мемлекет өз азаматтарына қалай қалтқысыз қызмет етсе, телевизияға да қалың көрермен алдында үлкен жауапкершілік жүктеледі. Мұның мәні айналып келгенде қоғамды дамыту ісіне ел азаматтарын жаппай жұмылдыру арқылы әлеуметтік сананың қалыптасуына елеулі ықпал ету. Сондықтан, телевизия дегеніміз қоғамдық, әлеуметтік аса маңызды құрал. Онымен тіршілікті жандандыруға және жоюға болады.

Телевизия туралы айтқанда, оның ең күшті ақпарат құралы және адамзаттық, ұлттық, мәдени құндылықтарды таратушы, әлеуметтік айна, бұқаралық қарым - қатынастың маңызды құралы, саяси идеялық аса мықты қару - жарак, соңында айта - айта жауыр болған «төртінші билік».

Телевизияны бүгінде тек ақпарат құралы ретінде қарастырушылық пікір қалыптасқан. Бұл сипаттама мұндай салаға мүлде жеткіліксіз. Сондықтан, бұл мәселеге Барманқұловтың көзқарасымен қарауымыз қажет. Телевизия - ақпарат пен танымдылық бір-бірімен тығыз байланысқан сабақтас сала. Оның өзге ақпарат құралдарынан

даралануы синтездік сипатында жатыр. Сондықтан, телевизияны таза журналистік туындыға айналдыратын да, жасайтын да бұқаралық ақпарат құралдары ретінде ғана тану жеткіліксіз. Оның себебі, эфирлік өнердің сипаттары телевизияның ішкі болмысында толықтай сақталғандығынан деп білеміз.

Көркем туындыны ұсыну формасы, материалды эфирге дайындау кезінде пайдаланылатын қарым - қатынастық тетіктері телевизияны өнер ретінде алға шығарды.

Барманқұлов тележурналистің қызметін:

Біріншіден, оның сөзі аудиторияға тікелей емес, ақпаратты тарататын белгілі бір тәсіл арқылы тасымалданып жеткізіледі.

Екіншіден, телекөрсермендердің психологиялық жағдайымен де санасуға тиіспіз. Телевизия журналистикасы - уақыт пен кеңістіктің кедергілерін азайтудың, қысқартудың жолдарын іздестіреді.

Үшіншіден, тележурналист жеткізіп отырған ақпаратының шынайылығына өзі көзі жетіп сенуі керек. Оны журналист әңгіме ауанымен, дауыс ырғағымен немесе үнінің екпінімен телевизия авторы, телередактор (продюсер), телетілші, телевизия комментаторы, телешолушы, тележүргізуші қызметінің негізгі міндеттерін білмейінше, алмастыра алмайды. Сондықтан, қазіргі кезде белең алған - беті жылтырағанның бәрін эфирге шығара беру жүгенсіздік болмақ. Бұл Барманқұловтың жеке өмірлік ұстанымы еді.

Барманқұлов телевизия туындыларының көркемдік сапасын арттыруда телеоператорлық, телережиссуралық және монтаждық шеберлікті жете түсіндіріп кеткен. Әсіресе, телевизиядағы жекелеген бейнелерді лайықты, кәсіби, әрі жоғары деңгейде түсіру - камераны дұрыс орналастырудан, сурет нысаны мен камера екеуінің арасындағы қашықтықты дәл сәйкестіруден екендігін, түсіру - нүктені нақты белгілеуден басталатындығын тұжырымдаған осы ағамыз болды.

Әсіресе, жас ізденушілерге жаһанданудың бір көрінісі - ғаламтордан телевизия журналистикасының теориялық ілімі туралы қазақ тіліндегі мәлімет ауадай қажет. Барманқұловтың жаңа, жасампаз идеялары бүгінгі күні қолданыста. Барманқұлов пен телевизия егіз ұғым!

Карагойшиева Д.А., ф.ғ.к., доцент

Абдиман Ж.О., магистр

шетел филология және аударма ісі кафедрасы

ДАУЫС САЗЫН ОҚИТУДАҒЫ PPAAT БАҒДАРЛАМАСЫНЫҢ МҮМКІНДІКТЕРІ

Қазақстандағы әлеуметтік-экономикалық өзгерістерге байланысты қазіргі ғылым мен техниканың даму жағдайы мен автоматтандырылған ақпараттық орта мамандардың қоғам талабына сай жауап беруін қажет етеді. Сондықтан жоғары оқу орындарының білім беру үдерісіндегі студенттердің ақпараттық технологияларды пайдалана білу жұмыстарының үлесін көбейту, олардың білімді меңгеру барысында жаңа ақпараттық оқыту технологияларын қолдануына мол мүмкіндік беру педагогикалық үдерістің маңызды міндеті болмақ» [1, 2].

Білім берудегі мемлекет саясатының ең маңызды, өзекті мәселелері – маман даярлау сапасын жақсарту, білім берудегі ғылыми-әдістемелік жүйелерді түбегейлі реформалау, оқытудың кредиттік технологиясын жетілдіру, оқытудың формалары мен әдістерін өзгерту, ондағы алдыңғы қатарлы жаңашыл оқу-тәрбие тәжірибелері мен қазіргі қоғам сұраныстарының арасындағы алшақтықты болдырмау, білімді арттыру үдерісіндегі жүйелілікті қамтамасыз етуде оның рөлін жетілдіру және қазіргі замануи техникасы мен технологиясын жоғары деңгейде қолдана білу.

Төмендегі Л.А. Васильеваның пікірі де білім беру үдерісіндегі компьютерлік технологиялардың маңыздылығын баса айтады. Әсіресе, ғылыми-зерттеу жұмыстармен айналысатын ғалымдардың, студенттердің жұмысын айтарлықтай жеңілдетуге, уақытты үнемдеуге, ғылыми дәлелдерді нақты көрсетудегі қолданылатын әртүрлі компьютерлік

бағдарламаларды айтып кетуге болады. «Одной из появившихся благодаря компьютеризации новых возможностей является хранение больших объемов звукового материала – при этом условия хранения на цифровых носителях гораздо более надежны, а объем сохраняемого звукового материала намного больше, чем на других носителях, а самое главное – доступ к имеющимся материалам и технология работы с ними чрезвычайно упрощаются» [2, 72-73].

Қазіргі кезде жоғары оқу орындарында жүргізіліп жатқан ғылыми- зерттеу жұмыстары да әрқилы жаңа технологияларды, жаңа компьютерлік бағдарламаларды пайдалану арқылы ерекшеленетіндігі қуантарлық жайт деп атап кетпекпіз. Мәселен, қазақ тіліннің интонациялық ерекшеліктерін зерттеу жаңа компьютерлік бағдарламаны пайдалану арқылы жүзеге асқаны белгілі [3]. Аталмыш бағдарлама арқылы кез келген тілдің фонетикалық жүйесін зерттеуге мүмкіндік бар.

Сонымен қатар, *Praat, Doing phonetics by computer* бағдарламасының оқу-әдістемелік құралы ғылыми жетекшім Сесилия Оденің басшылығымен (Амстердам, Нидерланды) қазіргі кезде дайындалуда. Аталмыш бағдарлама ағылшын тілінде жазылған, оны интернеттен тегін сақтап алуға болады және де аталмыш бағдарламаны кез келген компьютерге енгізіп, жұмысқа пайдалануға болады.

«Применение именно такого экспериментально-фонетического подхода для анализа интонации казахского языка представляется современным и продуктивным, а создание компьютерной базы и информационной системы, построенной на основе новейших технологий, является одной из актуальных задач казахской интонологии. Однако при описании интонации казахского языка до недавнего времени не использовалась компьютерная программа *Praat, Doing phonetics by computer* для обработки и анализа речевого сигнала. Диссертационное исследование призвано по возможности восполнить существующий пробел в описании интонационных единиц (интоном, интонационных конструкций, ударения, тонального акцента и т.д.) современного казахского языка» [3, 11-12].

Оқу құралында сөйлеу сигналдарын талдауға және өңдеуге арналған *PRAAT: doing phonetics by computer* компьютерлік бағдарламасын қолданудың нұсқаулығы интонациялық суреттермен толық сипатталып берілген. Бұл бағдарламаны тілдердің сегменттік және суперсегменттік деңгейдегі дыбыстық жүйесін зерттеуге пайдалануға болады.

Оқу құралы студенттерге, магистранттарға, PhD докторанттарына теориялық курстарды оқыту барысында, атап айтсақ, компьютерлік лингвистика, лингвистикалық зерттеулердегі жаңа технологиялар, сонымен қатар шетел филологиясы мамандығы бойынша оқытылатын компьютерлік технологияларда арнайы курстар мен семинарларда (тіл және жоғары технологиялар) пайдалануға ұсынылады.

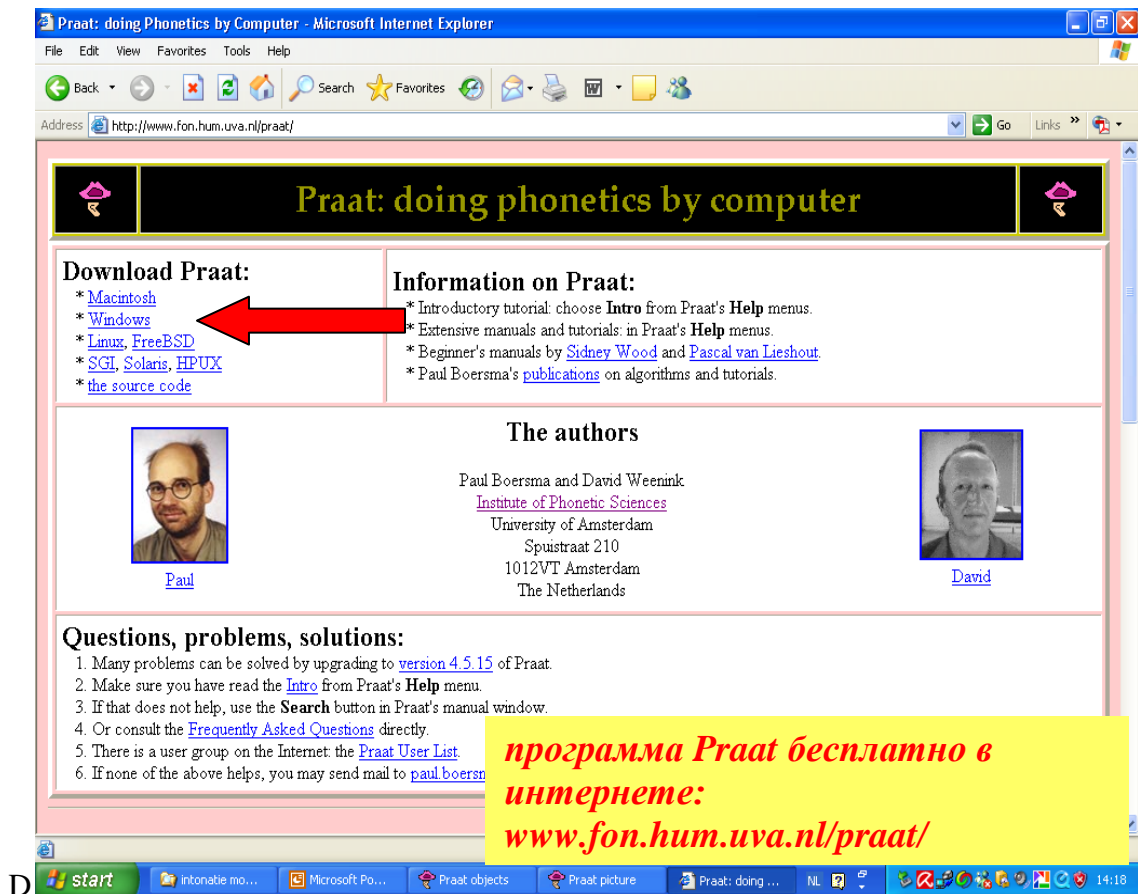
Тілдердің дыбыстық жүйесін зерттеуге арналған *PRAAT: doing phonetics by computer* бағдарламасының ыңғайлылығы: біріншіден, атап кеткендей интернеттен тегін көшіріп алуға мүмкіндік бар; екіншіден, бағдарлама авторларының Paul Boersma мен David Weenink (2006) Амстердам университетінің ішіндегі Фонетика институтында (Нидерланды; www.fon.hum.uva.nl/praat) ай сайынғы өңдеулерінен өтіп отыратын ең соңғы нұсқасын пайдалануға болады. *Praat* бағдарламасы кез келген табиғи тілдің сөйлеу сигналын талдауға, өлшеуге, өзгертуге және өңдеуге арналған, сонымен бірге аталмыш тілдерді сегменттік және суперсегменттік деңгейде зерттеуге мүмкіндік береді:

Praat – сөйлеу сигналын фонетикалық тұрғыда талдайтын, өлшейтін және өңдейтін бағдарлама.

Praat Интернеттен *тегін* сақтап алуға болады.

Praat *кез келген* компьютерде жұмыс жасайды.

Praat *ғылыми және оқыту* мақсатында пайдалануға болады.



1-сурет. Интернеттегі PRAAT: doing phonetics by computer бағдарламасының кескіні.

Тоналды акценттердің формасын сипаттау үшін тон жоғарылығы өлшеніп, акценттелген фрагментте көрініс тапқан тон қимылының ең жоғарғы және ең төменгі нүктесі арасындағы аралық көлемі анықталды. Осылай тоналды акцент бір немесе бірнеше тон қимылынан тұратындығы айқындалды.

Аралық (интервал) арақашықтығының логарифмдік шәкілдегі бірлігі ретінде «полутон» алынды (ағылшын. *semitone*, қысқартылғаны ST). Тон қозғалысы герц арқылы өлшенді; аралық көлемі полутон арқылы өлшемін тапты, себебі адамзаттың есту қабілеті тон жоғарылығын сызықты шәкілде емес, логарифмдік шәкілде қабылданады.

Сонымен, біз мелодикалық аралық арасындағы арақашықтықты полутон арқылы сипаттап, логарифмдік шәкілдегі Praat бағдарламасының көмегімен контурлардың суреттерін саламыз.

Әр түрлі регистрлі дикторлардың аралығын салыстыру аралықты өлшеуге арналған полутон арқылы өлшенген өлшемдер сипаттауды жеңілдетеді. Мысалы, аралық қабылдау көлемі 12 полутонға тең әйел регистрі 12 полутонға тең еркек регистріне сәйкес келеді. Ал аралық қабылдауы әйел регистріндегі (мысалы, 200-ден 300-ке дейін гц) 100 гц тең еркек регистріндегі (мысалы, 100-ден 200-ке дейін гц) аралық көлеміне сәйкес келмейді (әр түрлі шәкіл сипаттау тәжірибесінен қараңыз.).

Сонымен әр сөйленімге буын арасындағы арақашықтықты көрнекі көрсететін мәтінді суреттер жасалынған. Барлық сөйленімдердің мәтіндері суретке енгізілген, сондықтан әр суреттегі интонациялық контурлардың әр сөйленім сегментінің орнын анық көруге болады (қараңыз. Төмендегі суреттер).

Сонымен, аталмыш бағдарлама арқылы жазылған қазақ тіліндегі хабарлы сөйленімдердің талдауын бағдарлай аласыздар. Бұл зерттеудің мақсаты - жазылған сөйленімдердегі тоналды акценттің орнын, қызметін анықтап, адресат пен адресант арасында атқарып тұрған қызметін сипаттау болып табылады.

Хабарлы сөйленімдердің кезекті талқылауына назар аударайық.

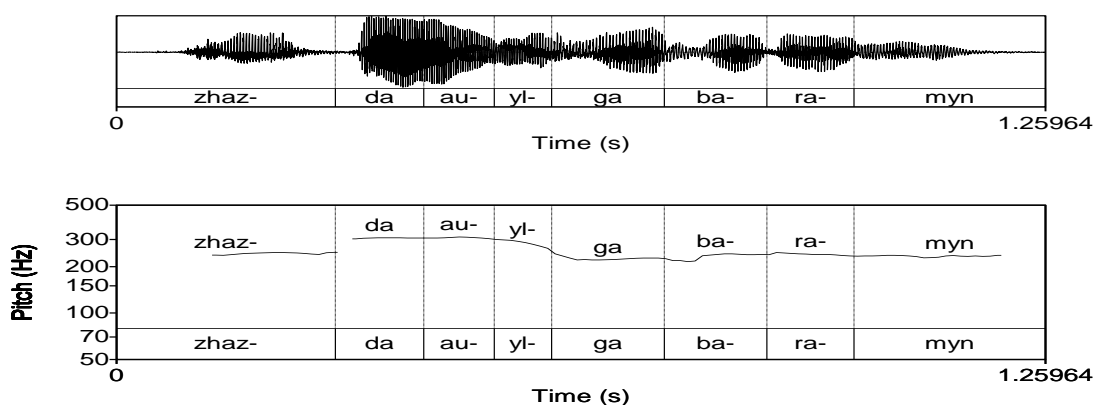
Жазда ауылға барамын.

Zhazda ауылғабарамын

Летом в ауылпоеду

Бұл сөйленімде D2 дикторы айтқан *жаз-да* сөзінің соңғы буынында өрлімелі тон анықталған. D2 үшін маңыздысы *жазда* деген сөз болып тұр, яғни ауылға басқа жыл мезгілі емес жазда барады.

Төмендегі 2-суреттегі көрініс арқылы мынадай сипаттама алуға болады: *-Да* буынындағы жоғарылау аралығының өлшемі 247 гц-тен 307 гц-ке шейін; полутон өлшемімен алғанда екі нүкте арасындағы аралық 4ST-ге тең, бұл сөйленім дәстүрлі зерттелген қазақ тіліндегі хабарлы сөйленіммен сәйкес келмейді. Бұл мысал әрқашанда хабарлы сөйленім соңында төмен түсетін тонмен аяқталады деген тұжырымға қайшы келіп тұр, сонымен қатар оған түзу тон жоғарылығы тән және осы орташа деңгейде қалып қояды деген болжамды дәйектеп тұр. Ал өрлімелі тоналды акценттің орны барлық хабарлы сөйленімдермен сәйкес екенін көрсетіп тұр.



2-сурет. Әйел адам айтылымындағы *Жазда ауылға барамын* хабарлы сөйленімі. (D2-15) әйел дауысымен айтылған хабарлы сөйленім. Жоғарғы сурет сөйленімнің осциллограммасы. Тік сызықтар буындар арасындағы шекараларды көрсетіп тұр. Төменгі суреттегі көлденеңнен уақыт секундпен, ал тігінен логарифмдік шәкілдегі негізгі тон жиілігі герц арқылы берілген.

Бүгінгі күнде электрондық оқулықтарды, компьютерлік оқыту бағдарламаларын, дыбыстық және бейнелік оқу материалдарын пайдалануда қолданылатын мультимедиалық технологиялар оқыту үдерісіндегі инновациялық әдістерді жүзеге асыратын бірден бір жаңа ақпараттық технология болып есептеледі.

Сонымен қатар, Білім және Ғылым Министрлігіміздің білім беру үдерісіндегі ерекше назар аударатын мәселелерінің бірі мектеп және жоғары оқу орындарында жаңа технологиялық құралдармен қамтамасыз ету болып табылады: «*Ақпараттық қамтамасыз ету* – заманауи ақпараттық және коммуникациялық технологияларды қолдану, мектеп және жоғары оқу орындары ішілік БАҚ-тар, тәрбие мәселелері бойынша баспа қызметін пайдалану және т.б. *Ғылыми-әдістемелік қамтамасыз ету* ғылыми-әдістемелік кешендерді жасау, вариативті бағдарламалар, тәрбиелік және ақпараттық технологияларды енгізу, педагогикалық кадрлардың кәсіби шеберлігін көтеру және қайта даярлау жұмыстары жүзеге асырылады. Тәрбие үдерісін ұйымдастырудың таңдаулы тәжірибелерін кең тарату, зерттеу және анықтау; тәрбие жұмысында және оларды ұйымдастыруда да жаңа технологияларды игеру; адамның рухани әлемінің қалыптасуын қамтамасыз етуге қызмет көрсететін тәрбиенің мәдени сәйкестілігіне бірізді бағдар алу қамтылады» [4, 11].

Қорытындылай келе, *Praat* бағдарламасы арқылы кез келген тілдің дыбыстық жүйесін талдау үшін көрнекілік құрал ретінде сабақ барысында қолдануға мүмкіндік береді, сабақ кезінде сол жазылған сөйленімді тыңдауға, сол мезетте сөйленімнің

интонологиялық құрылымын бағдарлауға, осциллограмма арқылы әр дыбыстың айтылу орнын анықтап сипаттауға мүмкіндік береді, сонымен қатар әр студенттің өз қолымен өз бетінше әр сөйленімді жазуда, талдауда да атқаратын рөлі зор.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Мырзанова А.Қ. Ақпараттық технологияларды пайдалану арқылы кредиттік оқыту жүйесінде білім беруді жүзеге асырудың теориясы мен практикасы: Фил. ғыл. дисс. ... автореф. – Алматы. 2010. – 24 б.

2. Васильева Л.А., Тананайко С.О. Методика экспериментального исследования сложных языковых явлений. К проблеме фонетической интерференции // Вестник ВГУ. Серия гуманитарные науки. – 2004. – №2. – С. 72-78.

3. Карагойшиева Д.А. Экспериментально-фонетический анализ интонации казахского языка: Монография. – Алматы, 2008. – 232 с.

4. Қазақстан Республикасы үздіксіз білім беру жүйесіндегі тәрбие тұжырымдамасы/ ҚР Білім және Ғылым Министрлігі. – Астана, 2009. – 24 б.

Лепесова Анар,

ҚазҰУ Журналистика факультетінің 1-курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: Нұргүл Сапарходжаева, аға оқытушы

САНДЫҚ ТЕХНОЛОГИЯ ДӘУІРІ: БАСПАСӨЗДІҢ БОЛАШАҒЫ БАР МА?

1631 жыл. Бұл уақыт заманауи үлгідегі тұңғыш газет – француздың «La Gazzete» басылымы жарық көрген жыл ретінде тарихқа алтын әріптермен жазылды. Содан бері ең сенімді әрі ықпалды ақпарат көзі ретінде газет қоғам үшін маңызын жойған емес. Әйтсе де, сандық технологияның үстемдігі артқан сайын баспасөздің ақпарат нарығындағы рөлі кеміп бара жатқаны жасырын емес. «Газеттің өзі солай деген», «Бұл туралы тіпті газеттер де жазыпты» деп бұрынғыдай мерзімді басылымдардың сөзін басшылыққа алатын оқырман азайған. 2015 жылдың соңында Швецияның әлемге әйгілі «Ericsson Mobility» компаниясының 2020 жылға қатысты болжамдарын жариялауы баспасөздің болашағына күмәнданушылар қатарын тіпті арттырып жіберді. Газеттің келешегіне байланысты долбарлар қаншалықты қисынды, баспасөздің өлшеулі өмірі қалды деген жорамал ақиқаттан алшақ па?

«Ericsson Mobility» компаниясы жүргізген зерттеудің нәтижесіне сүйенсек, 2020 жылы жер бетінде ғаламдық желіге жалғанған қондырғылардың жалпы саны 26 миллиардқа, ал смартфон қолданушыларының саны 6,1 миллиардқа жетеді. Нәтижесінде мобильді интернеттің даму қарқыны күшейіп, оның ғаламшарды қамту көрсеткіші 90 пайызды көрсетпек. Швед компаниясының есептеулері бойынша, 2014 жылы әлемде 2,6 миллиардқа жуық смартфон қолданушы болса, 2015 жылдың алғашқы жартысында ұялы телефон сатылымындағы «ақылды» гаджеттердің үлесі 75 пайызды құраған. Өткен жылдың қаңтар-наурыз айларының өзінде мобильді байланысқа 107 миллионға жуық құрал қосылып, ұялы байланыс ғаламшардың 99 пайызын қамтыды [1]. «Ericsson Mobility» ұсынған бұл сандық деректер қазірдің өзінде біраз қауқарын жоғалтып үлгерген баспа газеттердің ертеңін тіпті беймәлім ете түсті.

Газет оқымайтын адамды рухани өлгендердің қатарына қосу керек деп есептеген Остап Бендердің ұстанымы бүгінде естір құлаққа оғаштау тигенімен, өз заманында өзекті болатын. Метро мен автобус жолаушылары бұрын жұмысқа немесе оқуға бара жатқанда газет-журналдан бас көтермесе, қазір жас та, кәрі де смартфон мен планшетті компьютерлерге шұқшияды. Сондықтан сандық дәуірде газет-журналдардың баспа нұсқадан түбегейлі бас тартуы немесе өз контенттерін интернет қолданушылары үшін де қолжетімді етуі заңдылық. Батыс Еуропа және АҚШ газеттерінде жарнамадан түсетін кірістің күрт азаюы, кадрлардың қысқартылуы және баспасөздің интернет қолданушылары арасында кең таралған әлеуметтік желілерде белсенділік таныта бастауы мерзімді басылымдардың келешегін расында да бұлдыратып жіберді [2].

Аптасына бір мәрте шығатын америкалық басылым «Newsweek»-тің 2012 жылдың қазанында баспа нұсқада таратылуды тоқтататынын жариялап, 2013 жылдың қаңтарынан бастап сандық форматқа көшуі ақпарат нарығының ойыншыларын бейжай қалдырмады. Журнал басшылығы экономиканың жаңа талаптарына төтеп берудің бұдан басқа жолын таппады. 2012 жылы «Newsweek»-тің қарызы 50 миллион долларға жетіп, басылымның жыл сайынғы шығыны 40 миллион долларға жуықтады. Соңғы он жылда журналдың таралымы екі есе, яғни 1,5 миллион данаға дейін қысқарды. Басылымның бас редакторы Тина Браунның айтуынша, «Newsweek»-тің интернет-аудиторияға лайықталуы журнал материалдарын қағаздан оқығысы келетіндер үшін қиындық тудырғанымен, бұл құбылыс «ұлы басылымның қайта түлеу үрдісін жеделдетеді» [3]. Десе де, журнал бұрынғы оқырмандарының небәрі 100 мыңын өз соңынан ілестіре алды.

1933 жылдың 1 ақпанында негізі қаланған «Newsweek» қысқа уақыттың ішінде жоғары сапалы журналистиканың жарқын үлгісіне айнала білген еді. Таралымы жөнінен «Time»-нан кейінгі екінші орынды иемденіп келген басылым соғыстан кейінгі Америкадағы мерзімді баспасөздің даму жолын айқындады. Журналдың қағазға басылған соңғы саны 2012 жылдың 31 желтоқанында жарық көрді. Басылым өзінің 80-жылдық мерейтойын ғаламтор әлемінде «Newsweek Global» деген атпен тойлады.

Newsweek баспа нұсқада жариялануды тоқтатқан АҚШ-тың алғашқы басылымы емес. Одан бұрын, 2010 жылдың қарашасында танымалдығы жөнінен үшінші орынды иемденіп келген U.S. News & World Report апталығы түбегейлі сандық форматқа ауысты. Мамандардың айтуынша, Time-ның да жағдайы мәз емес. Соңғы жеті жылда журналдың таралымы 19 пайызға, яғни 3,3 миллионға қысқарған. Бұл – америкалықтардың баспасөзге қызығушылығы кемуінің тағы бір дәлелі. «Pew Research Center» зерттеу орталығының дерегі бойынша газет-журналдарды қағаздан оқитындардың үлесі соңғы он жылда 41 пайыздан 23 пайызға дейін құлдыраған. АҚШ оқырмандарының журнал оқу көрсеткіші 2015 жылы 2006 жылмен салыстырғанда 7 пайызға кеміді. Десе де, басылымдардың онлайн-нұсқасынан ақпарат алушылар тұрақты түрде көбейіп келеді. New York Times оқырмандарының 55 пайызы, USA Today оқырмандарының – 48, ал Wall Street Journal-ды тұрақты оқитындардың 44 пайызы басылымдарды интернет арқылы оқығанды құп көреді» [4].

Дәл осындай құбылысты Батыс Еуропаның ақпарат нарығынан да байқауға болады. Мәселен, Ұлыбританияда танымалдығы жөнінен үшінші орында тұрған The Guardian газетінің басшылығы басылымды толығымен сандық форматқа ауыстыру мүмкіндіктерін қарастыруда. «Guardian News & Media» компаниясына тиесілі «Observer»-дің жағдайы да мәз емес. Тек 2012 жылдың өзінде «Guardian News & Media» баспа нұсқаның шығыны салдарынан 44 миллион фунт жоғалтты. Сарапшылардың болжамынша, ағылшын басылымдарына онлайн жобалардан түсетін табыстың үлесі бүгінде 8 пайыз шамасында болса, 2017 жылы бұл көрсеткіш 15 пайыздан асуы тиіс.

Газет пен журнал таралымдарының күрт азаюы, жарнамадан түсетін табыстың кемуі сынды жағымсыз үрдістер XV ғасырда кітап басу ісін әлемде бірінші болып қолға алған Германияны да айналып өткен жоқ. 2012 жылдың қарашасында елдегі танымал басылымдардың бірі, күнделікті шығатын «Frankfurter Rundschau» газеті өзінің банкротқа ұшырағанын жариялады. Оның ізінше шығынға белшесінен батқан «Financial Times Deutschland» та жабылып қалды. Неміс басылымдарының да таралым аясын тарылтқан – сандық технологияның даму қарқыны. Германиядағы 18 бен 29 жас аралығындағы азаматтардың арасында жүргізілген әлеуметтік зерттеудің қорытындысы бойынша, неміс жастарының тек 1 пайызы ғана баспа түріндегі газет-журналдарды ақпараттың ең сенімді көзі деп санайды екен.

Француз баспасөзіне де жаңа технологиялардың дамуы нәтижесінде туындаған қайта құру үрдістеріне бейімделу оңай болған жоқ. Соңғы 10 жылда елдегі жетекші газеттердің бірі – «Liberation»-ның таралымы 25 пайызға, 19 мың данаға дейін қысқарды. Таралымы жөнінен екінші орындағы «La Tribune» 2012 жылы жаңа қожайынның қолына өтіп, қағаз нұсқасынан бас тартуға мәжбүр болды. Оқырман санының азаюы салдарынан

банкротқа ұшырап қалмас үшін француздың ірі басылымдарының бірі «Le Monde»-ге де өз басшылығы және форматын өзгертуге тура келді.

Батыстың дамыған елдерімен салыстырғанда Азия-Тынық мұхиты аймағы, Таяу Шығыс пен Африканың дамушы мемлекеттері мерзімді басылымдарын сандық нұсқаға көшіруге асығар емес. Азияның бірқатар елдерінде, әсіресе Қытай мен Үндістанда газеттердің таралымы ғасырымыздың жаңа онжылдығынан бастап айтарлықтай көбейген. Әлемдегі таралымы ең көп 15 газеттің тізіміне үнділердің 5, қытайлардың 5 басылымы енгені кездейсоқтық емес. Үндістанның баспа нарығы соңғы жылдары қарқынды өсімге ие. 2005-2009 жылдары бұл мемлекетте күнделікті шығатын ақылы газеттердің саны 1,5 есе өсті. Тіпті, 2008 жылы Үндістан газеттердің сатылымы жөнінен (күн сайын 110 млн. дана) бұл көрсеткіш бойынша көш бастап келген Қытайды басып озды. Елде газетке деген сұраныстың артуын мамандар үнділердің сауаттылық деңгейінің өсуімен түсіндіруде. Соңғы төрт жылда бұл көрсеткіш шамамен 10 пайызға артып, мемлекеттегі сауатты халықтың үлесі 5 пайызға жетті. Оның үстіне, Үндістанда интернеттің таралу қарқынын дамыған елдермен салыстыруға келмейді. Мәселен, 2013 жылы үнділердің тек 10 пайызы ғана ғаламдық желінің тұрақты қолданушылары болды» [5].

Осы және өзге де деректерді басшылыққа ала отырып, баспа ісінің мамандары дәстүрлі баспасөздің «өлімі» жайлы болжамдардың негізсіз екенін алға тартуда. Дүниежүзілік газет және ақпарат ассоциациясының (WAN-IFRA) мәліметі бойынша, әлем халқының үштен бір бөлігі әлі де ақпаратты қағаздан алғанды жөн көреді. Оның үстіне, өз мақсатты аудиториясына ықпал етуді көздейтін жарнама берушілер ақпарат ұсынудың сенімді әрі тиімді арналарының бірі болғандықтан басылымдардың баспа түріндегі нұсқасынан бас тартқысы келмейді. Мысалы, Ресейдің жарнама берушілері әзірге өз бюджеттерінің тек 20 пайызын ғана интернет-жарнамаға жұмсаса, Украинадағы барлық жарнаманың тек 7,1 пайызы ғана ғаламтор арқылы таратылады. Бұл елдегі медиа бюджеттің 16,5 пайызы тұрақты түрде баспасөзге бағытталып келеді. Сондықтан мерзімді басылымдардың болашағына қатысты үзілді-кесілді пікір айту мүмкін емес.

2014 жылдың қарашасында Ресейде өткен «Пресс-саммит-2014» жиынында осы елдің «АиФ», «Комсомолка», «Коммерсант» сынды жетекші басылымдарының басшылары баспасөздің болашағын талқылаған болатын. Басқосуда мамандар бірауыздан газет-журналдың жаңа технологиялармен бәсекеге төтеп беруге қауқары жетеді деген қорытындыға келді. «Metro international» өкілі Борис Коношенконың айтуынша, қағаз – жол талғамайтын көлік іспетті, ондағы жазуды оқу үшін арнайы білім-біліктің қажеті жоқ. Сондықтан оны ешқандай планшет алмастыра алмайды[6]. Жарнама берушілердің жаңа технологиялар мен digital-бағыттың мүмкіндіктерін әдбен сынақтан өткізгеннен кейін дәстүрлі медиаға, әсіресе газет-журналдар бағанына қайта оралуы баспа материалдарының аудитория үшін ақпарат көздерінің өзге түрлеріне қарағанда әлдеқайда сенімді әр ықпалды екенін айғақтайды.

Десе де, дәстүрлі ақпарат құралдарының жаңа медианың жетістіктерін, ақпарат нарығының дамуына қосқан үлесін мойындамауға қақы жоқ. Ғаламдық желіні өз мақсаттарына тиімді пайдалана білгеннің асығы түгел екенін уақыт дәлелдеп отыр. «Forbes-Kazakhstan» журналы жобасының жетекшісі, белгілі медиа-бизнесмен Арманжан Байтасов жуырда халықаралық «Түркістан» газетіне берген сұхбатында ақпараттық кеңістіктегі әлеуметтік желілер мен блогерлердің белсенділігі баспасөз бен оның журналистеріне бөгет емес, керісінше қосымша көмек екенін айтқан болатын. «Әлеуметтік желілердің дамуы, блогерлер белсенділігінің артуы журналистерге үлкен көмек. Айтар ойы бар, жақсы жаза алатын адамдар әлеуметтік желі қолданушылары тарапынан үлкен сұранысқа ие болып, өз парақшасын масс-медиаға айналдыра алады. Қазір еңбектеген баладан еңкейген қартқа дейін ғаламторда отырады, әлеуметтік желілерді қолданады. Мәселен, бүгінде «Фэйсбукта» немесе «Инстаграмда» көп оқырман жинап, кең танымалдылыққа ие болған азаматтарға жарнама берушілерден көп өтініш түседі. Өйткені ондағы жарнамалар елеусіз қалмайтыны анық. Яғни танымал блогерлер

элеуметтік желідегі аккаунттарының көмегімен-ақ табыс тауып отыр. Сіз журналиссіз, ойыңызды тартымды әрі оқылымды етіп жеткізудің тәсілдерін меңгергенсіз. Оның үстіне, қолыңызда сапалы контент даярлаудың барлық құралы бар. Ендеше, сіз де белсенді блогерге айналып, аудиторияға ықпалдылығыңызды арттырып қоймай, қосымша табыс табуға мүмкіндігіңіз бар», – дейді А.Байтасов [7].

Ресей сарапшыларының пікірі де осыған саяды. «Жаңа технологиялар біздің жұмысымызды жеңілдетті, біздің оқырмандарымызбен байланысымызды арттыруға мүмкіндік берді. Баспасөз – ақысы төленген контент. «Ешкім контент үшін ақы төлегісі келмейді» деген сөзді әріптестерімнің аузынан жиі естимін. Шындығында, біздің тұтынушыларымыз алған ақпараттары үшін ақы төлеуден қашпайды. Өйткені біз солардың сұранысына сай контент әзірлеуге бар күшіміз бен қаржымызды саламыз», – дейді Ресейдегі «Burda» баспа үйінің бас директоры Юрген Ульрих. «Sanoma Independent Media» қызметкері Жан-Эммануэль де Витт те ақпарат нарығындағы бәсекеде БАҚ-тың түрі мен форматы емес, ең әуелі, контенттің сапасы басымдыққа ие деп есептейді.

«Abai.kz» ақпараттық порталының бас редакторы Дәурен Қуаттың осыдан 2014 жылы «Алаш айнасында» жарияланған пікірі де бүгінге дейін өзектілігін жойған жоқ. «Интернет күн сайын дамып, қолданушылар саны артып келеді. Дегенмен, жаңа медианың дәстүрлі медианы алмастыруы қиындау. Өйткені жаңа медиа тек құрал, ақпаратты тез, жылдам жеткізудің тәсілі. Осы тұрғыдан жаңа медиа сұранысқа ие болады. Бірақ дәстүрлі медиа өмір сүре береді. Себебі, ақпараттың негізгі мазмұны өзгерген жоқ. Бар болғаны оны жасау тәсілі жаңарды. Дәстүрлі БАҚ болашақта салалық болып бөліне бастайды. Ал, жаңа медиа салалық басылымдарды алмастыра алады деп ойламаймын. Смартфонмен немесе интернетпен берілген ақпарат сараптаманы қамти алмайды. Сондықтан салалық газеттер немесе аймақтарда жергілікті газеттер әлі де негізгі ақпарат көзі болып қала бермек», – деген еді ол [8].

Бәріне уақыт төреші. Болжам жасаудың қайырлы іс емес екеніне күн өткен сайын көзіміз жете түсті. Кезінде кино пайда болғанда дуалы ауыздар театр өледі деп даурыққан еді. Газет шыққанда кітап келмеске кетеді деген болжам айтылды. Ал интернет ақпарат нарығын жаулай бастағанда дәстүрлі медиа құрдымға кетеді деп шуласты жұрт. Бәрі де жел сөз екенін уақыт дәлелдеді. Театр көрерменін, кітап тұрақты оқырмандарын жоғалтқан жоқ. Ал телевизия мен баспасөз жаңа ғасырға бейімделу сатыларынан өтіп жатыр. Интернеттегі қазақ тілді контенттінің басым бөлігін мерзімді басылымдар мен телеарналардың өнімі толтырып тұрғанын ескерсек, екеуі де өлмек емес.

СІЛТЕМЕЛЕР:

1. <http://www.ericsson.com/mobility-report>
2. Сәметқызы А. Газеттің орнын интернет баса алмайды // Қазақ әдебиеті. – 2014, №26 (3346). – 5 б.
3. <http://www.rbc.ru/economics/13/02/2013/844874.shtml>
4. <http://europe.newsweek.com/about-newsweek>
5. Кихтан В.В. Информационные технологии в журналистике. – Ростов н/Д: Феникс, 2004. – 160 с. – (Серия «Высшее образование»).
6. http://www.aif.ru/society/media/doverie_k_bumage_est_li_buduschee_u_pечатnyh_media
7. Байтасов А. Қазақстанда бақуатты өмір сүруге мүмкіндік мол. – Түркістан, 18 ақпан, 2006. – 3 б.
8. <http://alashainasy.kz/politic/jana-media-jane-dasturl-bak-kaysyisi-kusht-58319/>

Молдабеков Әмір,

Халықаралық ЮНЕСКО сыйлығының иегері, ұстаз

**ҒҰЛАМА ҒАЛЫМҒА ТАҒЗЫМ
(МАРҚҰМ, ПРОФЕССОР МАРАТ БАРМАНҚҰЛОВ ТУРАЛЫ)**

Марқұм, профессор Марат Барманқұловты, өзімнің студент кезімнен, кейін, Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті журналистика факультеті тележурналистика кафедрасына ұстаз болып келгеннен өте жақсы білдім. Кеше ғана осы Мәкеңмен тізе қоса жұмыс істеп жүрген қызығы мен қиындығы мол қимас сәттерім бүгінгідей көз алдымда. Қазақ тележурналистикасының қалыптасып, аяғынан қаз тұрып кетуіне өлшеусіз үлес қосқан Марат Кәрібайұлының сол бір өлшеусіз ұшан-теңіз еңбектері дер кезінде лайықты бағасын алмағаны бүгінге дейін жанымды аяздай қариды. Профессор Марат Кәрібайұлы Барманқұлов - Қазақстандағы тележурналистиканың негізін қалаушылардың бірі және бірегей болды.

Тележурналистиканың елімізде қалыптасу, даму барысы жайлы толып жатқан ғылыми еңбектер жазды. Ол оқулықтар күні бүгінге дейін маңызын жойған емес. Оқулықтар: Телевизия:- бизнес әлде билік, «Журналистика для всех», «Весь мир у вас в квартире», «Горизонты космического телевидения».

Марқұм профессор Марат Барманқұлов барша түрік халықтарының ортақ тарихы туралы толып жатқан ғылыми еңбектер жазды Марат Кәрібайұлы өзі журналист бола тұрып, тарих ғылымымен жан-тәнімен араласқанын көпшілік жақсы біледі. Өзін дүниеге әкелген қазақ халқының өткен тарихы жайлы кәсіби тарихшылардың өзі мойындағандай кесек дүниелер жазды.

Мәкеңнің түрік халықтарының тарихына қалам тартуы - тарих ғылымындағы тың үрдіс елді. Белгілі қазақ тарихшылары, әлем тарихшылары - оның еңбегін жоғары бағалады. Бұл салада Мәкең тындырған еңбектерді бұл шағын мақалада айтып тауысу мүмкін емес. Сондықтан да оның осы саладағы кейбір еңбектеріне тоқталғанды жөн көрдік. Ұзақ жылдар бойы өз тарихымызды 1917ж. Қазан төңкерілісінен бастап келгенбіз өтірік емес. Марат Барманқұлға тарихшы ретінде қолына қалам алғызған өз ұлтының қазақ халқына «деген терең махаббаты.

Әсіресе, «Хан Иван», «Түрік әлемі», «Аққудың ізбасарлары» деген ктабы тың директермен, оқшау ойлармен батылдылығымен ерекшеленеді. Асылы, профессор, қандай тақырыпқа барса да,тың ізденіс жолына түссе де, діттеген жеріне жетпей тынбайтын. Ғалымның ол ізденістері, таза ғылыми ізденістер болатын. Барманқұлов қолынан шыққан ол ғылыми еңбектердің ғылыми негізі, алып отырған тақырыбы, нағыз ғалым қолынан шыққан еңбектер болатын.

Ұлы даласына
деген махаббаты шексіз.

Оның қаламынан туған әр сөзінен ұлтымыздың ұлы тұлғасы көзге ұрады.

Оның бір ерекшелігі мамандығы журналист оның журналистік жағын айтқысы келеді. Журналист мамандығының өзі практикаға жақын. Марат Кәрібайұлы сияқты білімді, журналистерді әрі тарихшы, әрі филолог деуге болады. Мараттың еңбектерінде жақсы талғаныстар, ойлар түркі тану жағынан тарихымызды жинастырып жазып жүрді. Деректі танып біліп, игеріп барып ғылыми тұрғыдан жазатын журналист-тарихшы.

Туған әкесі Танкин көкірегі аяу, көзі ашық, халық ағарту саласында еңбек еткен аяулы азамат еді. Міржақып Ахмет, Мағжан, Әлихан, Мұстафа сияқты алаш ардагерінің ізін қуушы еді. 1937ж. Сталиннің қанды қол қарақшылары Талғар қаласында тұтқынға алып, сол жылы алғашқылардың бірі болып атылып кетті. Бұдан кейінгі Марат Барманқұлдың жастық шағы қалай өткені айтпасада түсінікті. Марат Барманқұловтың ғалым ретіндегі ерекшелігі – бір жазған кітәбін қайта жазбайтындығы., ол кітәптәр бір-біріне ұқсамайды. Барманқұлов телевидениені, халықаралық журнәлистикәні зерттеген. Бірәк тәуелсіздігімізді енді алған тұста ол түркөлөгия туралы 3, тіпті 4 кітәп жазған.

Сонда ол бар болғаны бір жылдың ішінде төрт кітәп шығарып тұр. Ол кісі баяғыдан соған дайындалып жүрген. Қаншама әдебиет, қаншама кітәп қарады, ол бірден шыға қоятын дүние емес. Сондықтан, Барманқұлов – таза ғалым. Ол ұлтын сатқан арамза ғалым емес, жазған өтірік жалған ғалым емес,шін мәніндегі, таза ғалым. Мараттың тәуелсіз кезең туғызған жаңа тұрпатты тарихине деп санаймын. "Тюркская вселенная" кітабында біздің ежелгі ата-бабаларымыз туралы көптеген қызықты мағлұматтар бар. Біздің мақсатымыз -

ұлтжалдықты, түршілдікті, бірлігімізді кітап жазып жастарға жеткізу Бұл саяси мәні бар үлкен нарсе. Қазақ санау жүйесінің дамыған шағына дәлел, қыпшақ жазба ескерткіші «Кодекс Куманикус» 1303 жылдары жазылған. Бұл туралы профессор М.Е. Барманкулов «Хан Иван» кітабында былай деп жазады: Уже в те времена у кыпчаков была счетная доска – «санар такта».

Если «Кодекс» пропускать не только сквозь сито падежных окончаний и особенностей синтаксиса, то можно многое узнать и о культуре, быте капчаков 1303 года. Уже в те времена употребляли иглу для пошива мешков – «чувалдуз», мельница – «тегирмек», расшитый тулуп – «сырма тонум», наперсток – «оймак», лампа – «фанар». Может, и этот «фонар» пришел в другие языки из тюркского, а потом из них – снова в тюркский как чужеродный элемент?

- "Түрік әлемі" кітабы қазақ тарихындағы бұрын-соңды болмаған құбылыс. Кітаптағы ұлы даладан шыққан Темучен, Зарина, Роксана, Әппақ сынды дала аурлары жайлы ой толғаулары Низами, Темір қақпа жайлы ғылыми еңбектері ешкімді де бей-жай қалдырмайды. Батыс, орыс зерттеушілердің, біздің ұлтымызды үнемі кемсітіп көрсетіп келгеніне ғылыми түрде тойтарыс береді. Низами өзеннің дастанында. Түрік халқының ұлылығы қалай дәріптегенін, қыпшақ қызы Аппақтың бейнесін салудағы мөлдір етіп жазады. Низами шабытына Мұхаммед Пайғамбардың ұлылығын өзін түрік кеменгеллілігімен салыстыратынын осы кітапты оқығаннан білдік. Александр Македонскийдің дала ауры Раксананың алдында бас игенін, кітап, теңге т.б. мыңдаған сөздердің орыстарға бізден кіргенін т.б. ұлылығымыздың небір ғажап үлгілерін осы кітапты оқып барып білдік.

- Ұлы Дешті-қыпшақ даласы, Қазақ даласы қисапсыз жер асты, жер үсті байлықтарымен ғана емес, дара тұлғалармен де ұлы,-деп басталатын.

«Түрік Даналары» телебағдарламасына тұрақты түрде ғылыми кеңесші болуының өзі көп нәрсені аңғартса керек. 1995 жылдан бастап, Марат Барманқұлов «Түрік Даналарына» телебағдарламасына тұрақты түрде ғылыми кеңесші болды осы хабарлардың авторы әрі жүргізушісі Жұмаш Кенебаймен бірлесе отырып, көп жұмыстар атқарды. 2000 жылға дейін жалпы жиыны, әр қайсысы 30 минуттан тұратын 40-қа жуық телехабарларды дүниеге әкелінді. Міне, осы толып жатқан жұмыстарға профессор Марат Барманқұлов ғылыми жетекшілік жасап отырған еді. Тағдырдың небір қыстау сәтін басынан өткерсе де мойымайды. Асығыстық, қазбалық, оған жат. Ұлы даласының өткені, бүгінгі оны бей-жай қалдырмайды. Қазақ елінің тәуелсіздігі оның баяндылығы асылазаматтың арманы осы .

Ұлы дала ұлылардан кенде емес,
Ұлы рухтар көкте ұшып жүр, жерде емес.
Ұлы дала төсінде жүр ойқастап,
Бұлың-бұлың сияқтанып кейде елес...

Ыстық еді, туған жердің әр қыры,
Ыстық еді, бораны мен жаңбыры.
Өз тұсында ауыр еді, жұрт білер
Профессор Марат аға тағдыры.- деп жырлайды ақындар!

Қорыта айтқанда, марқұм профессор Марат Барманқұлов қазақ ғылымына өлшеусіз үлес қосқан - ғұлама ғалым әрі білімді де білікті ұстаз болған үлкен тұлға еді.

Өзбекова Г.С.

филология ғылымдарының кандидаты, доцент

КӨПШІЛІК АЛДЫНДА СӨЙЛЕУ ӨНЕРІНІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Бүгінгі таңда шешендік өнерге деген қызығушылық артып отыр. Бұл заңды да. Өйткені кез-келген қоғамдық жүйені либерализациялау адам құқы мен еркіне деген көзқарасты жандандырады. Ал мұның өзі сөз бостандығын туындатады. Сөз құдіретіне ие

болу құштарлығы әрқашанда болады, бірақ оның мәні өте-мөте өтпелі кезеңдерде, демократияның саналы дәуірлеу тұсында артады. Мұның тарих тағылымындағы айғағын шешендік өнердің гүлдену дәуірлерінің көне грек және рим елдерінің шарықтау дәуірімен, қайта өрлеу кезеңімен (эпоха ренессанс), Франциядағы XVIII ғасыр, Ресейдегі XX ғасыр революцияларымен, қазақ топырағындағы XV ғасырдан бастап бүгінгі күнге дейінгі егеменді мемлекет, ел болу кезеңдерімен сайма-сай келуінен көруге болады.

Шешендік өнер көне Римде үлкен күшке ие болды. Цицеронның мәлімдеуінше, Римде сөз құдіретіне ие болған адамға тәңіріндей табынған. Олар “адамды даңққа бөлейтін екі қасиетті өнер бар: бірі - қолбасылық, екіншісі - шешендік” деп білген. Рим мемлекеттік істерді халық жиындарында, сенатта, сотта ерікті әрбір азаматтың сөйлеу мүмкіндігіне ие болатындай жағдайда қараған. Сондықтан Римде әрбір азаматына шешен сөйлеудің қыр-сырына қанығып өсу мемлекет істеріне араласу талабынан туындаған. Республикалық Рим үшін қоғамдық қарқынды өмір, сөз бостандығы шешендік өнердің кеңінен өрістеуіне жол ашты. Ломоносов “Шешендікке қысқаша басшылық” кітабын жазып, орыс шешендік өнерінің бастауын ашты. Өзектілігін күні-бүгінге дейін жоймаған бұл кітапта орыс шешендік өнерінің ары-қарай даму бағдарламасы жасалынды.

Қазақ шешендік өнері жайындағы ғылымның тарихы да шешендік өнер тарихы секілді арыда жатыр. Бұл ретте: “Ұлттық шешендік өнер ғылымының тарихы, әлбетте, “Шығыстың Аристотелі” атанған отырарлық оқымысты Әбу Насыр әл-Фарабиден басталады. Ол “Риторика” атты күрделі трактатында ғылыми-теориялық топшылауларын алдымен кәдімгі тәжірибелік іс-мақсаттан, қолдану аясынан туындатады”, - деп жазады шешендік өнер қақында жүйелі еңбек жазған ғалым С.Негимов.

Қазақ қоғамындағы шешендік өнердің, билердің ролін пайымдау мақсатымен жазылған XIX ғасыр шеніндегі Ш.Уәлиханов еңбектерінің маңызы зор.

Ал жалпы шешендік өнер аясында туындаған сөздерді шешендік сөздер деп атап, оны әдебиеттің дербес, жеке жанры ретінде ғылыми тұрғыдан бажайлау үстіміздегі ғасырдың жиырмасыншы жылдарындағы А.Байтұрсынов, М.Әуезов және С.Сейфуллин т.б. ғалымдар еңбектерімен тығыз байланысты. Шешендік сөз мынадай талаптарға жауап беруі керек. Белгілі бір әлеуметтік мәні бар тақырыпты қозғайтын және шаршы топ алдында ауызша айтылған сөз болу.

Әңгіме өзегінің дәлелі (аргумент) болуға тиіс, соның арқасында тыңдаушыларға бір нәрсені әуелі түсіндіріп, содан соң ойлантып, ақырында белгілі бір харекетке ұмтылдыруды көздеуі қажет.

Тыңдаушыларға жақсы әсер етіп, құлақ құрышын қандыратын, сүйсіндіретін эстетикалық қасиеті болуы керек. Шешендік сөз дәстүрінің қажеттігі ауызша сөйлеудің аясы, кеңіген сайын арта түсуде. Жиналыс, мәжіліс, құрылтайларда, пікірсайыс жиындарда, семинар, симпозиумдарда шешендік өнер өте қажет.

Қазіргі замандағы шешендік сөздердің түрлері бұл сөздердің жанрына (мазмұнына) қарай негізінен былайша ажыратылады.

Әлеуметтік-саяси тақырыптағы шешендік сөздер, бұларға осы тақырыптарға жасалған баяндамалар, сөйленетін сөздер, митинг, конференцияда айтылатын сөздер, хабарламалар, баяндамалар, радио, теледидардан ауызша жүргізілетін саяси-әлеуметтік шолулар жатады.

Академиялық шешендік, бұл топты жоғары оқу орындарында оқылатын дәрістер, ғылыми баяндама, хабарлама, шолулар құрайды.

Сот ісінде қолданылатын шешендікке прокурордың айыптау сөзі, айыпкердің қорғану сөзі кіреді.

Әлеуметтік тұрмыста жұмсалатын шешендікті мерейтойларда, салтанатты дастарқан басында айтылатын сөздердің "шешендік сөз" деген мәртебеге ие болу үшін оған қойылатын талаптардың бірі - оның ішінде көркем, әсерлі болуы. Ал көркемдік жалпы тілде, оның ішінде көркем әдебиетте, поэзияда жұмсалатын көріктеу құралдары мен тәсілдері арқылы жүзеге асырылады. Атап айтқанда, билер аузынан шыққан шешендік үлгілерде дәл өлеңдегідей өлшемді, жүйелі болғанымен, ұйқас ырғақ сияқты поэтикалық

элементтер қатысады. Бұрынғы шешендік сөздерге тілге демеу, ойға дәлел ретінде мақал-мәтелдерді келтіру көріктеу амалдардың бірі болса, бүгінгі шешендердің аузынан шыққан сөздерде мақал-мәтелдермен қатар, өзгелерден келтірілген сілтемелер орын алады.

Сөйлеуге дайындық – шешеннің қызметіндегі өте маңызды және жауапты іс. «Көптеген шешен кісілер сөйлер сөздерін дайындауға мұршалары болмай үлкен қателік жібереді» деп Д.Карнеги өте маңызды пікір айтады. Сөз сөйлеуге дайындық жайлы сөз болғанда, күнделікті дайындық пен нақты дайындықты анықтап алу қажет. Күнделікті дайындыққа кең мағынада алғанда, өзінің білімін көтеру жатады: жаңа біліммен толықтыру, ғылым мен техника салаларынан мәліметтер жинау, газет-журнал, радиотеледидардан хабаламалар алып отыру, көркем әдебиетті, ғылыми-публицистикалық материалдарды көп оқу. Нағыз шешендік шеберлікті табысқа жеткізетін нәрсе – жаңа білімді меңгеруге ұмтылу, ізденіс. Шешеннің күнделікті дайындығына сөйлеу техникасын меңгеру де жатады. Сөйлеу техникасының негізгі элементтері: сөздік тынысы, темп, дикция, әр дыбысты, буынды, сөзді анық айту деңгейі. Сөйлеу техникасын игеру айтар ойдың арасындағы байланыстарды жақсы жеткізуге мүмкіндік береді.

Нақты сөйлеуге дайындық шешендік сөздің түрімен ерекшеленеді. Лебіз мазмұнды болу үшін, шешен алдын ала дайындықта мынаны ескеруі керек: кімдердің алдында сөйлейді, қандай мәселелер сол аудиторияны қызықтырады, сөздің мазмұнында тың мәліметтер жеткілікті ме. Сондай-ақ, оның тақырыбына, сөйлеушінің алдында тұрған мақсат, міндеттерге, оның жеке ерекшеліктеріне, аудиторияның құрамына байланысты болады.

Кез келген сөйлеуге дайындық сөздің тақырыбын анықтаудан басталады. Бұл жерде түрлі жағдайлар болуы мүмкін. Кей кезде нақты тақырып бойынша сөйлеу тапсырылады. Бұл жағдайда сөйлеуші кісіге оны нақтылап, анықтап алу қажет. Сөйлеуге дайындыққа кіріскенде сөйлеуші мақсатын анықтап алу қажет. Сөйлеуші қандай мақсатпен сөйлеп тұрғанын айқын көрсетуі керек. Айқын мақсат қоя білу шешендік сөзді қабылдауды жеңілдетеді, тыңдаушылардың назарын аударады.

Сөйлеуші қандай мақсатта сөйлейтінін, қайтсе тыңдарманын өзіне қарата білетінін анық білу қажет. Шешендердің сөзінің мазмұнына ғана көңіл аударып қоймай, материалдарды беру тәртібіне, тілдік шеберліктеріне, шешендік әдістеріне де көңіл бөлген жөн. Әсіресе шешеннің аудиториямен қарым-қатынасына, өзін өзі ұстауына назар аудару керек.

Күнделікті тыңғылықты дайындықтың бір бөлігі шешендік өнердің әдісін меңгеру болып табылады. Шешеннің қызметі қандай сатылардан тұрады, сөйлейтін сөзді қалай орналастыру керек, аудиторияны меңгерудің қандай амалдары бар екенін жақсы білу қажет. Күнделікті дайындықтың арқасында шешеннің кәсіптік шеберлігі артады. Жоспар жасап алғаннан кейін шешен сөйлейтін сөзінің құрылымын түзеді. Ауызша сөйлеудің құрылымы үш бөліктен тұрады: кіріспе, негізгі бөлім, қорытынды. Әрбір бөліктің өзіндік ерекшелігі бар.

Шешендік сөйлеудің алдында тұрған маңызды психологиялық міндет – тыңдарманды берілген тақырып бойынша дайындау. Қызық та тартымды кіріспе болу үшін көп ізденіп, еңбектену қажет. Бұл жерде тыңдаушы аудиторияның дайындық деңгейі ескерілуі қажет. Шешен сөзінің басында тыңдаушыларды қаншалықты қызықтыра алса, соншалықты табысқа жетеді. Кіріспеде тақырыптың өзектілігі, тыңдаушылар үшін маңыздылығы, айтылу мақсаты аталып өтіледі және сөйленетін тақырыптың тарихы қысқаша баяндалады. Кіріспеде тыңдаушы аудиторияны қызықтыратын тақырыпқа қатысты оқиғаларды әңгімелеу де ұтымды болмақ. Тыңдаушылардың көңілін аударатын тәсілдердің бірі – оларға сұрақтар қою.

Сөйлеушінің міндеті тек тыңдаушылардың назарын аударып қою ғана емес, соны сөздің аяғына дейін сақтау. Сондықтан сөйленетін сөздің негізгі бөлімі де маңызды. Негізгі бөлімде материалдардың негізі беріледі: мазмұны түсіндіріледі, дұрыстығы дәлелденеді, негізгі бөлімге енген материалдар жүйелі орналасуы қажет, бір ой екінші ойды жетектеп отырады. Барлық ойларды біріктіретін ортақ тірек сөздер болады. Негізгі

бөлімдегі айтылатын идеялар жан-жаққа шашырап кетпес үшін, логикалық жүйелелік пен материалдарды орналастырудағы бірізділікті сақта қажет.

Кез келген сөйлеудің маңызды бөліктерінің бірі – қорытындысы. Сенімді және сәтті жасалған қорытынды сөз тыңдаушыларда жақсы әсер тудырады. Қорытындыны кіріспеден айтылған әңгімемен байланыстырған жөн. Себебі қорытындыда сөйленген сөздің басты-басты ойлары қайталанады, айтылғандардан түйін шығарылады, тыңдаушылардың алдына нақты міндеттер қойылады.

Халқымыздың үлгілі даналығы болып келген шешендік сөздің сан ғасырлық тарихы бар. Шешендік сөздер халық қазынасы, халықтың құнды мұрасы. Шешендердің тоқсан ауыз сөзінің тобықтай түйінін қып-қысқа нақыл сөздерге сыйғызып айтуы үлкен өнер. Себебі «сөз өнері – дертпен тең».

Әдебиеттер

1. Қабдолов З. Сөз өнері. – Алматы: Қазақ университеті, 1992.
2. Негимов С. Шешендік өнер. – Алматы: Ана тілі, 1997.

Серікбаева А., 4-курс студенті

Ғылыми жетекшісі: ф.ғ.к., доцент Г.С. Өзбекова

СОҒЫС ӘНДЕРІНІҢ ПАТРИОТТЫҚ ДЕҢГЕЙІ МЕН КӨРКЕМДІК ҚУАТЫ

Ән – адамның көңіл-күйіне, өткені мен болашағына қызмет ететін, дерексіз бола тұра, қазыналы дерекке толы үлкен қойма. Ән жанмен емес, жан әнмен тыныс алады. Ән өлсе, адам да өледі. Жалпы, музыка хақында қоғам [қайраткері](#), [сазгер](#), [публицист](#) Хасен Қожа Ахмет «Алла адамзатты өзге тіршілік иелерінен жоғары сана-сезім беріп жаратса, оның осы қасиетін жетілдіретін рухани нәрінің бірегейі – музыка өнері» десе, ҚР мәдениет қайраткері, әнші, журналист Алтын Иманбаева: «Адам баласының аңсары – ән-күй. Шаттанса жүрегі ән салып, мұңайса әсерлі әуен тыңдайтын, сауықшыл көңіл емес пе?» дейді. Әр заманның өзіне ғана тән оқиғасы болса да, музыкасы – мәңгілік. Сол себептен де, тарихтың арғы басындағы оқиғалардың басым бөлігі бүгінгі ұрпаққа ән-елші арқылы жетіп отыр. Қан майданда Ұлы Отан үшін жанын азат еткен ата-баба ерлігі мен ошақ басында еңіреп қалған нәзік жандылардың көз-жасын көрмесек те, бейне елесін орнатқан осы әннің құдыреті. Ол – соғыс уағында жаумен арпалысса да, патриоттық сезімін сөндірмес үшін салынған ән! Ол – ана мен қарындастың көз-жасына ерік бермес үшін жауынгер жұбанышы хат болып жолданған ән! Ол – сарбазын үйіне аман-есен оралатынын күткен туыс-бауырдың алданыш пен сағыныш әні! Ол – Ұлы Отан соғысының Жеңісіне арналған, майдангерлер ерлігіне тағзым етілген ән! Сондықтан, бұл әуеннің айтылуы да, абыройы да өзгесінен ерекше.

1418 күнге созылуымен тарихта аты қалған екінші дүниежүзілік соғыс кімнің де болсын жанына жара салады. 600 мыңнан аса Қазақстан азаматтары осы Ұлы майданда еріксіз көз жұмған. Қаруын асынып, жауға аттанған қазақ батырлары – сан қырлы өнерпаздар мен алуан саланың иелері. Ал, сұрапыл соғыс олардың қызығушылықтарына тоқтау жасауға дәрменсіз болған. Әсіресе, суретшілер мен ақын-композиторлардың елге деген дархан махаббатпен жарыққа шығарған туындылары. Рухын жоғалтпаған сол сезім бүгінгі өскелеңге – мәңгілік ұран.

Соғыс ұраны – ерлік әні. Ал, ерлік әні дегенде, ең алдымен аттап өтіп кетуге болмайтын өзі композитор, өзі жауынгер болған Рамазан Елебаевтың Ғабиден Мұстафиннің сөзіне жазылған «Жас қазақ» әні ойға оралады. Елі үшін жанын азат еткен, есіл ер Төлеген Тоқтаровқа арналған бұл әннің патриоттық деңгейі де өте жоғары. Бұл әнді алғаш орындаған он жылдық серігі, әйгілі Арқа дәстүрлік ән өнерін дәріптеген шын өнерпаз Жүсіпбек Елебеков еді. Рамазан батыр туралы асыл естеліктер де осы Жүсіпбек Елебеков және ол туралы жиі әңгімесін тыңдап отыратын жұбайы Хабиба Елебекова арқылы бізге жетіп отыр.

Отан соғысы кезінде шырқалған әндер санынан да, сапасынан да сыр бермейді. Музыкалық формасы мен әуендік ырғағы да әр түрлі болғандықтан, жалпы екі топқа жіктелген. Біріншісіне – халық ауыз әдебиетінің көзі болған қарапайым көпшілік әндер жатқызылса, екінші сорты – авторлық туындылар. Соғыс әндерінің басын біріктіріп, алғаш жинағын ұсынған – фольклорист, музыкатанушы ғалым Бәйтенова Гүлсім болған. Алайда, Кеңес үкіметінің тұсында жинақтың жарық көруіне мүмкіндік болмай, егемендік алғаннан соң 1995 жылы «Өртеңге өскен қызғалдақтар» деген атпен жария болды. Бұл туралы Әдебиет және өнер институтының аға ғылыми қызметкері, өнертанушы, майдан кезінде айтылған әндерді арнайы зерттеген Бақыт Тұрмағамбетова өз мақаласында жазған.

Табандылығымен жауына ырық бермей, өнердің де тізгінін жібермеген – Қасым Аманжолов, Әли Базанов, Мәлік Жаппасбаев, Смағұл Көшекбаев сынды қайсар батырлар есімі – мәңгі ел есінде! Оған себеп болған құдіретті ән екенін тағы да айтпаса болмас. «Бас, батырлар алға!», «Жастар», «Ерлерім», «Бригада жыры», «Біздің ән», «Дариға, сол қыз», «Біз келеміз» секілді ел қорғандарының шоқтығы биік туындылары сол биігінен бүгін де құлаған жоқ. Отты соғыс жылдарында ән жазып, алуан концерттер қойған отандық композиторлар – Мұқан Төлебаев, Латив Хамиди, Ахмет Жұбанов, Қосымжан Бабақовтардың сіңірген еңбектері өз алдына бөлек мақтаныш.

Соғыс кезіндегі әндер – бойға ұлы әсер беру үшін бағытталғандықтан, оның көбісі Отанға және оны қорғау үшін, сондай-ақ, ерлікке бас июмен астасып шығарылған. Одан кейінгі әндер, өкінішке орай, соғыстан қайтпаған сарбаздарды жоқтау, соларға арнау есепті шыққан. Ең соңғысы, сағыныш пен «жауға кеткен ұлды келер» деп күткен үміт әндері. Бүгін де, олардың мәртебесі зор. Күнде айтып жүрмесек те, жыл сайын тойланатын Ұлы Жеңіс мерекесінде бұл әндердің қуаты зор екенін сезінуге болады. Тыңдаған жасқа да, кәріге де еріксіз жаспен қатар, алып күш те сыйлайды.

Соғыс әндерінің патриоттық деңгейін түсірмей, бүгінгі күнге жеткізген күміс көмей орындаушыларымыз сансыз көп. Алайда, өзі де соғыс уағында ән шырқап, кенеттен жауған оқтан көзі жаралы болған, КСРО халық әртісі мен Халық қаһарманы атағын иеленген Роза Бағланованың орны ерекше. Қазақстан Журналистер одағының мүшесі, белгілі ғалым Бохай Қожырұлы «Қазақ елінің атақты музыка өнерпаздары» атты 2 томдық еңбегінде: «1941 жылы 26 адамнан құралған филармония өнер көрсетпек мақсатпен майданға аттанады. Мәскеу маңында отан қорғап жүрген Панфилов дивизиясының алдында Роза Бағланова бар ықыласымен ән орындайды» деп жазады.

Иә, туған жердің қымбат, қасиетті екенін жас кезінде жүрегімен ұғына білген Роза Бағланова бүгінгі ұрпаққа патриоттық әндерді дәріптеуде ерекше еңбек сіңірді. Аға-апалар шарықтатып салған бұл ұранды әуендер мектеп табалдырығындағы жас буындар аузында балаға біткен тұнық сүйіспеншілікпен орындалып жүр. Демек, бұл – ата-баба ерлігіне тағзым етілген әндердің оты сөнбегенінің айғағы. Сол мәңгі шырақты соғыс әндерінің бейбітшілік ұраны болып келе жатқанына биыл 70 жыл!

Смақов Д.,

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ,

Журналистика факультеті,

2-курс студенті

Ғылыми жетекшісі: ф.ғ.к., доцент Жидегүл Әбдіжәділқызы

ПРОФЕССОР М. К. БАРМАНҚҰЛОВ ТҰЖЫРЫМДАРЫ ЖӘНЕ ҚАЗІРГІ ЗАМАНҒЫ ТЕЛЕАҚПАРАТ

Ең керемет саясаткер де, ең қуатты мемлекет те, тіптен менмін деген ұлттың өзі ақпаратсыз түк те емес. Бізге қажет деген оқиғаның барлығы дерлік тек ақпаратта өмір сүрмек. Журналистің ақпаратынсыз мұның барлығы – ештеңе де, ешнәрсе де емес, тек нөлге ғана тең болар еді.

Демек әлемді билеп төстейтін де, біреуге қару, енді біреуге дәру болатын да ақпарат деп топшылағанымыз жөн. Жер-жаһанда күніне миллиондаған ақпарат тарайды

дер болсақ, соның қайсысы жалған, қайсысы нақты екенін елеп-ескеріп, анық-қанығын тексеру үшін бізге факты керек. Әр ақпараттың өзіндік негізі осы фактыдан бастау алады. Олай болса фактысыз ақпарат ақпарат емес деген тұжырымдама жасауға болады.

Марат Кәрібайұлы ақпарат пен фактының арасындағы байланысты ажыратып қана қоймай, оларды нақтылап кеткен. Бұл жерде ақпарат пен фактының, шындық пен қоғам арасындағы байланыс айқын көрсетіледі.

Біріншіден, факты жоқ болса, ақпарат болмайды. Егер де ақпарат жоқ болса, қоғам үшін шындық та болмас еді. Яғни қоғамға айна боларлық жалғыз элемент – ақпарат.

Екіншіден, кейбір кездерде жазылып отырған ақпарат шындыққа тек сілтеме жасап немесе оның ең төменгі бөлігін, яғни тек фактыны ғана беруі мүмкін. Бұл жағдайда негізгі ауыртпашылық журналистің шеберлігіне жүктелері анық.

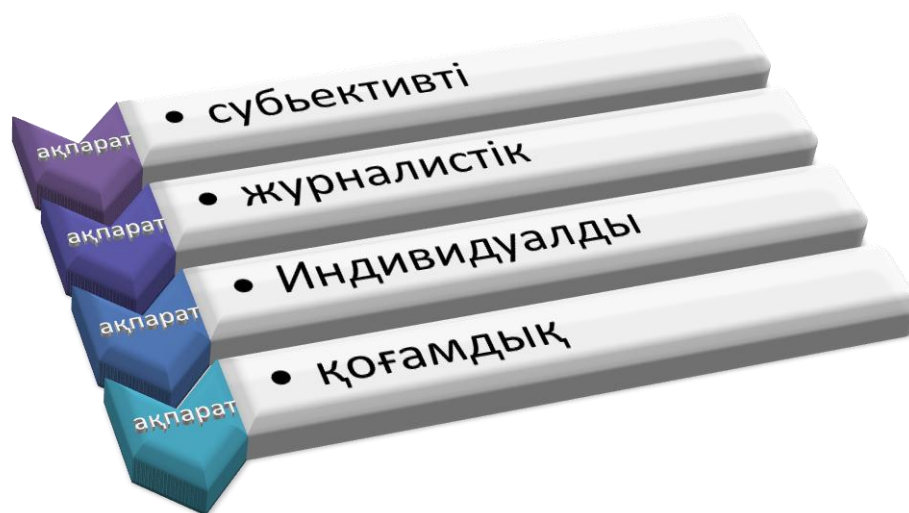
Үшіншіден, ақпарат шындықты тек барабар (адекватты) ақпар түрінде береді. Бұл жерде белгілі бір тәсілдер пайдаланылуы мүмкін. Десе де, барабар ақпар барабар күйінде қалуы керек. Онсыз шындықтың құрылымы бұзылады.

Төртіншіден, ақпарат шындық пен фактыны әр қырынан көрсетеді. Тіптен бір фактының берілуінде екі бірдей көзқарас болып қана қоймай, бірі-біріне деген қарама-қайшылық та болуы ықтимал. Бұл келіспеушілік кезінде түпкі шешім көрерменнің (тыңдарман, оқырман) өзіне қалдырылады.

Бесіншіден, кейбір кездері ақпарат шындықты қалыпты жағдайдан артық көрсету мүмкін. Бұл фактының әсерінен болатын жайт. Егер фактыны пайдалану барысында асыра сілтеушілік немесе керісінше жағдайлар орын алмаса ақпараттағы шындықтың ұлғаюы болмас па еді?!

Алтыншыдан, негізінен ақпарат берушілер факты мен оқиғаны өздері жасаушылар болып табылады. Бұл жағдайда бастапқы фактор қалай болғанымен ақпарат қандай жағдай болса да ақпарат болып қалуы керек.

Ақпарат санадағы шындықтың бейнесі. Ол негізінен субъективті (индивидуалды, қоғамдық, журналистік) шындықты береді.



Ақпараттағы шындық (1-сызбанұсқа)

Профессор М. К. Барманқұловтың тұжырымдамалары да осыған саяды. Ол кісі ақпаратты ең маңызды күш ретінде ғана емес, сонымен қатар ең әлеуеті мол қару ретінде қарастырады.

Тіптен Марат Кәрібайұлының «Телевидение: деньги или власть?» деген жас журналистерге арналған оқулығында телеақпаратты ең үлкен ақша табу құралы ретінде айта отырып, телехабарды таратушылардың мықты менеджер болу керектігін де тілге тиек ете кетеді.

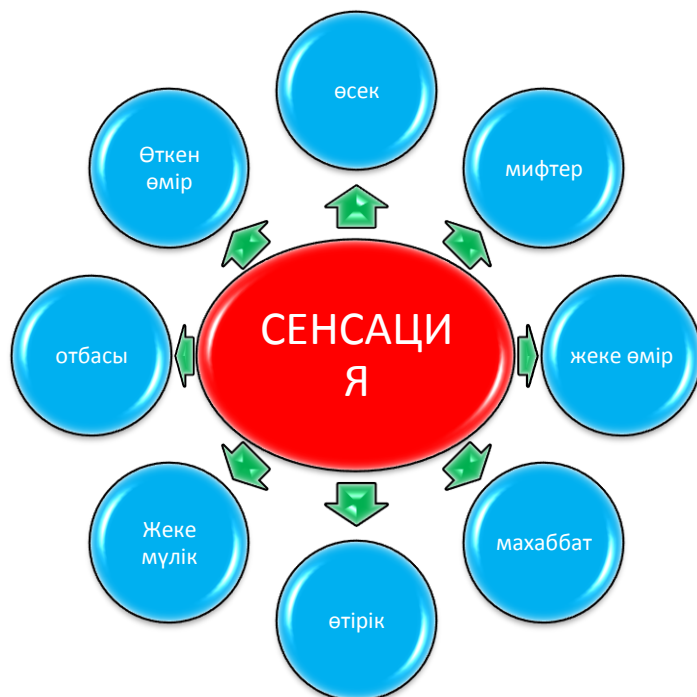
Осыларды бағамдар болсақ ақпараттың таратылуы мен оның берілуінде де арнайы тәсілдер болы керек. Ол арқылы көрермен (тыңдарман, оқырман) берілген ақпаратты тез ұғынып қана қоймай, артынша соған сәйкес әрекет етуіне әкеп соғады. Яғни бұл ең біріншіден мықты идиологиялық – психологиялық қару.

Бұл жағдай көбіне коммерциялық және мемлекет иелік ететін арналар арасында жиі болып тұрады. Мәселен «Қазақстан» ұлттық телеарнасы беріп отырған ақпараттарды «КТК» бермеуі мүмкін. Неге дер болсаңыз екі арнаның жүргізіп отырған идеологиялық саясаты бір-біріне әлгіндегі бір ақпараттағы қарама-қарсы факты секілді болуы да ғажап емес. Негізінен ұлттық арна мемлекеттің идеологиясы арқылы халыққа психологиялық әсер етуді көздесе, «КТК» немесе «Оң ТВ» керісінше өздерінің жүргізіп отырған ақпараттық саясаттары арқылы халықтың психологиясына әсер етуді көздейді.

Осы орайда профессор Барманқұловтың іліміне жүгіне отырып қазіргі заманғы телеақпаратты беруде қайшылықтар мен дәстүрлі нормалар жайында да айта кетелік. Мен оларды «Телевидение: деньги или власть» оқулығының 45-126 беттеріндегі «Искусство современной информации» тарауын талдай келе қорытқан болатынымын. Бұл ойым қате болуы да мүмкін.

Біріншіден, мейлі заманауи болсын, мейлі дәстүрлі БАҚ болсын сенсация кумауы керек. Сенсация қуу деген тек қана шарасыздықтан шығатын жеңіл жол. «Оны әдетте жалқаулар қолданғанды жақсы көреді. Шыны керек, қазіргі уақытта барлығымыз «Караван» газетінің деңгейінде ойлайтын болдық. Бұған «КТК» мен «Рахат ТВ» телеарналары дәлел бола алады». Иә, расымен де бұрынғы «КТК» мен бүгінгі «КТК» арасында аса қатты айырмашылық жоқ. Тек бұрындары сесацияны орыс тілінде қуар болса, бүгінде қазақ тілінде іздейтін болған. Бұған дәлел ретінде Дина Төлепбергеннің авторлық жобасы «Астарлы ақиқатты» алуға болады. Арзан ақпараттар мен қоғам мүддесіне сай емес жаңалықтардың басым бөлігін осы хабардан көріп жүрміз.

Бұдан өзге арзан ақпараттарға «НТК» арнасындағы «Ревю», «31-арна» арнасындағы «Жұлдыздар жарқырайды», «Астана» телеарнасындағы «Ел аузында», «Хит ТВ» арнасындағы «Тергеу», «Хед лайнер», «Жұлдызды жаңалықтар» секілді хабарлар мен бағдарламаларды жатқызуға болады. Кілең өсек-аяннан тұратын жоғарыдағы тележобалар тек ауыздан ауызға өтетін әңгімелерді берумен ғана тоқталып келеді.



Сенсация құрылымы (2-сызбанұсқа)

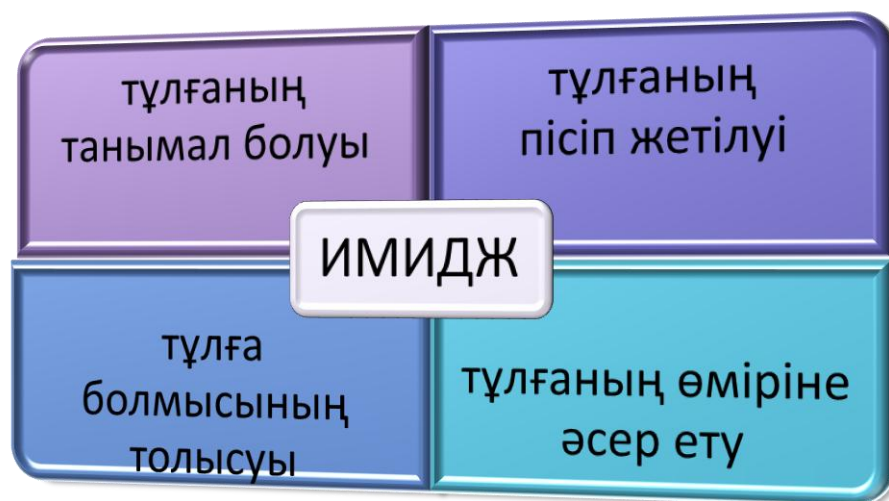
Екіншіден, дәстүрлі үлгіде берілетін классикалық ақпараттарды беру тәсілі кешегі күндер мен бүгінгі уақыт контексінде аса қатты ауытқуларға ұшырай қойған жоқ. Қазіргі

кезде «24.kz», «Хабар», «Қазақстан» телеарналары мен басылымдар осы үлгіні берік ұстануда. Тек «24.kz» арнасы тәуліктік хабар тарататын болғандықтан арасында фактыны тексермей жіберіп жататын кездер болады. Бұндай сәттерде келесі сағаттағы эфирлерде міндетті түрде кешірім сұралып, көрермендерге ескерту ақпары хабарланып отырады.



Дәстүрлі ақпарат түрлері (3-сызбанұсқа)

Үшіншіден, ақпарат имидж ретінде қолданылады. Яғни қандай да бір тұлғаның, саяси тұлғаның, азаматтың бұқара алдындағы бейнесін қалыптастырады. Осы тұрғыдан оны жанамалық ақпараттар десек те болады. бұған мысал ретінде «Қарыз бен парыз» бағдарламасындағы Сағат Әшімбаевтың, Тыныс Өтебаевтың, қазіргі уақытта «Қазақстан» ұлттық телеарнасындағы «Айтуға оңай» хабарындағы Бейсен Құранбектің, «Астана» арнасындағы «Сырласу» хабарындағы Әйгерім Сейфулла мен оның әр бағдарламасындағы кейіпкерінің бейнесін, «Хабар» арнасындағы «Бетпе-бет» хабарындағы Ирак Елекеев пен оның шақырған қонақтарының бейнелерін айтуға болар еді. Бұл ақпараттар негізінен адамның өмірін қалыптастырады.



Имидж ақпарат әсері (4-сызбанұсқа)

Төртіншіден, анық бір фактіге негізделген ақпарат. Жалпы кез-келген ақпарат белгілі бір фактіге сүйенеді. Басында айтқандай айғақ болмаса ақпарат болмайды. Сол себептен де ақпараттың бастапқы өлшемі факты екенін естен шығармау керек.

Бесіншіден, теңгерімді ақпарат. Берілгелі жатқан материалды нақтылау мақсатында фактілерді бейтараптандыра отырып, ақпаратты негізгі айғаққа қарсы қою әдісі. Бұл жағдайды, негізінен қорытынды немесе сараптамалық материалдарда жиі қолдануға

болады. Мысалы «Хабар» арнасындағы «7 күн», «Қазақстан» ұлттық арнасындағы «Апта.kz», «Алматы» арнасындағы «Алматы апталығы» секілді апталық қорытынды сараптамалық хабарларын алуға болады.



Теңгерімді ақпарат бөлінісі (5-сызбанұсқа)

Алтыншыдан, ақпарат берудегі заманауи және дәстүрлі жылдамдық пен оперативтілік. Телехабарлардағы оперативтіліктің ең бірінші әсері – психологиялық әсер болып табылатыны анық. Неге десеңіз, кез-келген жаңалық көрерменге (тыңдарман, оқырман) сана деңгейінде әсер етеді. Сана бірден психологиялық ойтолғамдар туғызады.

XX ғасыр мен XXI ғасырдағы ақпарат таратудағы жылдамдық мүлдем салыстыруға келмейді. Өткен ғасырдың ақпараты халыққа ең аз дегенде 1-2 күнде жеткен болса, бүгінгі сәтте, заманауи техника мен ғылыми прогрестің арқасында әп сәтте, кемінде 1-2 минутта жетеді. Бұрындары ақпарат алушы оқиғаның болып кеткендігін білсе, қазір болып жатқандығын біледі. Көп жағдайда жылдам ақпарат тарату адамдар арасында үрей тудырып, оларды сабырсыздыққа әкелуі ықтимал. Бұл ақпараттық соғыс уақытында бастапқы топ үшін аса пайдалы болуы мүмкін.



Жылдам ақпараттың қауіпті психологиялық әсері (6-сызбанұсқа)

Қорыта келе, өткен ғасыр мен қазіргі мезет арасында аз уақыт өтсе де ақпаратты беру тәсілдері мен оны алу тәсілдері өзгеріске ұшырап келеді. Тіптен оны тарату жылдамдығы мен қабылдаушыға әсері де арта түскен.

Десе де М.К. Барманкұловтың оқулығындағы кейбір тұжырымдар өз құндылығын жоймақ емес. Себебі, уақыт қанша өзгертуге тырысқанымен өзгеруге болмайтын дүниелер болады. Олар көбіне ұлттық идеология мен ұлттық құндылықты қамтитыны анық.

XX ғасыр телеарнасындағы телеақпарат бүгінгі уақытта таратылар болса өзекті болмай қалуы да мүмкін. Қазір қолымызда ғаламтор бар. ал әлемдік тордағы ақпарат әр минут сайын емес, әр секунд сайын жаңарып тұрады. Бұл ғаламдық прогрестің бөлшегі. Бұл заман эволюциясындағы дамудың бір сатысы екені сөзсіз.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. «Телевидение: деньги или власть», М.К. Барманкулов – Алматы, 1997 жыл.
2. «Жанры печати, радиовещания и телевидения. Сравнительный анализ», М.К. Барманкулов – Алматы, 1974 жыл.
3. «Весь мир у вас в квартире», М.К. Барманкулов – Алматы, 1972 жыл.
4. «Журналистика для всех», М.К. Барманкулов – Алматы, 1979 жыл.
5. <http://barmankulov.kz/>

Султанбаева Э. С.

ЖАҒАНДЫҚ МЕДИАОРТА ЖӘНЕ ОНЫҢ ҚОҒАМҒА ӘСЕРІ

Адамдармен өзара әрекеттесе отырып, байланыс құралдары бүкіл даму барысында үздіксіз қозғалыста болып, бейнелеу және аудиторияның психологиялық қажеттіліктерін қанағаттандыруға ұмтылады. «Батыстағы технологиялық әдістерді қолдаушы өкілдер де, тұлғаның қалыптасуы қатаң өнделетін, басқарылатын бағытталған үрдіске сай, ғылыми жетістіктерді негізделген және үйлестірілген нәтижеге жеткізетін ұстанымда қолдайды» [2].

Сонымен қатар, Ролан Барттың «Мифология» кітабы заманауи медианы талдауға арналған. Ғалымның зерттеу аумағына іс жүзінде барлық әлем қамтылады, сондықтан оның ойынша адамзат әлемінде барлық нәрсе әлеуметтік талданған, барлығы мәнді және барлығының сыни тұрғыда құпиясын шешуге болады. Р. Барт «медиа» терминінің орнына,

«заманауи миф» терминін қолданады, алайда, оның түсінігіндегі миф сөзі түсіндіру функциясын жоғалтып, идеологияны бүркемелеу қабілетіне ие болады. Барттық миф қайшылықтың жойылуы мен дамуына емес, керісінше олардың «табиғилануы» мен айқындалуына қызмет етеді. Бұл «миф» сөзін қолданудың екі жақтылығы мен өнерлік мифологияның астарынан медиабейнені түсінуге көмектеседі.

Медиамадениет өзінің дәстүрлі түсінігінде аудиовизуалды өнердің барлық түрлерін біріктіреді. Аудиовизуалды ақпараттың заманауи өркениеттегі гипертрофтілігін Ф. Джеймисон, Ж. Бодрийяр, П. Вирилио анықтады. Олардың ойынша медиамадениет – дауыс пен бейнені (кино, телеарна, видео, мультимедиа жүйесі) беру және баспаның заманауи техникалық амалдарымен кең көлемді таралымдарға ие болған, динамикалық бейнелерді трансляциялаумен байланысты мадениет аумағы.

Аудиовизуалды медиамадениеттер өзінің бойында, ақпараттың эралуан түрлерін трансляциялау үшін қолданылатын таңдаулы вербалды және дауыстар қатарын біріктіретін белгілік ансамбльдерді көрсетеді. «XX ғасырдың мадениеттану сөздігі» айтылғанды айғақтай түседі: «Аудиовизуалды мадениет – бұл ақпараттық мадениет тек толықтырып қана қоймайтын, сонымен қатар алдыңғы билік еткен вербалды-жазба коммуникациясын алмастырып, трансляциялау мен таңбалаудың амалы» [31]. Сонымен қатар, медиа мәселесіне арналған әр түрлі жарияланымдарда, оның сарапшылық қызметі баса көрсетіліп, трансляциялаушы канал ұғымы қолданылады. Медиамадениеттің өзгешелігі, оның семиотикалық табиғаты мен оны іске асыру құралдарының техникалық мүмкіндіктерімен анықталады: жоғарғы ақпараттық сыйымдылық, сезімдік түйсік жеңілдігі және жеткіліктілігі, трансляция мен тираждардың жылдамдығы мен көлемі, қайта өңделетінді өнімді мүмкіндіктердің басып озуы бұқаралық және қол жетерлік медиамадениеттің социомадени функциясын қалыптастырады.

Р. Барт заманауи мадениет сындарының әр түрлі көріністерін талдай отырып, кез келген қоғамның негізін құрайтын, ішінен зерттеуші әр түрлі мадени үлгі мен құндылықтарды таба алатын, өзінің медиақорабына барлық қоғамды қамтитын, тұтынушының санасын басқаратын, сол немесе басқа қоғамға тән, әр түрлі медианы түсінуге көмектеседі. Р. Барт медианың барлық типтерінің мифологиялық қыры жайында айтады. Автордың ойы бойынша жаңа медиа әр түрлі мақсатта интеллегенция немесе билік не болмаса сол екеуінің біріккен шығармашылығы процесінде жасалынып шығады.

Егер біз П. Бурдьенің терминдерін қолданатын болсақ, онда ол медимадениетті «символдық капиталдың» аралық формасы арқылы және сарапшылықта әр түрлі «капиталдарды» айырбастау амалдары мен кеңістігі ретінде баяндауға мүмкіндік береді. Теоретиктің сөзі бойынша, адресат және адресанттың арасында жариялылыққа және көпшілік қолдауына ие медиа көрініс табады. Мұнда, көпшіліктің қоғамдық ойы мен өмірлік бағытын қалыптастыруға мүмкіндік беретін технология жайында әңгіме қозғалады.

Медиа жайында шындалған көзқарасты С. Жижек жұмыстарынан да табуға болады. С. Жижек медианы әр түрлі мысалдармен қарастырады. «Киберкеңістік, немесе болмыстың жан түршіктіретін тұйықтығы» мақаласында, ол заманауи мадениетті жалпы бірдей медиализациялау кеңмәтінінде қарастырады. Медиамадениетпен жаулап алынған және оны қабылдаған адам жаңа медианың өніміне айналады. Медиатизациялау – бұл шынайы объектіні жасандыға айналдыру процесі: «толықтай медиаландырылуға жақындап қалған дене протездің көмегімен жандандырылып, жасанды дауыспен сөйлейді» [32].

Жижек «медиатизациялау» терминін түсіндіруде, «The Art of motor» еңбегінде қарастырылған Пол Вирилионың теориясын қолданады: «Бәрінен бұрын «медиатизациялау» ұғымының екі жақтылығын атап өту керек». Алғашында бұл ұғым субъектіні тікелей немесе тура шешім қабылдау құқығынан айыратын ымдауды білдірді. Жаулап алынған монархтарға биліктің тек бет-бейнесін қалдырып, оларға мұны тиімді қолдануға мүмкіндік қалдырмаған, Наполеон саяси медиатизациялаудың шебері болды. Мұндай «медиатизациялау» монархты таза символикалық, формалды ымдау деңгейіне

дейін түсірген конституциялық монархия деп атауға болады. Наполеон «!»-ден кейін нүкте мен қол қоя салады, оның мазмұнын биліктегілер ғана анықтай алады [32, 125]. Бұдан медианың символдық мәнінің бар екендігін, әр символдың белгілі бір ақпараттан хабар беретінін ұғуға болады.

Медиа – бұл жай ғана БАҚ немесе бұқаралық коммуникация жүйесі емес. Бұл қазіргі таңдағы кез келген мемлекеттің сүйенішіне арналған мәдени-ақпараттық монополиялау жүйесі – өзінің бойында толықтай нақты билік «матрицасы» жасырылған өте шашыранқы тұжырымдама. Қазіргі кездегі медиамәдениет – бұл ақпараттық толқынның интенсивтілігі (бәрінен бұрын аудиовизуалды: ТВ, кино, компьютерлік графика, Интернет), бұл адамның әлеуметтік, игіліктік, психологиялық, көркемдік және интеллектуалды аспектілері мен оның қоршаған әлемін кешенді түрде игеру құралы.

Медиамәдениет – жалпы мәдениет ретінде, полифункционалды құбылыс. Бұл дегеніміз, оның әлеуметтік жүйедегі рөлі жан-жақты дегенді білдіреді. Медиамәдениетті тікелей бейнелейтін қоғамда алатын рөліне байланысты атқаратын қызметтеріне тоқталатын болсақ:

Ақпараттық қызмет. Бірінші кезекке сөзсіз, ақпараттық қызмет шығады, себебі медиамәдениет өз бойында табиғат білмейтін ақпараттық процестің ерекше типін көрсетеді. Қанша дегенмен, медиамәдениет – коммуникативті-ақпараттық құралдардың жиынтығы болғандықтан және тасымалдаушысы мәдениет болып табылатындықтан, әлеуметтік ақпаратпен әрекеттес боламыз. Медиамәдениеттің арқасында қоғамда ақпаратты сақтау және жинау мүмкіндік болып отыр. Бұл Ю.М. Лотман айтқандай, «алдағы тәжірибені сақтауды көрсетеді», яғни қоғамның генетикалық жадысын сақтау. Себебі, Лотман бойынша, «мәдениет жады болып табылады» [33].

Ақпаратты өңдеу бойынша бағдарламалар және жадысы бар компьютерлік техниканың арқасында, сонғы он жылда медиамәдениеттің ақпараттық қызметінің рөлі артты. Аталған амал бойынша, заманауи медиамәдениет қоғамда ақпараттық қамтамасыз етуші тірек ретінде айқындалады.

Сонымен қатар, медиамәдениетті ақпараттық құраушы семиотикалық байланыстан тыс анықтау қиын. Бұдан шығатыны, медиамәдениет – бұл адамдармен белгілік құралдар арқылы жасалатын қоғамдағы жинақталып және сақталатын әлеуметтік ақпарат [34].

Коммуникативтік қызмет. Көрсетілген қызмет ақпаратпен тығыз байланысты болғандықтан, көптеген зерттеушілер оларды кездейсоқ біріктірмейді. Коммуникативтік қызметтің мәні, медимәдениет – бұл: индивид, әлеуметтік топтар, халықтар, әртүрлі елдермен, билік пен қоғам және т.б. қатынас әрекетінен тұрады. Медиамәдениеттің коммуникативтілік қызметі, тарихи-философиялық және тарихи контексте мәдени ақпараттың алмасуының жүру барысында, әлеуметтік процесс ретінде интенсификацияланып, мәдени сұхбаттастықтың мықты катализаторлық шығуына мүмкіндік береді.

Коммуникацияның амалдары мен формасының дамуы – адамзаттың мәдени іс-әрекетінің маңызды аспектісі. Оның дамуының барысында адамдар, қарапайым барабан сигналдарынан бастап, заманауи ғарыштық теледидар және компьютерге дейінгі әртүрлі ақпараттарды алмасу мен берудің ерекше кең мүмкіндіктеріне ие болды. Баспа мәдениеті ғасырлар мен арақашықты жеңе отырып, уақыт пен кеңістік бойынша адамдардың қатынасы үшін кең мүмкіндік береді.

Медиамәдениеттің қазіргі кездегі анықтамаларының бірі күнделікті қолданыстағы және ғылымда жетерліктей кең таралған, баспа жүйесінің толық тармақталған, визуалды және аудиовизуалды құралдарға жататын, бұқаралық коммуникация құралдары – «БКҚ» ретіндегі ұғым болып табылады. Қазіргі таңда БКҚ дамытудағы ең мықты прогресс, бүкіл әлемді қамтып, кез келген ақпарат қайнарларымен бір сәтте байланысқа түсуді қол жетерлік ететін Интернет пен компьютер болып табылады.

Нормативтік (идеологиялық) қызмет. Бұл қызмет, медиамәдениеттің тұлғаның әлеуметтенуіне, оның өзі өмір сүріп отырған қоғамдағы әлеуметтік тәжірибе, білімдер мен

нормалар, идеалдарды игеруіне жауапкершілік алуынан көрінеді. Оған салт-дәстүр, этикет және құндылықтар, заңдар мен конституциялық актілер – бір сөзбен айтсақ, құқық, мораль, идеологияны біріктіретін барлық құндылықты бағдарлар жатады.

Тұлғаның әлеуметтенуіне тікелей ықпал ететін мұндай құндылықты бағдарлар қоғамды, оның құрылымы мен онда орын алатын өмір формаларын сақтап қалуға мүмкіндік береді. Қоғамның үнемі өзгеріп, модернизацияланып отыратындығы белгілі, ал бұқаралық коммуникация жүйесі дәл осы өтпелі және дағдарысты кезеңдерде маңызды рөл атқарады.

Қоғам дамуының күрделі кезеңдерінде медиамәдениеттің нормативтік қызметі оның ерекшелігін сақтап қалуға, рухани мәдениеттің құндылықтарын насихаттауға көмектеседі. Осыдан нормативтілік қызметтің маңыздылығы мен қажеттілігі көрінеді.

Релаксациялық (ойын-сауықтық) қызмет. Релаксациялық (латын тілінде relaxation – босаңсу) қызмет тұлғаның физикалық және психикалық босаңсуы мен сергу қажеттілігімен байланысты. Медиамәдениет (әсіресе, электрондық БКҚ) бұл қажеттіліктерді заманауи адамға толыққанды ұсына алады.

Алайда, медиамәдениеттің белгілі бір түрлерін тұтыну (беллетристиканы оқу, аудиобаспаларды тыңдау, кино, ТВ көру, компьютерлік ойындар ойнау) ісі біздің демалуға және көңіл көтеруге бағытталған бос уақытымызда ғана жүріп қоймайды. Мәселенің мәні мынада, голландық мәдениеттанушы Й. Хейзенганың ойынша, мәдениет өзінің бойында ойындық элементке ие. Оның «Homo Ludens» еңбегінде талданған ойын – ол тек мәдениеттің шығу тегінің формасы ғана емес, сонымен қатар бүкіл мәдени қызметтің элементі, мәдениет дамуының қозғаушы күші болып табылады. «Барлық нәрсе – ойын», – дейді Хейзенга ежелгі грек философиясына арқа сүйей отырып. Платон, «Адам құдайдың ойыншығы ретінде қызмет ету үшін жаратылған», – деп тұжырымдайды. – Ол, ең ғажап ойындарды ойнай отырып, өзінің табиғатына құлақ түре отырып өмірін өткізуі керек» [35].

Медиамәдениеттің құрамдас бөлігі болып табылатын ойын-сауықтың заманауи индустриясы релаксацияның арнайы құралы болып табылатын танымал жанрдағы фильмдерден бастап (детектив, триллер, эротикалық мелодрама, фантастика және т.б.) теледидар бойынша интерактивті ойындар немесе компьютер әлеміндегі виртуалды саяхатқа дейінгі көп мүмкіндікті ұсынады. Көрсетілген релаксациялық құралдар, әлеуметтік зерттеудің мәліметтері көрсеткендей, тұтынушының психикасына әрқалай әсер етуге қабілетті.

Креативтілік қызмет. Медиамәдениеттің тағы да бір негізгі қызметтерінің бірі – тіршілік ортасы мен қоршаған ортаны, әлемді игеру және қайта жасау немесе өзгерту болып табылады. Индивид БКҚ-нан алынатын ақпарат арқылы оны әртүрлі көзқараста: философиялық, адамгершілік, экономикалық, эстетикалық, құқықтық және т.б. талдай отырып, әлем жайындағы өзінің танымын кеңейтеді, сонымен қатар өзін қоршаған әлемде тану ниеті, адамзат болмысы мен табиғатының құпиясына енуге және білуге құштарлығы оянады. Медиамәдениет индивидтің «тікелей тәжірибесінің» шегарасын кеңейтумен қатар тұлғаның қалыптасу процесіне, дүниетанымдық бағытына ықпал етуге қабілетті.

Қоғамдық сананың басқа формаларына қарағанда, Л.С. Выготский, «әлеуметтік ортаға, біздің тіршілігіміздің құпиялы және ең терең жеке жақтарын шығаруға» [36, 59] медиа өнерінің көбірек қабілетті екендігін жазды. Бұл эффектінің негізінде «бірге мазасыздану» механизмі жатыр.

Медиамәдениеттің креативтілік қызметі оны барлық мүмкін болатын қайшылықтар мен сүргіндерге дайындай отырып, индивидке көптеген сұрақтарға жауап тауып, қоршаған ортаға, заманауи өмірге бейімделуіне мүмкіндік береді. Бұл процесс тек білім беру мен тәрбиелеуге ғана емес, сонымен қатар медитацияға да жақын, себебі оның өмір сүру мен жасау қабілетіне, тұлғаның өзін-өзі тану қабілетінің қалыптасуына септігін тигізеді.

Интеграциялық қызмет. Мәдениеттің халықтарды, әлеуметтік топтарды және мемлекетті біріктіретіні ақиқат. Сақталған мәдени мұралар, ұлттық дәстүрлер, тарихи

ескерткіштер ұрпақтар арасындағы байланысты орнатады. Мәдени бірлік әлемдік діндерде де сақталады.

XX ғасырдың аяғы әлемдегі медиамәдениеттің қызметіне айтарлықтай ықпал еткен, жаһандық ақпараттық және коммуникациялық технологияның дамуындағы ғаламат секірістермен бастау алды. Ақпаратты берудің түрлі-түсті амалдарына негізделген ғарыштық теледидар, желілік технологиялар ақпарат арнасын таратудың жаңа аумағының қалыптасуына алып келді. Компьютер желілері ұлттық, аумақтық және жергілікті арналарды біріктіретін, бұрын сонды болмаған ақпаратты еркін алмасудың қайнарына айналды. Сонымен қатар, интернет әртүрлі мәдениеттерді біріктіретін интеграцияның мықты факторына айналды. Солай бола тұра мәдениеттің ерекшеліктері сақталып, бұл айырмашылықтар жойылмай, керісінше, әртүрлі дәстүрлер бірігеді. Сондықтан, медиамәдениеттің интеграциялық қызметі, мәдениеттің өзіндік болмысын жоюға емес, керісінше құрлық халқының арасындағы өзара түсіністік пен бейбітшілік үшін мәдениеттің біріктірілуіне бағытталған.

Дәнекерлік қызмет. Медиамәдениеттің қоғамның құрылымдары арасындағы байланысты орнатушы әлеуметтік дәнекер ретінде рөлі жоғары. Ол әртүрлі әлеуметтік топтардың бір-бірімен байланысып, қарым-қатынас орнатуына мүмкіндік береді. Осы арқылы медиамәдениет қоғамды басқарудың құралы ретінде ерекше мәнге ие болады. БАҚ-ның бұл мүмкіндігі көптеген атақты ойшылдардың назарын өзіне аударды. Рейндік газетті редакциялай отырып, К. Маркс жас кезінде-ақ, басқарушы мен бағынушы арасында дәнекер болып отырған баспасөздің «үшінші элемент» ретіндегі маңыздылығына назар аударды. Билік те, қоғам да туындаған мәселелердің шешімін «еркін баспа» құралы арқылы табуға мұқтаж [37]. Осыған байланысты, БАҚ-на заң шығарушы, атқарушы және үкімет сияқты биліктік қызметтерді біріктіретін «төртінші билік» тұжырымы жасалды. Ақпараттың әлемнің бүкіл түкпіріндегі адамдарға ықпал ететіндігі жайлы Э. Тоффлер өзінің «Билік метаморфозасы» еңбегінде талдайды [38].

Медиамәдениет басқа мәдениет түрлеріне қарағанда, басқарушылық және саяси қызметті нақты атқарады. Медианың адамдардың сезімі мен санасына мықты, көпқырлы және көлемді билігін ескере отырып, оның «төртінші билік» деп аталуы тегін емес.

Алайда, С.М. Гурьевичтің «бұқаралық ақпарат құралдары – билік емес, бірақ керек кезде оның билікті шектей алатын, билікке нақты ықпал ете алатын, қоғамдық ойды көрсететін өте маңызды күшке айналатыны рас», деген тұжырымдамасымен келісуге болады [39]. Осыдан келіп шығатын қорытынды: медиамәдениет – бұл қоғам мен мемлекеттің, әлеумет пен биліктің арасындағы дәнекер. Масс-медианың байланыстырушылық қызметі саяси тәуелсіздік пен жариялылық, демократия және плюрализм принциптеріне негізделген азаматтық қоғам қалыптасу кезінде күшейе түседі.

Медиамәдениет түсінігіне берілетін зерттеулер легі өзінің жалғасын таба береді, оның қоғамда атқаратын басты қызметтерін ерекшелеп алып, қысқаша сипаттау зерттеу жұмысының нақтылық принципіне негізделуін көрсетеді.

Медиамәдениетті ақпараттық ғасырдың феномені ретінде түсіндіру тек философия және мәдениеттану салаларының аясында ғана емес, сонымен қатар, әлеуметтану, саясаттану және журналистика, тіпті психология саласын да қамтыды. Жаңа ғасырдың маңызды құбылысы ретінде қоғамның барлық тарапына толықтай енген медиамәдениет түсінігі адамның мінез-құлқы мен санасына ықпал етіп, соңғы кезде ұжымдық ойлауға алып келіп отыр. Жалпы жоғарыда айтылған медиамәдениет түсініктерін қорытындылай келе, әр мемлекет, халық жаһандану дәуірінде ежелден дәріптеп, қастерлеп келген ұлттық өнері мен мәдениетінің тегін тектеу, болмысын тану, оның асылын тарихтың рухани көшіне ілестіріп отыру арқылы бүгінгі және болашақ ұрпақ қамын жасауы міндет. Әрине ұлттық дәстүр бір қалыпта қатып қалмай, заман көшіне ілесіп, түрленіп отырады. Осы орайда отандық медиамәдениет саласы ұлттық мәдениетімізді сақтап қалуға, ұлттық тәрбиені қалыптастыруға үлес қосуы тиіс. Ата-бабаларымыздың бай рухани қазынасын жастарды тәрбиелеуге жүйелі түрде пайдалану ұлттық БАҚ-ның еншісінде болуы тиіс. Бұл ретте медиамәдениет саласының атқарар

қызметі мол. Себебі, қазіргі дүние біртұтас жүйеге айналып келеді. Мұнда оның жекелеген бөліктерінің жай-күйі жалпы жаһандық жүйеге тікелей тәуелді. Әлемдік жүйенің әр бөлігі басқа бөліктерге ықпал етеді және өзі де солардың ықпалына түседі. Бұл кез келген салаға – саясатқа, экономикаға, қауіпсіздікке, ғылыми-техникалық, ақпараттық және басқа да салаға қатысты. Ақпараттық және басқа да технологиялардың осы заманғы дамуы, шектеусіз әлемдік нарыққа шығу, бүкіл дүние жүзімен сауда жасау мүмкіндігі, әлемдік білім мен ақпараттың негізгі ортасына қосылу мүмкіндігі, бүкіл әлеммен еркін байланысқа түсу, басқа елдерден үйрену, өзге халықтардың мәдениетін білу арқылы рухани баю – мұның бәрі қазіргі дүниенің бізге беретін нәрсесі. Әлемде озық технологиялардың дүниеге келуімен ақпарат кеңістігі де айтарлықтай ұлғая түсті. Ұлы державалар да өздерінің техникалық және өзге де жетістіктерін пайдаланып, өз ықпалдарын, пәрменділігін жүргізуге ұмтылуда. Әрине әлемдегі болып жатқан мұндай өзгерістерден табиғи және адами байлығы мол Қазақстан шет қалуы мүмкін емес. Біздің еліміздің ақпарат кеңістігіндегі модернизация үрдісінің ерекшелігі – ол адамдардың мәдени-тарихи ерекшелігіне, ұлттық менталитетіне, мемлекетте қалыптасқан этномәдени және тілдік жағдайға негізделген. Сондықтан да, медиамәдениеттің ұлттық сананы қалыптастырудағы, ұлттық ерекшеліктерді сақтап қалудағы маңызы зор. Медиамәдениеттің қоғамда алып отырған рөлінің жоғарылығын ескеретін болсақ, мемлекетіміздің барлық құрылымдық деңгейін қамтитын медиамәдениет қоғамды алға жетелейтін, санасын оятып, рухани байытатын ақпараттық қызметті атқарса елдің тұтастылығы сақталып, дамуына қосылатын үлес артатын еді.

Қорытындылай келе, медиамәдениеттің қазіргі замандағы маңызды қызметтерінен келіп шығып, оны елдің бірлігін, қауіпсіздігін сақтауға қабілетті, тіпті рухани баюына септігін тигізетін, қоғам санасын ағартушылық, қалыптастырушылық қызметін атқаратын басты тетік ретінде қарастыруымызға болады. Әлемдік ақпараттық толқын, технологиялардың дамуы адамдардың психологиясына ықпал етіп, олардың әлемді басқаша қабылдауына негіз болып, тұлғалық қалыптасудың өзгеше бір бағытын салып отыр. Осы орайда, әр дәуірдің өзіндік ерекшелігін есепке ала отырып медиамәдениеттің мазмұнына баса назар аудару қажетілігі ұсынылады.

Тарақов Ә.С.

әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
филология және әлем тілдері факультеті, шетел филологиясы және аударма ісі
кафедрасының профессоры,
филология ғылымдарының докторы

АУДАРМА ПӘНДЕРІН ОҚЫТУ ӘДІСТЕМЕЛЕРІ

Аударманың қай түрі де оңай емес. Ауызша, жазбаша, көркем аударма түрі де еліміз тәуелсіздігіне аса қажет. Көркем аударма – халықтар әдебиетін өзара байланыстыратын, ұлттық мәдениет пен тілді байытатын баға жеткізгісіз рухани қазына.

Бізде қазақ тақырыбына жазылған орыс немесе басқа да халықтар ақын-жазушыларының көптеген шығармалары бар. Бұдан біраз жыл бұрын қазақ тақырыбындағы орыс жазушыларының көптеген туындылары аударылғанымен, әлі қаншама туынды кезегін күтуде. Ғылыми-көпшілік, танымдық, тарихи-этнографиялық еңбектердің бәрін аудару міндет емес. Ең алдымен ұлтымызға қажеттілерін, маңыздыларын аудару керек.

Осы бағытта аударма ісі бөлімінде «Әлем әдебиеті», «Әлем әдебиеті және көркем аударма», «Тілдері оқытылатын елдердің әдебиеті» пәндері тұрақты түрде оқытылып келеді. Мұнда студенттер әлем әдебиетінің классикалық шығармаларымен бірге, оның аударылу мәселелері жайында теориялық және практикалық білім алады. Пәнді оқыту барысында студенттердің аударманы талдап, сараптап, бағалау ерекшелігі айқындалады. Студенттер түпнұсқалық шығармаларды ағылшын тілінде оқып танысады. Оның орыс,

қазақ тіліне қалай аударылғандығын теориялық әрі практикалық сипатта салыстыра саралайды.

Классикалық әдебиеттен талғап, таңдап, аудару әлі бір жүйеге түспей келеді. Тарихи романның атасы В.Скоттың шығыс тақырыбына арналған «Тұмар» және «Пармдық сұлу» тәрізді, басқа да ұлт жазушыларының қазақ тақырыбындағы қаншама туындыларды тәржімалау ескерілмей келеді. Әдебиетіміздің басқа ұлттарға және шетелге насихатталуына, таралуына сол елдің тілін әдеби негізде меңгерген ұлттық аудармашы кадрларын даярлау – заманауи мәселе.

Мысалы соңғы 5-6 жылда кезде Ж.Аймауытовтың шығармаларын Ш.Құсайынов, М.Жұмабаев туындыларын Ә.Қодар, М.Мақатаев поэзиясын Ж.Баймұханбетов, Қ.Жұмаділовтың «Дарабоз» дилогиясын З.Буланова, С.Елубаевтың «Ақ боз үй» романын А.Жақсылықов орысшаға тәржімеледі. Аудармалардың көркемдік-стильдік сәйкестігі, басқа да аударылу сипаты талданып, бағалануда. Мәселен Ә.Ахметов аударған Агата Кристи әңгімелері ағылшын түпнұсқасымен көркемдігі, тілі, стилі жағынан дәл, сәйкестігінен бөлек, орысша аудармалардан да жақсы жасалған. Осындай бағалауды Гетенің «Фаустын» аударған М.Құрмановқа, Ғ.Мұқановқа тәржімалаған Клер Клермонттың «Владимир мен Зарасын» айтар едік.

Соңғы кездері ана тілімізден орыс, ағылшын, француз, жапон, араб тілдеріне аударатын қабілетті жастар көбеюде. Солардың басын қосып, аудармашылық бір қауымдастық құрып, тәжірбие алмасу жиындарын өткізе, ұлт әдебиетіне үлкен септігін тигізері анық.

Қазір бізде оқырманның кітап оқуға деген ынта-ықыласы төмендеп кетті. Аударма шығармасына қызықтыруда олардың талап-талғамын ескеру маңызды. Бұрынғы аударма туындыларды қайталап баса беруден гөрі, әлемге әйгілі классиктердің кітабын сол тілден тікелей аударып шығару аса маңызды. Өкінішке орай көпшілік жастар шет тілін жақсы білгенімен, ана тілін әдеби деңгейде меңгермесе, қалай аударса алсын. Тілді білгеннің бәрі аудармашы болып шықпайды.

Қазіргі заманда адамдар шет тілді меңгеруге ынталы. Әйтсе де, бәрібір аудармашылық қызметтің қажеттілігі де артуда. Ауызша аударма – жазбаша және көркем аудармаға қарағанда, анағұрлым қиын. Мұның қиындығы – айтылған сөзді ойда жинақтап, есте, сақтап, дереу кідірмей айтуда. Бұған әбден дағдыланған ес, зейін, мықты, зерде, ерекше қабілет керек. Республикамыздың тәуелсіздік алуына байланысты шет елдермен әр саладағы қарым-қатынастары артқан сайын аударманың қай түріне де сұраныс ұлғайып келеді.

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дағы филология, әдебиеттану және әлем тілдері факультетінде аударма ісі бөлімі кәсіби аудармашылар даярлауда. Студенттер мен магистранттарды сапалы оқу құралдарымен қамтамасыз етумен бірге, ана тілі және орыс тілінен бөлек, ағылшын тілін тереңдеп оқыту жыл сайын артуда. Студенттер оқу үдерісінде аударма теориясын оқып қоймай, аудару тәжірибесіне машықтанады. Кейінгі кезде олар шығармашылық іске бейімдеуде, яғни аудару тәсілдері мен техникасын меңгеріп, жазу өнеріне дағдылануда.

Сонымен бірге диплом жұмыстары мен магистрлік диссертацияларда қазақ көркем аудармасы мәселелері, жекелеген аудармашылар шығармашылығы мен орыс тіліне аударылған көркем әдебиетіміз, шетелдік классиканың ағылшын тілінен тікелей және орыс тілі арқылы қазақшаға аударылуы зерттелінуде. Аударматану ғылымы жандануына кафедраның қосқан үлесі қомақты.

Балтық бойы мемлекеттеріндей ұлтының талантты ақын-жазушыларының туындыларын ана тілімізге сәтті аударған, қазақ әдебиетін басқа тілдерге сапалы тәржімалаған дарынды аудармашыларды марапаттау арқылы әдебиетіміздің әлемдік беделін арттыра аламыз.

Бізде бай тіл, әлем классиктерімен бәсекеге түсетіні озық әдеби шығармалар жеткілікті. Тек оны ұқыпты, шебер аударумен ғана бағын жандыра аламыз. Ақиқатына келсек, қазір саралап, зерттеп талдағанымыздай, біздің аудармашылар бірқатар орыс,

Батыс және Шығыс халықтары мен Америка әдебиеттерін сәтті аударды. Сапасыз, нашар аудармалар да бар. Тағы бір мәселе – аударма редакторларын даярлау ісі. Барлық аудармалар ешқандай рецензиясыз, әрі әдеби өңделмей баспадан шығарылуда. «Аударма» баспасы осыдан біраз жыл бұрын кеңестік кезеңдегі бірқатар классикалық туындылар аудармасын қайта шығарғанымен, кейбіреуінің сапасы сын көтермейді. Классиканың бәрін аудару міндет емес, ұлттық ерекшелігімізге лайықтысын бірінші кезекте тәржімалау қажет. Тәуелсіз елімізді рухани қазынасын шетелдік үздік әдеби шығармалармен, таңдаулы классикамен толықтыру – аса маңызды, игілікті іс. Көркем аударманы ұлттық әдебиетіміздің басты талабына біріне айналдыруға әркім жауапты демекпіз. Олай болса, аударманы оқыту, кәсіби мамандану, біліктіліктері мен дағдыларын үйрету – біз үшін білім берудегі басты да жауапты үдеріс. Мұны әр оқытушы, профессор жүрегімен түсінеді.

Бізде теориялық кітаптар, ана тіліндегі аударматану жайлы оқу құралдары жеткілікті. Кейбір жаңа курстар, пәндер бойынша арнайы оқу құралдары жазылуда. Хрестоматиялар, тәжірибелік-зертханалық қосымша құралдар да, сөздіктер де біршама қамтылған. Әрине, әр оқытушының аударманы оқытудағы өзіндік әдіс-тәсілі бар. Ортақ мақсат – әр студентті кәсіби мамандануға машықтандыру, білім-біліктілігін арттыру. Бұл бағытта бізде 1 курстан «Аудармашы кәсіби қызметінің негіздері», «Аударма теориясы» деген арнайы пәндер жүреді. Мұнда болашақ аудармашылар аударма және аудармашы мамандығы, оның қыр-сыры, құқығы, құзіреті, мәдениеті, әдеби, аудару техникасы, технологиясы туралы жан-жақты мәлімет алады.

Әрине, теориялық білім аудармашының мамандануына бағыт-бағдар бергенімен, негізгі мәселе олардың аудару тәсілдерін меңгеруінде, аудармаға машықтануында. Осыған байланысты әр студент ең алдымен шағын газеттік-публицистикалық мәтіндер, газет хабарлары, мақала, сұхбат үзінділерін аударудан бастап, ақпараттық аударманың басқа түрлерінен өздерінің аудару мүмкіндігін, қабілетін жетілдіреді. Ғылыми-көпшілік, техникалық, ресми-іскери, жарнама мәтіндерін аударып, оны талдайды. Аударма орыс тіліне, қазақ тіліне, керісінше қазақ тілінен орысша жүреді. Бұл дегеніміз, әр студенттің тілді қалай меңгергенін, аударуға бейімділігін, қандай аудару тәсілін қолданғанын және өзінің қай аударма түріне қабілеттілігін саралайды. Олар біртіндеп машықтану, бейімделу, үйрену, дағдылану қабілеттерін ағылшын тілін оқу арқылы тереңдете түседі. Ағылшын тілін қаншалықты жақсы меңгеру арқылы олар аудармашылық ізденістерін одан әрі жетілдіреді. Өйткені әлемдегі ең көп қолданылатын халықаралық тілді меңгеру – уақыт талабы болып отыр. Мұны Елбасымыз Н.Назарбаев өткен жылғы жолдауында атап көрсеткен еді.

Аудармашы екі-үш, тіпті, одан көп тіл білетін полиглоттық ерекшелікке ие болуы қажет. Сондықтан үш тілді кәсіби негізде жетік меңгеруі заңдылық. Біздің аударма теориясы және әдіснамасы кафедрасында профессор-оқытушылардың әрқайсысы өзі оқытатын пәндерінен оқу құралы бар. Сонымен бірге аударманың тәжірибелік жұмыстарына арналған практикалық оқу құралдары, хрестоматиялар да бар. Ағылшын тілінде оқу құралдары жазылды. Көптеген профессор-оқытушыларымыз практикалық жағына өте көңіл бөледі. Бұлай болуы да заңды. Дегенмен, аударманы оқыту бірнеше пәндерді сабақтастыра жүргізумен байланысты. Мәселен, ақпараттық мәтін, заң, дін, медицина, спорт, мәдениет және түрлі ғылым салаларынан, жаратылыстану, қоғамдық пәндерден келетіндіктен, оқытушының әрқайсысының ерекшелігін білуі қажет.

Аудармада мәтін талдау әдебиеттану және лингвистикалық жүйеде жүретіндіктен, оқытушыға екі тілдің лингвистикасын жетік меңгерумен бірге, әдебиет теориясының заңдылықтарын жақсы білу міндеттелінеді. Әр студент аудару жүйесінің технологиясын, тәсілдерін жақсы меңгерсе де, кәсіби мамандану үшін аударма жасауды үйреніп, машықтанып, тәжірибе жинау – басты бағдар. Осыған бірқатар пәндер де, әсіресе студенттің өз бетімен жұмысында, оқытушымен жұмысында, дипломдық еңбегінде, магистрлік диссертацияларда басты көңіл бөлінеді. Аудармасы сарапталады, аударма шығармасын талдап, тұжырымдап, бағалайды. Студенттердің сәтті аудармалары

республикалық баспасөздерде жарияланып жүр. Ал 2-3-4 курс студенттері, магистранттардың «Бәйшешек» журналына топтастырылған аудармалары тәжірибелік үйренуде қолданылуда. Әрі аударма зерттеу мен аударманың ғылыми сынына бейімделуіне көмектесуде. Бұдан бөлек студенттердің аударманы талдап, зерттеу, оны бағалау бағыттары да теориялық білімді өзіндік ғылыми ізденіспен сабақтастырумен жүзеге асуда. Бакалаврда ауызша аударма түрлері оқытылуда. Аударманың ғылыми бағыты жүктелінуде.

Оқыту барысында студенттердің лингвистикалық және әр саладағы сөздіктерді пайдалануы, электронды сөздіктермен жұмыс жасауы қадағаланады. Аудару үдерісінің қиындығын, күрделілігін сезінген әрбір болашақ аудармашы теориялық білімін тәжірибелік жағынан жетілдіру арқылы кәсіби біліктілік негізін қалайды. Университетті бітірген кезде кәсіби маман ретінде кез келген салада табанды жұмыс жасай алады. Оған толық негіз қалау – біздердің, профессор, оқытушылардың басты бағдары, парасатты парызы. Сондықтан әр пәнді оқыту әдістемесі оқу-жұмыс бағдарламасына негізделеді.

Файзолла Алпамыс,
эл-Фараби атындағы ҚазҰУ,
4-курс студенті

Ғылыми жетекшісі: ф.ғ.к., доцент Курманбаева Алма

ТАҒЫ ДА ТІЛ ТУРАЛЫ

Дариға Назарбаеваның қытай тілін үйрену жөніндегі сөзінен кейін біздің зиялы қауым қарсылық танытып, шулап қоя берді. Негізі, қытай тілін білген дұрыс деген пікірді алғаш рет «Елім саған айтам, елбасы, сен де тыңда» атты кітапта Шерхан Мұртазаның 1996 жылы жазылған мақаласынан оқып едім. Бірақ оған ешкім қарсылық танытқан жоқ. Сонда қалай біздің халық сөзге емес, сөзді кім айтқанына қарап ой түйе ме?! «Кісіге қарап сөз алма, сөзіне қарап кісіні ал» деген даналық қайда қалды онда?!

Өзіңнің ана тіліңді құрметтеп, өзге тілдерді де білсең, несі айып?! Оның үстіне, ғылым мен техниканың дамыған түрлерін меңгерген халықтың тілі.

Орыс халқы қазақтарды отарлау үшін алдымен тілін, ділін, дінін толық зерттеп алған. Бәлкім, келешекте қытайлардың физикалық қысымынан сақтануға олардың сырын білгеніміз де септігін тигізер. Сырын білу үшін тілін білу керек қой...

Өз басым, шүкір, ана тілімді өте жақсы меңгергенмін. Одан басқа ағылшын, түрік, орыс тілдерінен хабарым бар. Енді "Құран" түскен тіл арабшаны үйренгім келеді. Қытай тілін білген де артықтық етпейді.

Бірақ бұл пікірім қазақ пен қазақ қытайша сөйлессін дегенді білдірмейді! Қытайдың тілін біле отырып, ғылымын меңгерейік! Көрші мемлекет болғаннан кейін, бәрібір тығыз қарым-қатынаста болуға тура келеді.

«Өзге тілдерді үйренудің қажеті жоқ, керек болса, басқа халықтар біздің тілімізді үйренсін!» дейтін қазақтар болса, онда жұрттан асқан өнер-ғылымды игерсін. Ғылымда еш халыққа беймәлім жаңалық ашсын. Техниканың жаңа түрлерін ойлап тапсын. Сонда ғана өнерінді үйрену үшін өзгелер сенің тіліңді білуге талпынады. Әйтпесе, құр байбаламнан пайда жоқ.

Мемлекеттің жүргізіп отырған тіл саясаты жөнінде де өзіндік көзқарасым бар.

Кейде 2-сыныпта оқитын қарындасымды сабағына алып барып, алып келіп жүремін. Сонда оқушылардың әңгімелеріне құлақ түрсем, бастауыш сыныпта оқитындары да, жоғары сыныпта оқитындары да тіл тазалығын сақтау дегеннен жұрдай екен. Сөйлегендері не қазақша емес, не орысша емес, не ағылшынша емес. Әйтеуір, былықтырған бір тіл. 1-сыныптан бастап өзге тілді оқитудың қажеті бар ма осы?! Бастауыш сыныптардан бастап ағылшын тілі пәнін оқысақ та, өз басым 7-сыныпқа дейін ағылшынша қатесіз бір сөйлем құрай алмайтын едім. 7-сыныпта қазақ-түрік лицейіне түскеннен кейін, көп сабақтар ағылшынша өтіп, сонда ғана ағылшын тілін бір кісідей меңгердім. Яғни, 12-13 жастан бастап ағылшын тілін тереңдетіп оқытса, қиналмай үйреніп кетуге болатынын өз басымнан өткердім.

Ал біз бастауыш сыныптардан бастап оқушының миын ашытамыз. Онымен қоймай, әлі Ана тілі, Ұлттық қасиет деген секілді құндылықтарды жете ұғынбаған балаға кері тәрбие беріп жатырғанымызды өзіміз де байқамаймыз.

Қазір не ары емес, не бері емес, дүбәра толқын өсіп келе жатыр. Ол дүбәра толқын ертең дүбәра ұрпақ тәрбиелеуі мүмкін. Қысқасы, қазақ баласы ағылшын тілін де, қытай тілін де,

басқасын да білгені дұрыс. Дегенмен, жас өскін ақыл тоқтатып, өзінің қазақ екенін жан-жүрегімен сезінгеннен бастап өзге тілдерді үйреткеніміз дұрыс. Осыны айтып талай ағаларымыз шырқырады, шырқырап та жүр. Біздің билік зиялы қауымның пікірімен де санасса, дұрыс болар еді, негізі. Зиялы қауым да биліктің «қытай тілін білген дұрыс» деген секілді ойларына түсіністікпен қараса екен.

Билік өкілдері мен зиялы қауым өзара ұғыныса білсе ғана дұрыс шешімдер қабылданбақ

Файзолла Алпамыс,
әл-Фараби атындағы ҚазҰУ,
4-курс студенті

Ғылыми жетекшісі: ф.ғ.к., доцент Өзбекова Гүлнәр

ҰРПАҚТЫҢ АЛДЫНДА КІМ ЖАУАП БЕРЕДІ?!

1991-2011 жылдарда қазақ журналистері: «Елімізде жат діни ағымдарға арбалғандар саны күннен-күнге артып бара жатыр. Түбі бұл жақсылыққа апармайды» - деп басылым беттерінде сан рет жазды. Бірақ билік оған мән беріп, құлақ асқан жоқ. 2010-2011 жылдары Ақтөбе облысының Кеңқияқ, Шұбарши аудандарында лаңкестермен атыс болды; Ақтауда жат діни ағымның 21 өкілі түрмеден қашып, елді біраз дүрліктірді; Таразда ҰҚК ғимараты жанында жарылыс болды. Елде осындай бірнеше террорлық әрекеттер болғаннан кейін ғана билік бұл мәселеге көңіл аударып, жат діни ағымдардың Қазақстанның біртұтастығы үшін шын мәнінде үлкен қауіп екенін ұқты. Содан кейін ғана нақты шаралар қолданыла бастады. Алайда бұл уақытта еліміздегі мұсылмандар жамағаты көптеген тармақтарға бөлініп үлгерген еді. Енді қазір мешітке барсаң, діні бір, ұлты бір, Раббысы бір, пайғамбары бір, құбыласы бір мұсылмандар әртүрлі ақиданы ұстанып, әртүрлі құлшылық жасайды. Бір-біріне ала көзімен қарап, кейде пікір қайшылығынан түрлі түсініспеушіліктер, кикілжің-жанжалдар да болып жатады. Ал? Енді? Діни сенімдері әркелкі Отан қалыптастырғаны үшін ұрпақтың алдында, біздің алдымызда кім жауап береді?! Бұған ісіне немқұрайлы қарайтын, жауапты қызметтерге келіп-кетіп жатқан дарынсыз, бейқам шенділер не дер екен, ә? Қазақстанның біртұтастығы мен Тәуелсіздігі үшін ешқандай еңбектен де, күрестен де қашпаймыз. Бірақ дер кезінде дұрыс шешімдер қабылданса, ахуалды мұншалықты ушықтырмауға болатын еді ғой.

«Халық айтса, қалып айтпайды». Ал «халықтың тілі, көзі һәм құлағы» - журналистер мен қаламгерлер. Біздің билікке елде қандай мәселелер бар деп бас қатырудың қажеті жоқ. Қаламгерлер мен журналистердің айтып, жазып жүргендеріне ден қойса, жеткілікті.

Қазір басылым беттерінде жиі көтерілетін мәселе - Қазақстанда жылдан-жылға қытайлардың қаптап бара жатқандығы. «Қара қытай қаптаса, сары орыс әкендей көрінер» деп бабалар босқа айтпаған шығар?! Абылай хан қазақ жерінде орыс әскери бекіністерінің салынуына қытайларға сес көрсету үшін ғана оң көрқараспен қараған. Ал біз қазір Қытайдың соғыссыз жаулау саясатын Қазақстанға емін-еркін қолданып жатқанына мән бермей жүрміз. Өйткені, Қазақстандағы кәсіп, сауда, өндіріс салаларына қытайлар жылдан-жылға дендеп кіріп барады. «Империя дегеніміз – сауда» деген қағида бар. Импералистік пиғылдағы алпауыт мемлекеттер өзге елдерді соғыссыз жаулау үшін саудасаттықты тиімді пайдалануды көздейді. Бірақ бұлай екен деп нарықты жауып қоя да алмаймыз. Жауып қойсақ, экономика дамымайды. Қалай болғанда да, біздің халық рухани мықты болуы керек! Әйтпесе, айдаһар көршімізге жұтылмау оңай емес.

Ең жанға бататыны, Қытайда 14-15 мың тұрғыны бар қазақ ауылдарында орта есеппен 10 қазақ қызы қытайға тұрмысқа шығады екен. Ал Қазақстанда жүрген 300 мыңдай қытай қазақ қызына үйленгісі келетінін ашық айтып жүр. Бұл мәселенің шешімі айналып келгенде ұлттық тәрбиеге келіп тіреледі. Әр отбасы қыздарына, шешен халқындай, «Өзге ұлттың жігітіне тұрмысқа шығу – ұлттық сатқындық» деп тәрбие беруі керек сияқты. Әйтпесе, өзге ұлттарға оңды-солды үлестіретіндей далада жатқан қыздарымыз жоқ!

Қорыта айтқанда, дәстүрлі дініміз бен ұлттық идеямызға берік болмасақ, қазіргідей идеологиялық соғыс заманында есемізді жібермеуіміз мүмкін емес.

К МЕТОДИКЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ЖУРНАЛИСТОВ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ: ЗАРУБЕЖНЫЙ И НАЦИОНАЛЬНЫЙ ОПЫТ

Региональные интересы имеют свойство подстраиваться под политические тенденции, и СМИ обязаны выдерживать этические нормы и запросы момента. История отечественной журналистики содержит мало известный опыт «централизации» управления контентом СМИ в XX веке. Автономный статус Казахской республики означал некоторую идеологическую зависимость от Центра. Становлению журналистики как отрасли знания и профессии способствовали политические тренды и традиции устной полемики. Авторы высказывают мнение, что государствам Центральной Азии необходима системная методология мониторинга концентрации и контента СМИ. Проблемные вопросы методики могут изучать в рамках образовательных программ студенты-журналисты, магистранты и докторанты.

Современный зарубежный опыт рассматривает тему методологии мониторинга контента и концентрации СМИ, глубокие аналитические доклады специалистов заслушиваются на форумах [1], в научных журналах вышли тематические статьи австралийских ученых [2]. Известны публикации по мониторингу СМИ Японии, Казахстана, других государств Евразии. По странам СНГ существует перечень сайтов набирающих популярность мониторинговых агентств: **Infostream, Медialogия, Аналитический Курьер, Смыслография, Media System, IQBuzz, Polpred.com** и др. [3]

Казахстанским ученым и вузовским преподавателям важно обратить внимание на развитие исследований в указанном направлении. Определенная работа по кодификации норм права в указанном направлении в республике ведется. Так, Перечень норм законодательства Республики Казахстан для мониторинга средств массовой информации, Правила проведения мониторинга средств массовой информации. [4]

Совершенен ли предложенный формат, есть полярные мнения «за» и «против». К примеру, информационное агентство «Казахстан сегодня» опубликовало критические комментарии к централизованному отечественному мониторингу. [5]

Современный статус аналитической журналистики в пределах постсоветских государств Центральной Азии еще не утвердил себя в полной мере. Срез публикаций за 25 лет независимости Казахстана внешне напоминает картину начинающего художника. наброски сюжетов, пестрота красок, отсутствие стиля и разброс идейного содержания – лишь малая доля тех замечаний, которые могут предъявить журналистам.

«Четкость» стратегию советского строя размыта «штормом» рыночных запросов. Требовательность читательской и пользовательской аудитории многократно возросла. Причины известны: открылись границы бывшего Союза, всевластие Интернета и доступ к иноязычным медиа.

Политологические оценки в казахстанских СМИ, складывается такое ощущение, отданы на откуп главным редакторам печатных СМИ, редакторам спецвыпусков и итоговых ТВ-программ. В то же время, политологов готовят во многих вузах республики, однако они не вышли на большой ТВ-экран. Их место заняли историки, философы, в большинстве выпускники советских ВУЗов. Такой расклад может привести к стагнации собственно журналистского и политологического, знания.

К актуализации миссии журналистского мастерства необходимо призывать и смело действовать, привязывая места прохождения учебной и производственной практики обучающихся к столичным пресс-центрам, к примеру. Теоретическая подготовка в обязательном порядке должна закрепляться практическими умениями и навыками: без этой ежедневной работы мысли журналист вряд ли состоится.

Современные технологии высвободили журналистов от необходимости преодолевать километры для встречи с собеседником; скайп, мобильные устройства,

компьютеры и ноутбуки заменяют контакты визави. Это дает временную «фору», и это время нужно задействовать для совершенствования стиля, с одной стороны, и – поиска и отбора фактов, их компетентного комментирования, с другой. Опыт журналистов старшего поколения не стоит игнорировать; например, у очеркиста А.Нуршаихова есть весьма толковые советы. [6]

Государственные и общественные деятели «Алаш», первые редакторы национальных СМИ внесли значительный вклад в становление и укрепление молодой Казахской республики, в формирование и развитие ее национальных кадров. Архивные данные свидетельствуют об их активной деятельности по развитию просвещения, культуры Казахстана в трудные и переломные для республики годы. Характерными чертами журналистов тех лет были: профессионализм, строгая логика суждений и поступков, блестящее знание дела.

Уже тогда Сакеном Сейфуллиным поднимался вопрос о методологически выверенной, долгосрочной работе по качественному обновлению региональных СМИ и росту аналитической журналистики. Так, в 30-е годы партийные органы Казахстана приступили к содействию работе журналистов; это могло оказать действенную помощь: журналисты и редакции СМИ в Казахстане получали информацию от экспертов Москвы, и меньше подвергались партийных разборкам и упрекам в некомпетентности.

С другой стороны, этот метод сужал рамки критического дискурса; так облегчалась цензура и муштра, не допускались фельетон и сатира, как жанры. Т.е. предложенная схема перепроверки материалов для печати имел как позитивные, так и негативные стороны.

Однако, если посмотреть шире, в истории внешней политики Казахстана был первичный опыт создания зарубежного корреспондентского пункта. В составе полпредства формировалось специализированное бюро, на уровне современных атташе, для мониторинга политически значимых публикаций, для имиджа республики, о чем писал опытный руководитель и патриот Карим Токтабаев. Создание пресс-бюро при Казпредставительстве в Москве фиксировало наступление нового этапа в продвижении имиджа республики. [7] Весомость доли Казахстана в экономике Союза, размеры ее территории и ресурсного потенциала к началу 30-х годов XX века вне сомнения определяли статус региона и диктовали новые решительные подходы к его внешней презентации. Первое в истории Казахстана зарубежное (пусть в рамках СССР) пресс-бюро по замыслу его создателей должно было ясно обозначить (формально – на уровне СМИ) место республики в союзных рамках. То была серьезная заявка националов. Осмысление исторического этапа региональной журналистики, с высоты современного знания, исходя из сути мониторинга с позиций объективности, в том числе интересов государства (ср. Информационную политическую стратегию РФ) [8], дает возможность отразить взаимоотношения общества, государства и личности журналиста.

Основание Института журналистики в Казахстане в 1934 году стало толчком к подготовке кадров журналистов, разработке авторских методик, что ныне находит развитие в работе Телерадиофотокомплекса им. М.Барманкулова на базе факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби. Мониторинг деятельности ТРК ведется специализированными подразделениями ректората, пресс-службой вуза, составляя часть общереспубликанского мониторинга СМИ. Информирование массовой аудитории о студенчестве и буднях КазНУ им. аль-Фараби в последнее время происходит через Интернет-порталы, на YouTube, в социальных сетях.

Литература:

1. Methodology for monitoring media concentration and media content diversity. Report prepared by the Group of Specialists on Media Diversity (MC-S-MD), November 2008. Report prepared by the Group of Specialists on Media Diversity (MC-S-MD), November 2008/ Directorate General of Human Rights and Legal Affairs Council of Europe Strasbourg, June 2009. [Режим доступа]: <http://www.coe.int/ru/web/freedom-expression>

2. Macnamara, Jim. (University of Technology Sydney). Media content analysis: Its use benefits and best practice methodology // Asia Pacific Public Relations Journal, 2011, 6(1), 1–34pp.
3. <http://www.analitika.kz/tz/2400>
4. http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31420447
5. <http://meta.kz/novosti/kazakhstan/181383-glava-msi-podpisal-ukaz-ob-utverzhenii-metodiki.html>
6. Нұршайықов Ә. Мен журналистпін. Алматы. «Қазақстан», 1977. 168 бет.
7. ЦГА РК, г. Алматы. Фонд 30. СНК КАССР. Опись 2. Дело 1087. Материалы об организации Пресс-бюро при Представительстве КазАССР в Москве. Август-декабрь 1932 г. На 164 листах.
8. Портал внешнеэкономической информации Министерства экономического развития России размещает ежемесячные дайджест-мониторинги СМИ стра мира, в том числе и РК. <http://www.ved.gov.ru/>

Альжанова А.Б.,
к.ф.н. кафедры печати и электронных СМИ
КазНУ им. аль-Фараби

ИННОВАЦИОННО-ОРИЕНТИРОВАННАЯ МОДЕЛЬ ОБУЧЕНИЯ - ЧТО ЭТО?

Благодаря интернету сейчас практически нет лимита того, что можно сделать. Если вы хотите чему-то научиться, вам совсем необязательно обучаться в университете. Есть определенные ограничения, в большей степени профессии, которые требуют практики. Можно скачать программу для обучения ремонту бытовой техники, но невозможно дать человеку задание построить дом собственными усилиями.

Однако следует помнить, что получение образования - это не просто впитывание теоретических, книжных знаний, это и получение навыков, общение со специалистами, обмен опытом. Поэтому университеты никогда не исчезнут.

Но в то же время, анализ международного опыта подсказывает, что государственно-частное партнерство уже зарекомендовало себя как эффективный путь для разработки крупных инфраструктурных ИТ-проектов успешными компаниями под контролем государства. Рынок образовательных технологий давно стал глобальным, что позволяет Казахстану выбирать лучшие и проверенные временем продукты.

Компании придумывают все новые способы выражения своей социально-корпоративной ответственности, и очень многие выбирают образовательное направление. Кто-то основывает собственные корпоративные учебные центры, другие проводят мероприятия по повышению грамотности населения в различных отраслях. Так же и ученые КазНУ им. аль-Фараби разрабатывают видеокурсы.

Видеокурсы станут частью структуры учебно-методического комплекса. Такая новация полезна для преподавателей и студентов, взаимодействующих в системе дистанционного образования. Видеолекции предназначены для самостоятельного изучения теории и содержат тщательно структурированный учебный материал, содержащий не только текст, но и мультимедийные приложения.

К числу преимуществ видеолекции можно отнести возможность прослушать учебную информацию в любое удобное время, повторно обращаясь к «проблемным местам». Иллюстративный материал, представленный кинофрагментами, анимацией и таблицами, делает содержание лекции запоминающимся. Более того, теперь студенты смогут ознакомиться с опытом ведущих преподавателей.

Программа мобильного обучения на территории Евразийского Союза внедряется впервые. Все это стало возможно, благодаря казахстанско-британскому проекту «Ньютон-Аль-Фараби». Межправительственное сотрудничество будет оказывать большую поддержку научному партнерству между Великобританией и Казахстаном. А также повышению экономической и социальной ценности инноваций.

По словам Саймона Уилльямса, директора Британского совета в РК: Британское консульство продвигает на территории Казахстана образовательные, культурные и научные проекты. Программа мобильного образования уникальная и учитывает менталитет студентов и преподавателей.

В Республике уже разработаны электронные учебники, мультимедийные обучающие программы, цифровые пособия. Следуя мировым тенденциям, наши школы активно внедряют технологии дистанционного обучения в образовательный процесс.

Лидер дистанционного образования в интернете портал Coursera объявил о запуске пяти образовательных дисциплин на казахском языке. Две дисциплины уже стартовали, остальные станут доступны в скором времени. Выбор на эти образовательные программы пал, потому что они не входят в стандартную программу университетов Казахстана.

На казахский язык были переведены курсы известных профессоров «Вдохновляющее лидерство и эмоциональный интеллект», «Учись программированию: основы для не программистов», «Применение теории игр в бизнесе», «Креативное программирование для электронных медиа и мобильных приложений», а также «Сети: друзья, деньги и байты».

Проект в сфере массового онлайн-образования Coursera.org был создан в 2011 году преподавателями Стенфордского университета. На сайте можно бесплатно пройти обучение по 1467 различным курсам в сфере бизнеса, программирования, точных, гуманитарных и социальных наук, разработанных представителями 133 ведущих университетов мира. На сайте зарегистрировано более 15 миллионов пользователей. Дистанционное обучение предполагает лекции, домашние задания, тесты и экзамен. По окончании курса слушатель, успешно выполнивший промежуточные задания и сдавший экзамен, получает сертификат об окончании. На сегодня сертификаты по некоторым дисциплинам могут быть зачтены в американских колледжах.

Дистанционным образованием сейчас никого не удивишь. В условиях нынешних реалий это - удобный способ совмещать учебу с повседневными делами. Благодаря быстроразвивающимся технологиям, появилась возможность мобильного образования, которое по сравнению с дистанционным, более доступное. Потому что для получения знаний достаточно обычного смартфона.

Дистанционное образование развивает все больше дополнительных возможностей для того, чтобы удовлетворить запросы большего количества студентов. Развитие новых технологий, например видеоинтернета, позволяет расширить спектр получаемых специальностей и сделать курсы более эффективными за счет прямого контакта преподавателя и его подопечных.

Существуют виртуальные университеты – это новый тип дистанционного образования. Это объединение высших учебных заведений, в том числе и негосударственных, в рамках единого виртуального университета. Данный симбиоз предполагает, прежде всего, совместное использование их отдельных сильных сторон деятельности, так как отдельно взятое учебное заведение не может быть сильным по всем образовательным направлениям. За счет этого повышается эффективность деятельности всех образовательных заведений, составляющих виртуальный университет.

Так как виртуальные вузы – явление довольно новое, в мире официально таковыми признаются всего несколько заведений: Канадский виртуальный университет (Canadian Virtual University, CVU), Мичиганский виртуальный университет (Michigan Virtual University, MVU), Виртуальный университет Сирии (Syrian Virtual University), Виртуальный университет Пакистана (The Virtual University of Pakistan) и Глобальный виртуальный университет (Virtual Global University, VGU). Это крупные объединения вузов, в основном поддержанных Министерствами образования этих стран¹.

Среди проблем становления рынка дистанционного высшего образования на базе виртуальных университетов эксперты отмечают законодательную неопределенность статуса подобных учреждений, а также такой фактор, как ограниченный контингент

¹ Мариям Мунбаева. Виртуальная alma mater // КурсивЪ: 23.05.2013

обучаемых, так как не более 5% людей способны учиться самостоятельно. Также стоит вопрос о материальной заинтересованности учебных заведений в подобных объединениях, так как в мире уже сложилась практика предоставления курсов на бесплатной основе.

Одним из важных компонентов системы электронного обучения является разрабатываемая Национальная образовательная база данных. Эта подсистема предназначена для сбора статистической информации, аналитической отчетности и формирования показателей развития сферы образования.

Важной составляющей проекта является развитие образовательного контента — цифровых образовательных ресурсов. Они дают новые возможности для восприятия информации, помогают учащимся при самостоятельной работе с тестами.

Актуальность этой инновационно-ориентированной модели обучения отмечалась на конференции «Развивающиеся страны: в центре внимания — университеты» в Москве, организованной компанией QS и Международным информационным агентством Interfax. Усиление роли дистанционной технологии в высшем образовании рассматривалось как одна из основных тенденций развития мировой образовательной системы².

В качестве основного преимущества дистанционного образования отмечается его относительная дешевизна для студента. Сказывается ли это на качестве? Мол, апеллируют противники данной инновационной технологии, «хорошее образование не может быть дешевым». Но в случае с дистанционным обучением речь идет не о дешевизне как таковой, а о максимальной материальной доступности.

Относительная дешевизна для обучающегося покрывается высокими техническими и программными затратами университета, для которого главное — качество образования. Оно может быть достигнуто только через высокие инвестиции на формирование и постоянное обновление материально-технической базы, разработку и использование желательной собственной системы программно-информационного обеспечения, что резко ограничивает число университетов с качественным дистанционным образованием.

Эволюция дистанционного образования в системе высшего образования продолжится в сторону мобильности и доступности в любой точке, без привязки к конкретному рабочему месту. И в краткосрочной перспективе для получения новых знаний станут использоваться мобильные устройства, включая телефоны, смартфоны и планшеты, что приблизит самостоятельный доступ к материалам курсов.

Это направление дистанционного образования будет развиваться уже в ближайшем будущем, так как оно делает получателя информации более свободным в использовании своего времени и в территориальном расположении. В мировом образовательном пространстве усиливается тенденция применения инновационных технологий дистанционного образования, повышающих доступность высшего образования не в ущерб качеству. Но данная технология требует сильной материально-технической базы, полной инновационной ориентированности руководства и высокого кадрового потенциала университетов.

Барлыбаева С.Х.,
д.и.н., профессор
КазНУ им.аль-Фараби

ЦИФРОВОЕ ВЕЩАНИЕ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

На определенном этапе развития информационных технологий, особенно в 1980-1990-е годы появляются новые СМК, что послужило толчком в исследовании этих новых видов коммуникаций. Кардинальные сдвиги в техническом обеспечении коммуникационного процесса привели к появлению принципиально новых средств массовой коммуникации. Каждое новое СМИ не отменяет предыдущее, а дифференцирует их предназначение, способы доставки информации и ее распределение.

² Гарантия качества: технологии и инвестиции. Казахстанская правда: 11.04.2014

В результате технологических изменений традиционные методы производства, хранения, распространения и приема коммуникационных сообщений дополняются и видоизменяются. Например, возникли цифровые технологии, разработка которых началась в 1979г. японскими компаниями «Филипс» и «Сони». Стандарт цифровой звуковой системы формата СД произвел настоящую революцию выпусков дисков и аппаратуры для их воспроизведения. Событие было настолько выдающимся, что историю аудиотехники начали делить на два этапа: до рождения диска СД и после него.

Система СД первой внесла в массовую аудиотехнику два новшества, а именно: цифровую обработку и оптический способ записи. В последующие годы эти новшества получили дальнейшее развитие и в других областях звуковой и аудиовизуальной техники. Компакт-диск серьезно потеснил с первого места в рейтинге самый популярный носитель звуко-магнитофонную ленту.

Не успели привыкнуть к серебряному компакт-дису, который явился первой ласточкой цифровой революции, как в конце XX века появился цифровой видеодиск – Video CD. Преимуществом видео СД является цифровой формат записи и бесконтактный оптический способ воспроизведения сигнала при помощи лазерного луча. При этом практически полностью устраняется физический износ носителя видеопрограммы и исключается ухудшение качества изображения и звука в процессе эксплуатации.

Интернет и новая цифровая технология революционизировали развлекательную индустрию, персональный ТВ-компьютер позволяет потребителю выбирать содержание и интегрировать телевидение с текстовой службой и компьютерными играми. Первый ТВ-компьютер стал доступным в 1998г. По мнению президента новостной технологической группы «Ньюс корпорейшн» Грэга Кларка, «с новой цифровой и спутниковой технологией - покупатель вскоре будет готов выбирать до 300 станций» [1].

С 1980-х годов XX столетия о новейших средствах массовой коммуникации (СМК), к которым относят кабельное, спутниковое ТВ, видеотекст, сотовую, мобильную телефонию, волоконно-оптическую связь, Интернет, непосредственное телевидение, ТВ высокой четкости, интерактивное, цифровое вещание, - стали говорить как о самостоятельных СМК. Одна из работ Г.П.Бакулева в этой области посвящена мировому опыту.

Во-первых, отмечает исследователь, происходит значительное и постоянно растущее разделение «производства» информации и ее распространения: предложение информационной продукции и ее потребление выходят из-под монопольного контроля поставщиков содержания. Во-вторых, огромная практически ничем не ограниченная пропускная способность кабеля, спутников и видео, делает открытым для потребителя все информационное пространство мира. В-третьих, это более высокая степень интерактивности, связи с потребителем, большая гибкость форм и способов, не свойственная традиционным СМК. Эфирное, кабельное и спутниковое ТВ, несмотря на все трудности взаимодействия, сосуществуют, дополняя, стимулируя, изменяя друг друга [2].

Об интеграции и даже замене словесных видов информации экранными пишут не только исследователи СМК, но и педагоги, писатели. «В современных сетях традиционные издательские технологии интегрируются с технологиями аудиовизуальными, объединяя различные типы содержания. Подобная интеграция приводит к тому, что информационная индустрия расширяется, стирая границы между секторами традиционных систем СМК и создавая новые открытые медиа-системы» [3].

Распространенные в настоящее время аналоговые методы обработки телесигнала ограничивают количество перезаписи, качество изображения и возможность реализации различных специальных эффектов. Эти ограничения снимаются путем перехода к цифровым методам обработки сигнала. Цифровые методы передачи изображения по сетям связи позволяют передавать по спутниковым или волоконно-оптическим каналам не одну, а несколько программ телевизионного вещания и более экономно использовать каналы для других сигналов.

Создание цифрового телеоборудования позволяет объединить отдельные «цифровые островки» (микшеры, блоки спецэффектов, цифровые корректоры и др.), существовавшие среди аналоговой аппаратуры телецентров, в универсальную систему с единым стандартом цифрового кодирования. Первая цифровая телестудия была введена в эксплуатацию в 1989 г. телекомпанией Би-би-си, которая уже перешла на вещание по цифровой системе. Создание полностью цифровых телецентров не только повысит качество телесигналов, но и обогатит технологию телевизионного производства, сделает ее более гибкой и высокопроизводительной. Цифровое ТВ в сочетании с волоконно-оптическим кабелем позволяет создавать системы на 500 и более интерактивных каналов.

В настоящее время развитие телевидения осуществляется в эпоху глобальной цифровой революции. Современные достижения в области цифрового телевидения меняют ход развития мировых телекоммуникаций. Новые возможности цифрового ТВ дополняются новыми возможностями: интерактивностью и мультифункциональностью. В настоящее время вещательная индустрия представлена тремя основными стандартами, которые используются для организации цифрового вещания:

- Европейский стандарт цифрового вещания – DVD (Digital Video Broadcasting),
- Американский стандарт цифрового вещания ATSC (Advanced Television System Committee),
- Японский стандарт цифрового вещания ISDB (Integrated Services Digital Broadcasting).

Выбор определенного стандарта определялся индивидуально каждой страной. Сроки отключения аналогового сигнала (от 5 до 16 лет) каждая страна определяет самостоятельно. Многие государства предпочли европейский стандарт по его следующим показателям: низкая стоимость приемного оборудования, унифицированность для эфирного, спутникового, кабельного и мобильного вещания, высокая помехоустойчивость и качество ТВ сигнала, многопрограммность, возможность организации дополнительных услуг (передача данных, видео по запросу), возможность создания одночастотных сетей.

Важнейшим приоритетом для Казахстана является - переход страны на цифровое вещание к 2016 году, что обусловлено общемировыми тенденциями – Международным Союзом Электросвязи в рамках соглашения «Женева-2006» переходным периодом (2007-2015гг.) для внедрения цифрового вещания.

В Казахстане была разработана Государственная программа развития цифрового телерадиовещания в РК на 2008-2015 годы. На ее реализацию государство выделило средства из республиканского бюджета, а также внебюджетных источников: прямых отечественных и иностранных инвестиций, общим объемом – 36.165 млн.тенге.

Данная Программа будет осуществлялась в четыре этапа:

- 1.Подготовительный этап - первая половина 2008 года.
- 2.Организационный этап - 2009 год.
- 3.Реализационный – 2009-2014 годы.
- 3.Завершающий – 2014-2015 годы.

С июля 2012 года в стране запущена сеть цифрового эфирного телевидения в Астане, Алматы, Караганде, Дзезказгане и Жанаозене. В общей сложности сеть включает 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.

При цифровом вещании в несколько раз увеличилось количество программ, появляются новые дополнительные услуги: видео по запросу, Интернет-ТВ, телевидение высокой четкости, мобильное ТВ. Появляются новые отрасли телекоммуникационной и вещательной индустрии, например, производящие цифровое оборудование, сервисные компании и др. Создан оператор цифрового вещания, который формирует и транслирует социальный пакет программ. К 2016 году цифровым вещанием планируется охватить до 100% населения страны. Национальный оператор телерадиовещания АО «Казтелерадио» обеспечивает параллельную эксплуатацию существующей аналоговой сети вещания.

Цифровое ТВ открывает новые перспективы для государственных и негосударственных теле-радио-каналов по внедрению передовых методов записи, воспроизведения, обработки и передачи аудиовизуальной информации, основанных на цифровых стандартах.

Преимущества цифрового вещания:

- организация многопрограммного вещания за счет трансляции в несколько раз большего количества ТВ передач,
- повышение качества приема телерадиопрограмм,
- возможность сопровождать одно видеоизображение на 4-5 языках,
- внедрение интерактивности, позволяющей передавать мультимедийные услуги.

В условиях ограниченности радиочастотных ресурсов общемировое ТВ развивается по пути создания наземного цифрового телевизионного вещания – НЦТВ. НЦТВ позволит на одной частоте распространять несколько телепрограмм, т.е. развивать многопрограммное ТВ. Важным элементом многоканального вещания является – интерактивное ТВ, которое представляет собой будущее телевидения.

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, в первую очередь, российские, масс медиа играют, скорее, дополняющую роль [4].

Большинство населения республики в качестве основного источника информации выбрало телевидение – 80%, печать – 48%, радио – 40%. В будущем реальная аудитория телезрителей будет формироваться в зависимости от платежеспособного спроса населения. Телевидение как источник общественно-политической информации более привлекателен для казахстанской аудитории.

Развитие новых информационных технологий изменяет методы вещания и коммерческого распространения телевизионной продукции, что влияет на творческий процесс работников ТВ. Применение новой видеотехники и цифровых систем способствует развитию возможностей обработки изображения, что приводит к изменению форм аудиовизуального выражения. Так, например, использование компьютерной техники при производстве мультипликационных фильмов порождает новые формы графики и анимации.

Революционные сдвиги в области информации, космического, цифрового ТВ и коммуникационных технологий являются колоссальным ускорителем перемен. Их последствия будут глубоко влиять на все стороны жизнедеятельности и общения.

Вещательная индустрия переходит на новый уровень развития, затрагивая не только компании, но и страны, регионы, она определяет способность устоять в конкурентной борьбе высокотехнологичного мира XXI века. Телевидение первым реагирует на вызов времени, изменяя свою вещательную политику, стремясь соответствовать новым возросшим требованиям.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Information technology a “threat” to TV industry //Asia Mass Communication Bulletin, 1998.-Vol.28.-№ 1.-P.5
- 2.Бакулев Г.П. Кабельно-спутниковое вещание: мировой опыт.-М.,1996-С.3

3. Groebel J. New media development. Stability and change in communication behavior // Trends in communication, 1997.- № 1.- P.6-7.

4. <http://www.eurasiamonitor.org/rus/>

Губашева Д.Т.,
Аргынбаева М.Х.
Доценты, КазНУ им. аль-Фараби

МЕТОДИКА ПОСТРОЕНИЯ ИМИДЖА УСПЕШНЫХ ЛИЧНОСТЕЙ КАЗАХСТАНА

В последние годы в связи с быстрым развитием рыночных и демократических отношений в нашей стране значительная часть населения все более активно уделяет внимание своему имиджу, и не только деловому.

Для успешной реализации своих творческих способностей и деловых качеств нужно иметь должный имидж, то есть положительное представление, которое в глазах окружающих человек может создать сам или же воспользоваться услугами специалистов (имиджмейкеров), а также которое выступает как внешнее отражение его личности и показатель его качеств, как деловых, так и человеческих.

Метод для построения успешного имиджа, который можно выделить из этого практического опыта и обратить внимание, именуемый «Барак Обама»:

Инновационность + коммуникативность + особенность + свое время

1. Инновационность – использование таких технологий, как Интернет, *Big Data*.

2. Коммуникативность – применение новых и важных методов, как сторителлинг, появление «нужных» фотографий в СМИ.

3. Особенность в индивидууме – это может быть внешность, черта характера, образование и работа и т.д.

4. «Быть человеком своего времени» - отвечать всем требованиям современного общества и как нельзя лучше вписываться в современную обстановку, внося перемены в умы людей, своей аудиторией.

Используя метод анализа литературы и теоритический анализ, попытаемся раскрыть причины успеха имиджа Президента нашей страны – Нурсултана Абишевича Назарбаева.

Как известно, одним из центральных элементов позиционирования имиджа политической власти является кандидат, личность, выставляющая свою кандидатуру и борющаяся за победу с другим претендентами на выборах. В политической конкуренции, шансов на успех больше у того кандидата, который сможет сконструировать и донести до избирателя наиболее яркий, позитивно воспринимаемый образ, отвечающий ожиданиям избирателей имидж. Примером тому служит Н.А. Назарбаев. Президентом республики Казахстан, с момента обретения ею независимости, Нурсултан Абишевич Назарбаев избирался 5 раз: 1991 • 1999 • 2005 • 2011 • 2015 гг. *Это исторический успех, подтверждение положительного, доверительного имиджа.*

Нурсултан Назарбаев уже вошел в историю не только как основатель независимой Республики Казахстан, но и как успешный стратег социально-экономических и политических реформ. В его личности гармонично сочетаются стратегическое мышление, предвидение, воля и мужество, столь необходимые для практической реализации намеченного пути. Именно сумма этих качеств обеспечила уникальную возможность нашей стране достичь сегодняшних успехов. Люди верят ему и поддерживают во всех его начинаниях. А мировая общественность уже давно отнесла Н.А. Назарбаева к плеяде исторических личностей. И не только из-за социально-экономических успехов республики. Президент олицетворяет независимый Казахстан, новый исторический путь, а значит, и новый общественно-экономический строй. С его именем связаны обретение нашей республикой независимости, период становления и укрепления государственности.

Подлинный политический лидер такой, как наш Президент, Нурсултан Назарбаев, не только выдающийся политик и государственный деятель. Он, прежде всего профессионал

высочайшего класса, он не только теоретик, ученый стратег, он – практик, реализующий свои идеи. С его деятельностью связан как экономический и социальный подъем Казахстана, так и наше духовно-нравственное, культурное возрождение.

Конечно, каждый политический лидер имеет свой имидж, который влияет на общество в целом. Зачастую имидж и реальный носитель имиджа не совпадают, находятся, как говорят постмодернисты, в «бинарной оппозиции». В этом случае можно прогнозировать сценарий дестабилизации общества. Но в нашей стране имидж президента Н.А.Назарбаева представляет собой единое, законченное образование.

За Н.А. Назарбаевым в 2010 г. был официально закреплен статус первого президента Республики Казахстан - Лидера Нации. В СМИ нередко встречаются такие выражения, как «фактор Назарбаева» и «феномен Назарбаева».

Так, например, говоря, что сам Президент как политический лидер и его имидж - целое, обладающее такими личностными качествами, которые составляют «фактор Назарбаева», идентифицируемый с демократической стабильностью, процветанием государства и международной, региональной и национальной безопасностью. Генеральный директор Информационно-аналитического центра по изучению общественно-политических на постсоветском пространстве МГУ им. М.В. Ломоносова А. Власов считает, что «феномен Назарбаева неоспоримый факт» «Это сила страны, потому что во главе ее сильный и дальновидный политик, в отличие от многих своих центрально-азиатских коллег обладает очень глубоким стратегическим мышлением, способен ставить ясные, четкие задачи и стремиться к их решению». Здесь подчеркивается то, что политические лидеры такого уровня и масштаба, как Н.А. Назарбаев встречаются в истории не часто. Это особые личности, уникальные в своем роде. На основании изучения ожиданий в массовом сознании, выявлен образ, который является проекцией мнения большинства населения. Как отмечают современные политологи, «Нурсултан Назарбаев отвечает этим ожиданиям. Он является национальным лидером, который имеет четкое видение национальных задач и механизмов их решения, собственный опыт и продуманную стратегию модернизации страны. Одновременно с этим, он является политиком-прагматиком, чутко реагирующим на изменяющиеся социально политические условия» [66].

Имидж политического лидера Н.А. Назарбаева, по своей сути, представляется нам в виде репрезентирующей «оболочки», исходя из восприятия которой, избиратели во многом определяют свое отношение к власти, которую представляет политический лидер. «Для спасения государства достаточно одного великого человека», – писал когда-то Вольтер. От того, насколько удачно тот или иной политик спроектировал, а также внедрил свой имидж в действительность, зависит не только его собственная карьера и судьба политической силы, которую он представляет, но и общее направление развития политических, экономических, социальных и культурных процессов в государстве в целом.

Вывод: деятельность во благо, в этом случае, страны, самопрезентация, коммуникативная механика – эти составляющие сыграли важную роль в формировании имиджа Президента Республики Казахстан.

Проанализировав Интернет и ТВ пространство, пришла к выводу, что сегодня в нашей стране не только политики начали уделять свое внимание имиджу, но и бизнесмены, звезды и т.д. К примеру, Баян Есентаева. *Баян Максáтовна Есентаева* - казахстанский продюсер, телеведущая, актриса, певица, редактор и совладелец глянцевого журнала «Ғашықтар әлемі». В рейтинге влиятельнейших женщин Казахстана заняла 30 место. Обладатель общественной премии «Народный любимец года» в Казахстане (2011, 2012 гг.)

Телеведущая Баян ЕСЕНТАЕВА всегда хотела быть на виду. С самого детства она старалась привлечь к себе внимание окружающих и никогда не терялась при большом скоплении народа. "Я всегда хотела быть артисткой вне зависимости от того, в кино или в театре, на телевидении или на сцене... Возможно, это звучит несколько самонадеянно, но

я всегда была уверена в том, что меня должны знать и видеть. Это была моя навязчивая идея, с которой я, наверное, родилась", - говорит в одном из интервью Баян, глядя на которую многим кажется, что путь к звездам легок и приятен. Однако, несмотря на свою удачливость и яркий, неординарный талант, Баян достигла всего, о чем мечтала, спустя годы упорного труда, не растеряв при этом природного обаяния, красоты и искренности, но зачастую проявляя и твердость характера.

В становлении ее имиджа немаловажную роль сыграл акцент на внешность: одежда, аксессуары, прическа и т.д. Вот что она сама об этом говорит: «Я была одной из первых телеведущих, которая ввела культуру внешнего вида в эфире, так как в те годы 80% наших ведущих не уделяли своей внешности должного внимания. Я стала своего рода законодательницей телемоды и всегда старалась держать планку, тратя большие суммы на одежду и косметику. Кстати, бывало, что после передачи на канал звонили зрители, которые просили передать мне, чтобы я выглядела в эфире скромнее, потому что мой внешний вид отвлекает их от самой передачи. Но я принципиально делала на этом акцент, давая казахстанкам стимул лучше выглядеть и ухаживать за собой. Кроме того, я обратила внимание, что и наши телеведущие тоже стали уделять внимание своей внешности в эфире».

Быть настолько безупречной – яркой кинодивой, гламурной девушкой, железной леди – на протяжении десятилетий почти неприлично. Но образ не тускнеет и не теряет актуальности. Мы ищем подвох, обвиняем в показушности, искусственно и искусно созданном имидже, а она невозмутимо продолжает сокрушать преграды на пути к максимальной творческой реализации. Складывается ощущение, что даже «Оскар» не способен удовлетворить ее амбиций и творческого голода. Феноменальная и непостижимая, остроумная и бескомпромиссная Баян Есентаева.

Составляющие успешный имидж Баян: труд, упорство, целеустремленность и немного удачи. Формула ее успешного имиджа: участие в успешных проектах (фильмы, продюсирование), смелость, традиционные инструменты продвижения личности, но и инновационные.

Instagram – 768 000 подписчиков.

Facebook – 22 000 подписчика.

Еще один пример успешного и положительного имиджа в нашей стране – Аружан Саин. Ее образ можно назвать «женщина-ангел». *Аружан Саин* — общественный деятель, телеведущая, актриса, продюсер, директор благотворительного фонда. Продюсер многих развлекательных, познавательных, образовательных телевизионных программ и шоу для Казахских телеканалов: «Разминка», «Экспресс-FOOD», «Вкусно и быстро с Евгением Жумановым», «Еркемай», женская программа «Под вуалью», «Астрологический прогноз», «Компьютерные новости» и другие. С 2006 возглавляет благотворительный фонд Добровольное Общество «Милосердие», который был создан форумчанами популярного казахстанского интернет-форума «Центр Тяжести» и работает по сей день.

Положительный имидж этой женщины – заслуга ее деятельности, а именно благотворительности. Когда задают вопрос «в какой фонд можно переслать деньги?», все ответят: фонд Аружан Саин. Ей доверяют, верят и за ней следуют.

Технологии, которые применялись в формировании имиджа Аружан: личные качества: открытость, честность и порядочность; Инструменты: ТВ, Интернет; благотворительная деятельность.

Instagram – 2294 подписчика.

Facebook - 19000 подписчиков.

Практическая часть исследования доказала, что адаптация западного опыта возможна и актуальна, а опыт наших известных личностей достоин внимания и может служить примером. В качестве рекомендации стоит упомянуть, что использование интернет-технологий позволит привлечь к выборам больше молодых избирателей и не только к выборам, более зрелая аудитория в нашей стране больше доверяет классическим методам агитации.

Из выше перечисленных примеров можно выделить *технологии и методы, которые должны применяться у нас для формирования имиджа.*

Это:

-достойное, интересное «Я» - личность, которая затронет людей и привлечет внимание;

-Интернет и инструменты, которые дают возможность быть «online» 24 часа в сутки;

-коммуникативная техника;

-труд.

Для того чтобы каждому получать удовлетворение от своей деятельности, необходимо осознать важность факта положительных перемен в собственном образе. Для того чтобы получить адекватное представление о самом себе и сделать выводы о необходимости каких-либо изменений, человек должен понимать, чем обусловлено существующее положение дел, и какими средствами можно осуществить изменения. Особое значение при этом имеют основы образования в области имиджологии, психологии. Многие проблемы имиджа можно решить с помощью психолога. Если руководитель не считает нужным прибегать к помощи специалистов, он должен самостоятельно изучить основы психологии. А выше исследованные примеры должны послужить примером для студентов и казахстанцев.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Криксунова И. Создай свой имидж. СПб., 1997
2. Почепцов Г.Г. Имиджология. Киев, 2000
- 3.Шепель В.М. Имиджология: Секреты личного обаяния. - Ростов-на-Дону: "Феникс", 2005.
4. Стил Л. 365 имиджей на каждый день. М., 2002
5. Кузин Ф.А. Имидж бизнесмена. - М., Ось-89, 1996.
6. Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создавать свой имидж. - М.: Дело, 2001

Карпова Ксения

Магистрант 1года обучения,
редактор, корреспондент АО «КТК»,

Сапарходжаева Н.П.

ст.преп. кафедры печати и электронных СМИ

ПЕРЕХОД АУДИТОРИИ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ В МЕССЕНДЖЕРЫ

Поскольку Интернет все больше превращается в незаменимый инструмент, при помощи которого все граждане получают, ищут и передают информацию, невзирая на границы, доступ в Интернет становится тесно связанным с основным правом человека на свободу выражения мнения и, следовательно, сам по себе является правом человека.

В последние годы конкуренция на рынке мессенджеров как никогда высока. Доступный Интернет у каждого в смартфоне позволил мессенджерам стать самыми часто используемыми приложениями и постепенно начал взаимодействовать со средствами массовой информации. Эти новые технологии дают каждому человеку прекрасную возможность получать и передавать информацию о мире вокруг нас. Каждый может стать и стал наблюдателем, чтобы следить за событиями, происходящими вокруг нас.

Чтобы понять о каком взаимодействии идет речь, необходимо разъяснить, что из себя представляет аудитория электронных СМИ и мессенджеры в отдельности. Так сложилось, что традиционной аудиторией электронных средств массовой информации всегда была образованная прослойка общества, имеющая достаточно времени, средств и знаний для подобного времяпрепровождения.

Основной потребитель информации из электронных СМИ – человек со средним достатком, имеющий стабильную работу. Зачастую, это люди в возрасте от 16 до 45 лет,

имеющие высшее или средне-специальное образование, люди с активной гражданской позицией и собственным мнением по основным вопросам жизни, политики и социума. Они работают, ходят по магазинам, путешествуют, занимаются спортом, общаются, активно пользуются сетью и хотят все время быть в курсе всех событий и первыми получать информацию. [1]

Доля людей, что систематически читают СМИ в Интернете, колеблется в зависимости от политической и общественной обстановки. Исследования показывают, что одни и те же люди читают как региональные, так и столичные СМИ.

Мессенджеры — приложения для обмена сообщениями. Все больше пользователей смартфонов предпочитают мессенджеры традиционным SMS-сообщениям. О том, что мессенджеры убили SMS, говорить пока рано. Однако первые сигналы уже появились. В начале января аналитики Strategy Analytics заявили, что к 2017 году выручка от SMS-сообщений сократится на 20%. А это означает, что аудитория мессенджеров растет. [2]

Только ленивый сейчас не пишет свой мессенджер. Каждый день выходит новое приложение, обещающее совершить революцию в способах коммуникации. Доходит даже до абсурда вроде приложения «Yo», позволяющего слать друг другу только одно слово. У каждого мессенджера есть своя аудитория, агитирующая пользоваться именно их любимым сервисом. В итоге приходится заводить кучу учетных записей в различных сервисах и устанавливать кучу приложений, чтобы иметь возможность оперативно связаться со всеми необходимыми людьми.

Казалось бы, как аудитория электронных СМИ может взаимодействовать с обменом сообщений? Оказалось, еще как может. Как всем известно, главная задача СМИ — информировать граждан, предупреждать и защищать их интересы, что раньше было возможным сделать через газету, радио, телевизор либо через Интернет. Теперь интересующую вас информацию можно получить на телефон. Главное условие — иметь смартфон, поддерживающий установку какого-либо мессенджера. В связи с этим рассылку любой информации вам могут прислать в мессенджер, что очень упрощает процесс ознакомления с информацией, ведь ее искать не приходится, она автоматически доставляется вам на смартфон. Единственным минусом перехода аудитории электронных СМИ к мессенджерам сейчас является наплыв мошенников на эту среду, которым люди верят, как журналистам. Например, используя мессенджеры, такие как Skype, WhatsApp, Viber, мошенники дезинформируют граждан страны, тем самым создают какую-либо выгоду себе. В Казахстане участились случаи массовых рассылок сообщений посредством мессенджера WhatsApp, которые на поверку оказываются ложными и вызывают ажиотаж среди населения.

Пожалуй, самый большой ажиотаж среди казахстанцев вызвала информация о банкротстве ряда ведущих казахстанских банков второго уровня. Сообщения массово распространялись по WhatsApp в "черный" вторник, когда Нацбанк объявил о девальвации государственной валюты - тенге. Сообщения звучали примерно так: «Если у кого-то хранятся деньги на счетах банков ЦентрКредит и kaspi bank, то заранее позаботьтесь о том, чтобы снять их как можно скорее. Нам поступила информация о том, что эти банки на грани банкротства».

Казахстанцы-вкладчики банков, якобы находящихся на грани банкротства, экстренно ринулись снимать деньги со своих депозитов и карточек. Не остановили граждан ни огромные очереди, ни официальные заявления Нацбанка о том, что сообщения являются провокационными и ложными, ни законодательство республики, согласно которому депозиты физических лиц в любой валюте гарантируются государством. По мнению ведущего специалиста департамента автоматизации информационных систем компании "Казахмыс" Николая Мирошниченко, отследить авторов и распространителей подобного спама практически невозможно, что создает большую проблему.

"Те сообщения, которые сейчас рассылаются, идут с номеров, не привязанных к определенным контактам. Либо поступают с каких-то международных номеров, обычно разрешенных. И те же самые смс-рассылки могут посылаться с совершенно другого

софта, который не отследить. И, соответственно, даже если вам удастся их отследить, то они распознаются не как смс-сообщения, а как обычная картинка, которая не подпадает под закон о спаме. Уровни мошенников сегодня очень разные. Это может быть и какая-то маленькая контора, которая просто себя рекламирует – это одно. Они могут купить базу каких-то телефонных номеров, подходящих для содержания рассылки. Скажем, женщина 35-40 лет для рекламы косметики. И другое дело – мошенники, которые идут в обход софта. Их отследить практически невозможно", – прокомментировал Николай Мирошниченко.

Поэтому можно говорить, что основная масса аудитории уже перешла в мессенджеры и самое главное – начала им верить. К слову, по данным аналитической компании eMarketer, аудитория мессенджеров могла достичь 1,4 миллиарда человек уже к концу 2015 года. А это три четверти всех пользователей смартфонов. Рост за 2015 год составил 31,6% — что говорит об умопомрачительной динамике. Ожидается, что уже в 2018 году пользоваться мессенджерами будут, как минимум, 2 миллиарда человек, что составляет 80% обладателей смартфонов. [3]

Мессенджеры становятся "новыми социальными сетями". И даже специалисты не могут сказать, радоваться этому или нет. Ведь люди играют в них в игры, смотрят видео, взаимодействуют с брендами, заказывают еду, такси и дарят друг другу подарки. И конечно, читают и обмениваются новостями. Все больше людей по всему миру хотят не выкладывать публичные посты на всеобщее обозрение, а делиться информацией с разными группами своих друзей, знакомых, коллег и единомышленников. Благодаря пуш-уведомлениям, взаимодействие с этими приложениями часто происходит даже более интенсивно, чем с социальными сетями.

СМИ идут вслед за аудиторией: на мобильных версиях сайтов появляются кнопки "поделиться в WhatsApp", отдельные издания запускают свои публичные чаты в Viber или ботов в Telegram. На первый взгляд, кажется, что это лишь первые робкие шаги, но, как это уже было сначала с интернет-сайтами, а потом с соцсетями — аудитория уже там, и для большинства издателей вопрос с мессенджерами стоит не в смысле "идти туда или нет", а "как правильно распределить усилия для достижения максимального эффекта". [4]

К примеру, главный редактор сайта телеканала «КТК» Азамат Галеев считает, что новые медиа настолько осели в нашей жизни, что стремятся перевернуть все представления о СМИ кверху дном. «Я не считаю, что такой быстрый темп перехода аудитории электронных СМИ в мессенджеры как-то благоприятно влияет на электронную журналистику. Мы вот только говорили, что традиционные СМИ якобы погибают и переходят в электронный формат, как-то свыклись с этим, а тут уже какой-то новый формат появился с участием мессенджеров. Я считаю, что не нужно из таких платформ для обмена сообщениями делать почву для СМИ. Возможно, удобно, быстро, комфортно, но не так должны выглядеть средства массовой информации. Надо все-таки помнить о ценностях СМИ. Аудитория пусть переходит, но если журналистика решит не переходить в эти мессенджеры, то аудитория так или иначе будет возвращаться за информацией на наши сайты. Если уж вся аудитория перебазируется в мессенджеры, то единственно, что могут использовать электронные медиа – это запуск «молний» в мессенджер, а уже подробную информацию и аналитику можно будет получить в Интернете», - поделился своим мнением Азамат Галеев.

Социальные медиа и социальные сети меняют способ создания новостей и доступа к ним. Они влияют на средства массовой информации по трем направлениям: являются средством, при помощи которого журналисты создают контент, средством распространения и передачи информации, инструментом для поиска и получения информации и доступа к ней. Осуществление журналистами и гражданами этих фундаментальных прав также зависит от беспрепятственного доступа к Интернету.

Быстрота получения и реагирования на информацию сегодня становится новым фактором социального расслоения. Если «сетевым» активистам – в основном молодым людям студенческого возраста, а также новому типу профессионалов, не прикованных

строго к рабочему месту – удается достигать в этом смысле невероятных скоростей и преимуществ, то представители многих традиционных специальностей оказываются ущемленными. К примеру, большинство участников какой-нибудь конференции не только слушают выступления, но и, не останавливаясь, продолжают параллельно следить за происходящим допустим вне конференции, благодаря лэптопам, айфонам и так далее. Так же мы и другие категории общества, кому доступен «сетевой» активизм, ведем себя на рабочем месте, в студенческой аудитории, даже в транспорте. Но, в отличие от нас, руки допустим того же сантехника в рабочее время постоянно заняты, взгляд сосредоточенно направлен на конкретные предметы, ему не до айфона... Еще несколько лет назад человек мог спокойно, не задумываясь о постороннем, отработать 8 часов, прийти домой, поужинать и только потом, улегшись на диван, взять пульт телевизора или газету. Такой режим не означал для него существенное информационное отставание. Сегодня – бесспорно означает. Однако, хоть современные СМИ и стремятся за новейшими технологиями, но от некоторых новых мессенджеров все же отстают и не используют их возможности себе во благо. [5]

До сих пор массовое распространение онлайн-видеотрансляций сдерживало лишь несколько факторов: стоимость и качество мобильного интернета и проникновение смартфонов. 2015 год стал в этом плане переломным, и на рынке появилось сразу несколько удобных и популярных приложений для онлайн-видеостриминга.

Ситуацию здесь можно сравнить с расцветом блогов в нулевых годах: все сидят в Periscope и Meerkat, там появляются свои звезды, собираются многотысячные аудитории, а редакции опять это пропускают. Пропускают, конечно, не все — есть и экспериментаторы. Но, как и в случае с любым новым инструментом, выработать свой стиль работы с ним и использовать все сильные стороны новой платформы удастся немногим. 2016 год должен показать, смогут ли редакции использовать прямые видеотрансляции себе на благо или они останутся своеобразной "повинностью" — все же делают, а чем мы хуже?

Еще пару лет назад очень много говорилось о том, что социальные сети настолько серьезно повлияют на онлайн-медиа, что последние будут формировать новостные ленты, исходя из запросов подписчиков в соцсетях. Но, тогда иностранный опыт популяризации новостного контента в соцсетях лишь набирал популярность и отношение к подобной практике было несколько настороженным, но сегодня это уже имеет место быть в нашей жизни.

Сегодня все более очевидно, что люди не читают те или иные издания целиком, а лишь просматривают отдельные материалы, на которые зачастую натываются в соцсетях. Так, к примеру, «Tengrinews» в среднем производит 100 популярных в соцсетях новостей в день. Но один человек никогда не прочитает такое количество материалов.

В то же время соцсети через репосты новостей от друзей в мессенджерах сами собой создают универсальный рекомендательный сервис, идеально подходящий под формирующееся у молодого поколения «кликное» мышление. Ведь даже сегодня если вы в течение получаса просто посмотрите на заголовки где-нибудь в «Караване», то будете знать, о чем написали журналисты. Получается, что новостная картина дня у молодых людей будет состоять из таких надерганных из разных изданий тем. Это очень напоминает поведенческую рекламу в Yandex, ведь человеку показываются новостные интересы тех, на кого он подписан в соцсетях, и каждый может изменять это согласно своим предпочтениям. И если раньше СМИ были большими цельными проводниками информации, то уже сейчас для пользователей сети они превратились в некую подборку рекомендаций от друзей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аудитория Интернет-СМИ // <http://www.isu.org.ua/internet-smi/308-auditoriya-internet-smi.html>

2. Система мгновенного обмена сообщениями // https://ru.wikipedia.org/wiki/Система_мгновенного_обмена_сообщениями
3. 10 трендов новых медиа в 2016 году // <http://www.advertology.ru/article135173.htm>
4. Почему ваш любимый мессенджер должен умереть // <https://habrahabr.ru/post/272937/>
5. От традиционных к сетевым СМИ: Передовая практика и перспективы // <http://www.osce.org/ru/fom/102323?download=true>

Кенжегулова Н.С.,
доцент кафедры журналистики
и переводческого дела
Университет «Туран»
Есхуатова Н.Б.,
старший преподаватель
кафедры печати и электронных СМИ
КазНУ им. аль-Фараби

КАЗАХСТАНСКИЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОРТАЛЫ КАК ОСНОВНОЙ ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ В ИНТЕРНЕТ ПРОСТРАНСТВЕ

В интернет пространстве расширенный ресурс, вызывающий высокий интерес среди пользователей, также, согласно определению «информационный портал – веб-сайт, организованный как многоуровневое объединение различных ресурсов и сервисов, обновление которых происходит в реальном времени»[1].

Интернет порталы отодвинули на второе место печатные СМИ, по основным двум причинам:

1. Упрощенный доступ. Нет, необходимости приобретать газеты и журналы во внешней среде, с затратой денежных средств, потому как в последние годы интернет настолько распространился, что часто глобальной сетью можно пользоваться бесплатно или недорого.
2. Как утверждалось выше, происходит постоянное обновление информации в течение дня. А порой, и нескольких часов. То есть свежая информация или откорректированная ранее вышедшая новость предоставляет возможность пользователям быть в курсе происходящих событий в режиме онлайн.

Разнообразие и широкий выбор информации в веб-сайтах – причины популярности данных электронных СМИ. Например, если проанализировать казахстанские интернет-издания, такие как:

1. [Казахстанский портал NUR.KZ](http://www.nur.kz) <http://www.nur.kz>;
2. [NEWS.zakon.KZ - казахстанский информационный портал](http://news.zakon.kz) [http:// news.zakon.kz](http://news.zakon.kz);
3. [Международный казахский сервер "Казах.py"](http://kazakh.ru) [http:// kazakh.ru](http://kazakh.ru) ;
4. Информационно-аналитический портал 365info.kz <http://365info.kz/>;
5. Аналитический интернет портал Ratel.kz ; http://www.ratel.kz/authors/authorsid_1 и многие др.

Заметим, что каждый информационный портал, помимо изобилия информации, имеет свои специфику, авторский подход (язык и стиль), политическую направленность.

Например, [казахстанский портал NUR.KZ](http://www.nur.kz) обладает рядом преимуществ в своей подаче – это актуальные темы представлены в форме «калейдоскопа», напрямую касающиеся жизни в главных, основных городах страны Астана и Алматы, т.е. политико-экономическая направленность, социальные злободневные проблемы и пути решений, развития. Или следующая заметка от 29 февраля 2016 года на NUR.KZ: «Убивший детей из Казахстана американец неоднократно имел проблемы с законом»[2]. Здесь представлены подробности скандала связанные с усыновлением и убийством американской женщины и двух ее приемных детей из Казахстана отчимом, который появился в семье позже, после смерти супруга американки. Здесь же следует продолжение

темы под заголовком «Казахстан ужесточает требования к усыновителям» с подзаголовком «Законопроект находится в сенате парламента»[3], где анализируется обсуждение законопроекта "О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты по вопросам защиты прав детей". Эти две информационные заметки подразумевают официальную позицию властей, отношение к инциденту в другой стране.

Таким образом, мы обратили особое внимание на официальность, государственную принадлежность интернет портала, так как информация, помимо своей значимости демонстрирует роль рупора и навигатора в решении ряда проблем в пределах и за пределами страны.

Также присутствует некий налет скандальности, например такая информационная новость с заголовком «Китаец забил до смерти и съел собаку своего начальника», где содержится следующая информация: «Работник одной из фабрик в Китае случайно увидел собак, гуляющую без присмотра у туалета. Он схватил палку и начал избивать животное. Когда пес испустил дух, китаец снял с него шкуру, освежевал и приготовил из него блюдо, которым поделился с коллегами». «Инцидент произошел в округе Сюйчжоу на востоке Китая, сообщает epochtimes.ru. Чжан, так зовут любителя собачатины, наутро увидел расклеенные по всей фабрике объявления о розыске собаки с фотографией пса, ставшего его вчерашним обедом» [4]. Информация довольно любопытна и выходит за рамки обыденности.

В казахстанском информационном портале NEWS.zakon.KZ, как и в NUR.KZ наблюдается дублирование и обсуждение одних и тех же происшествий, например, вышеизложенная новость о скандальном инциденте в Соединенных Штатах под заголовками “МОН: пост усыновительный отчет по убитым в США детям присылался в 2003 году” и “В Казахстане рассматривают проект, ужесточающий процедуру усыновления”. Наблюдается некий повтор одной и той же информации, хотя в данном портале информация неофициозная и где-то эмоциональная «Напомним, 26 февраля житель города Белфэйр, 51-летний Дэвид Кэмпбелл, [расстрелял жену, двоих детей - усыновленных в Казахстане, и еще одного человека](#). Его имя не разглашается. После этого он покончил с собой. Старший из сыновей - приемный Тори - Тимур, мечтал стать кулинаром и запустить собственный бизнес. Этим летом он должен был закончить колледж. При этом зарубежные СМИ пишут, что мать семейства усыновила детей, когда была замужем за своим первым мужем, умершим от рака» [5].

Особо следует отметить, что казахстанские информационные порталы стремятся быть объективными, и избегают пропагандистских приемов.

Что касается следующего по списку информационного портала, например, [Международный казахский сервер "Казах.ру"](#), о котором представлена следующая любопытная информация: «Сайт о казахах и Казахстане, новости, экономика, история, география, символика, президент, посольства, карта, туризм, погода, казахский язык, родовые связи, казахская музыка, традиции, казахская кухня. Сервер **kazakh.ru** создан в декабре 2002 года как место общения и получения информации о Казахстане и казахстанцах, живущих за его пределами. Посетителями сайта и вдохновителями проекта являются все, кто интересуется Казахстаном, казахами, их культурой, историей и современностью» [6]. Познавательные разделы портала интересны, как для казахской диаспоры, иностранных граждан, так и для самих казахстанцев «В разделе "["О казахах"](#) вы можете получить информацию о национальных особенностях, истории и культуре казахов. В разделе "["О Казахстане"](#) общая и подробная информация о Республике Казахстан. Раздел "["Общение"](#) позволяет общаться на интересующие вас темы на русском, казахском и английском языках. "["Клуб Kazakh.ru"](#) – это виртуальное общество единомышленников, участвующих в проекте. "["Фотогалерея"](#) – каталог интересных, на наш взгляд, фотографий на казахскую тематику. В разделе "["Ссылки"](#) вы найдете подборку ссылок на профильные ресурсы в интернете, а также страницы отдельных проектов, размещенные на сервере. ["Голосование"](#) – еженедельные опросы посетителей на самые

разные темы»[6]. Внутри наименования каждого сайта присутствует ссылка и переход на другую страницу, где излагается справочная информация, например, «о казахах» - происхождение названия национальности, этническая история, родоплеменные подразделения, переход местного народа с кочевого на оседлый образ жизни. Экономические, культурные изменения в последние два столетия и т.д. Энциклопедичность данного информационного портала очевидна, и поэтому, познавательный и популярный.

Очень интересны своим поиском истины информационные веб-сайты 365info.kz и Ratel.kz. Если первый - 365info.kz придерживается нейтральной позиции, несколько скандально-эмоциональный, где в основном, пишут молодые, амбициозные журналисты. То второй – Ratel.kz – это авторитетный портал, который создали известнейшие, профессиональные журналисты высшего пилотажа, такие как Марат Асипов, Сапа Мекебаев, Геннадий Бендицкий, Анна Калашникова. Журналисты расследуют самые злободневные и актуальные проблемы и находят причины процветания, неистребимости коррупции и бюрократии. Здесь пользователи могут найти ответы на вопросы, которые не найдешь в других СМИ, есть интрига. Например, статьи «Почему скрывают, кто еще был на борту рухнувшего вертолета Ми-2» или «Проще перекрыть кислород журналистам, нежели учинить спрос с коррумпированных чиновников», автор Геннадий Бендицкий – «обладатель награды «Алтын жулдыз» и президентской премии как раз за целую серию репортажей и передач на телевидении, а так же оппозиционной премии «Свобода», премии фонда Алтынбека Сарсенбаева, в том числе премии Народно-демократической партии «Нур Отан» в номинации «Мнение» за ряд громких журналистских расследований» [7]. Его статьи содержательны, и Г.Бендицкий, как журналист-исследователь очень досконально расследует причины коррупционной деятельности некоторых чиновников и возможные пути решения проблемы.

Список литературы:

1. http://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/23480
2. <https://www.nur.kz/1060223-ubivshiy-detey-iz-kazakhstan-amerikan.html>
3. <https://www.nur.kz/1059888-kazakhstan-uzhestochaet-trebovaniya-k-us.html>
4. <https://www.nur.kz/1060164-kitaec-zabil-smerti-sel-sobaku-sv.html>
5. <http://www.zakon.kz/4777917-mon-postusynovitelnyjj-otchet-po-ubitym.html>
6. <http://catalog.kazakh.ru/sites/253/6186>
7. http://www.ratel.kz/scandal/pod_nosom_u_isekesheva/

Негизбаева М.О., к.ф.н., доцент
КазНУ им. аль-Фараби

КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И PR-ПОДДЕРЖКА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРОГРАММ: НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ АСПЕКТ

PR как социально - коммуникативная технология стал необходимой и значимой функцией в государственном управлении. PR не только выполняют посредническую функцию между властными структурами и общественностью, между производителями и потребителями, но и формируют новые отношения. PR является стратегически важным элементом организации и управления. Изменчивость ситуации в мировом сообществе закрепила необходимость в профессиональных, деловых и информационных отношениях с общественностью.

Несомненно, высока роль PR в вопросах государственной политики при создании благоприятного информационного поля для утверждения национальных и нравственных ценностей и ориентиров для казахстанских граждан. Несмотря на то, какой сложный путь социально-политического, духовного развития, экономического кризиса, вероятности межэтнических столкновений прошел Казахстан, народ имеет свою уникальную модель

межэтнического единства. Следуя наиболее приемлемым формам и методам управления, Казахстан сегодня имеет крепкую государственность и единую нацию.

Как говорит Глава государства Н.Назарбаев: «Мы идем своим собственным, казахстанским путем развития, который выбрали однажды и с тех пор ему следуем. Изучая и анализируя мировую практику, мы выбрали эволюционный путь. Мы против форсированного внедрения демократии, тем более извне. Мы никого не пытаемся копировать, а делаем то, что нужно нашей стране и нашему народу. И у нас это получается» [1].

Наличие задач государственной информационной политики позволяет разбить процесс достижения цели государственной информационной политики на интервалы и выделить ее наиболее важные мероприятия, для которых могут быть сформулированы «желаемые» результаты деятельности субъектов государственной информационной политики.

Анализ работ, посвященных исследованию роли и места информационной сферы в жизни современного общества [2], позволяет выделить ключевые задачи государственной информационной поддержки государственной идеологии «Казахстанский Путь»:

- обеспечение поддержки идеологии государства со стороны национального и международного общественного мнения (информационное обеспечение государственной идеологии «Казахстанский Путь»);

- формирование системы ценностных ориентиров казахстанского общества;

- противодействие субъектам политики, распространяющим вредоносные идеологии и религиозные учения, дезинформирующим национальную и зарубежную общественность по вопросам государственной идеологии Казахстана (политическое информационное противоборство);

- противодействие субъектам политики, нарушающим устойчивость и безопасность функционирования национальной информационной инфраструктуры (военно-техническое информационное противоборство).

Детально останавливаясь на информационном обеспечении государственной идеологии «Казахстанский Путь» необходимо понимать, что имеется в виду деятельность государственных органов и должностных лиц по информированию национальной и международной общественности о мероприятиях данной политики.

Задача информационного обеспечения, в этой связи, заключается в достижении поддержки со стороны национального общества и международного сообщества мероприятий этой политики и в содействии их успешной реализации.

К числу основных факторов, определяющих возможность получения общественной поддержки государственной идеологии и содействия ее реализации со стороны общества, следует отнести, прежде всего:

- политический имидж государства [3], который обуславливает доверие общества к государству, к его деятельности и к его руководителям;

- уровень информированности национального общества и международного сообщества о мероприятиях государственной политики, ценностях феномена «Казахстанский Путь», понимание и оценка наиболее влиятельными силами общества этих мероприятий и ожидаемых последствий их выполнения.

В целях систематизации и изучения основных факторов PR-воздействия идеологических модулей на политическую архитектуру Казахстана был проведен анализ результатов анкетного опроса 352 респондентов от 14 до 60 лет.

Вопросы касались роли и значения государственной идеологии в жизни общества и каждого из респондентов; информированности респондентов о государственных программах и национальных идеях; обстоятельств и угроз срыва государственных программ развития; представленности молодежи в органах местного управления; политической активности и грамотности, оптимальных моделей государственного устройства и другие.

Что вы понимаете под государственной идеологией?



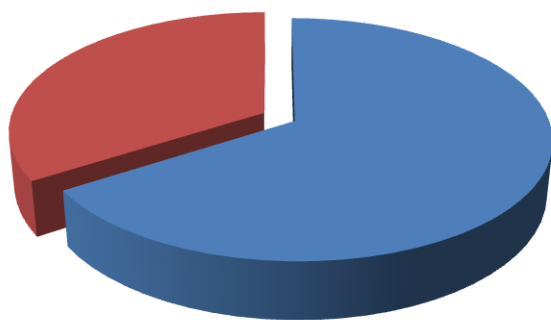
- Национальная идея, направленная на объединение общества и развитие страны
- Курс страны, общие идеи и принципы развития государства
- Формирование менталитета РК

О каких государственных программах и национальных идеях вы осведомлены?



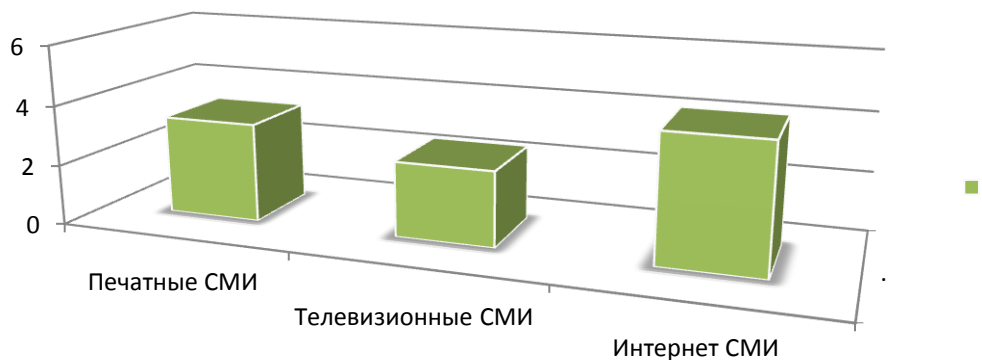
- Казахстан-2050
- Нурлы Жол
- Доступное жильё
- Другие

Как вы считаете, насколько вы политически активны?

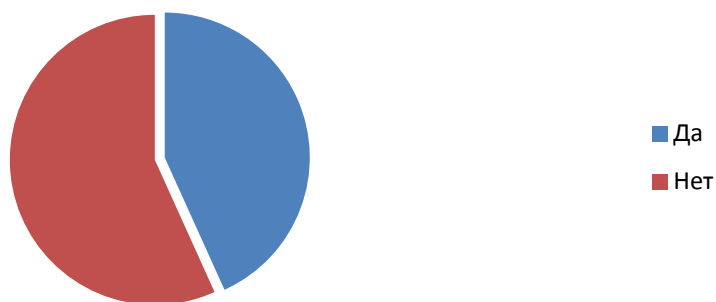


- Политически активен
- Политически неактивен

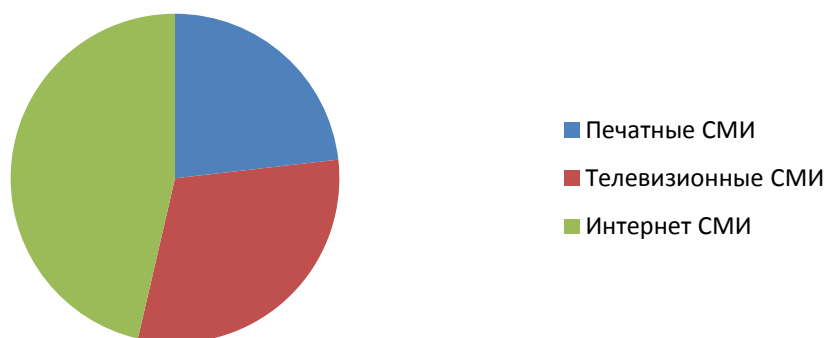
Через какие СМИ вы получаете информацию о реализации государственной политики?



Верите ли вы PR-акциям и деятельности акимата?



Через какие СМИ политика государства раскрывается наиболее подробно?



Таким образом, мы видим относительно позитивное восприятие государственной идеологии, ее достаточную представленность в СМИ. Однако прослеживается прохладное отношение реципиентов к PR-акциям местных органов власти.

Интересным также является и тот факт, что большинство опрошенных получает информацию через интернет, но доверяют ей в меньшей степени, чем печатным изданиям. Следовательно, значительный информационный поток, транслируемый интернетом, имеет низкую степень воздействия.

Полагаем, что PR-поддержка казахстанской государственной идеологии должна выходить на новый уровень стратегической, системной, интегрированной коммуникации. Иметь долгосрочный характер, учитывать возможности государства по воздействию на информационную сферу для привлечения граждан, представителей гражданского

общества, коммерческих и политических организаций к совместной деятельности по разрешению наиболее острых противоречий социально-экономического и политического развития общества. Это особенно актуально в период экономического спада.

Исходя из реалий сегодняшнего дня, можно констатировать, что от качественного PR-сопровождении государственной идеологии зависит результат политической образованности нации, здорового гражданского самочувствия, патриотического настроения.

Правильная информационная работа приведет к улучшению общегражданского климата и созвучию политических и экономических реформ реакции и ожиданиям социума, стабилизации уровня социальной напряженности в обществе, снижению рисков информационного воздействия извне, опасности экстремистских настроений внутри Казахстана.

Исследование особенностей и выработка желаемых и оптимальных форм освещения и информационного сопровождения феномена «Казахстанского Пути», включающего в себя весь спектр исторических и современных реалий нашей страны, многоплановые понятия культурологического и мировоззренческого порядка обладает собственными характеристиками и оригинальностью подходов и базовых условия.

Список использованных источников:

1. Послание Президента Республики Казахстан - Лидера Нации Н.А. Назарбаева Народу Казахстана Стратегия «Казахстан-2050» новый политический курс состоявшегося государства // <http://www.akorda.kz>. 14.12. 2012.

2. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. - М.: Логос, 2000. С. 46

3. Богданова Е.Н., Захыкина В.Г. Психологические основы «Паблик релейшен». – СПб.: ПИТЕР, 2003. С.35

Нода Л.П., ст.преподаватель,
КазНУ им.аль-Фараби, факультет журналистики,
кафедра печати и электронных СМИ,

НАУЧНЫЕ ИЗЫСКАНИЯ ПРОФЕССОРА М.К. БАРМАНКУЛОВА

Сегодня необходимо осмыслить огромное научное наследие Марата Карибаевича Барманкулова, к книгам и статьям которого, думается, еще не раз будут обращаться пытливые умы, так как ученый во многом предвосхитил своё время, еще в прошлом веке писал о многом нереальном, например, о возможностях космического телевидения – львиная доля журналистов и не слышала об этом.

М. Барманкулова волновали многие темы – всё, что касается телевидения, которому он отдавал предпочтение, история тюрков, а также страны Казахии, думал о проблемах журналистского образования, исследовал взаимосвязи гуманитарных наук, а также многое другое, так органично сочетающееся с журналистикой и преподаванием на журфаке в первом вузе страны.

Были и частные, на первый взгляд, казалось бы, узкие темы, например, одна из его статей так и называлась «Человеческий фактор в сельском очерке», в котором автор отмечает: «Критика увидела в развитии сельского очерка 80-х и 70-х годов две тенденции. Одни документалисты стремились воспеть уходящее, побочное, находящееся на проселках. Другие звали на магистрали, большаки, главные направления. Для нас интересно то, что оба направления документальной литературы объединяло одно: интерес к характеру рядового труженика. Но с одной существенной поправкой: если классическая литература прошлого века, высоко ценя достоверность характеров из простонародья, подавала их как бы со стороны, то современные очеркисты в неброских образах стали обращать внимание на те качества души, которые отличала добротность и основательность. И этот, хотя и средний сельский житель, оказался не забитым да темным лапотником, как отмечает критик Борис Можаяев, «бойким сноровистым хозяином, не

чуждым участия в общественной и государственной жизни. И технику осваивал быстро, и выгоду хорошо понимал, и от всяких новшеств не отказывался, и в кооператив охотно вступал... И заводы, и стройки, и всякие ремесла не в диковинку для него были». Это не те средние черты, что привлекали всех в социальных портретах. В социальных портретах нас удивляло то, что средний уровень любого из тружеников повысился» [1].

Книга «Возможности космического телевидения» поразила многих именно открывающимися под пером автора масштабами космического телевидения. Вышедшая в 1993 году, когда основные продукты питания и товары массового потребления были по талонам, М. Барманкулов пишет о спутниковом телевидении, о выработке каждым каналом своей специфики, об особенностях работы каждого журналиста, о спонсорах и рекламе, о рентабельности космического телевидения. И все понимали – ученый и практик в одном лице – Барманкулов смотрит далеко вперед. Стремительно обгоняя свое время, автор сравнивает разные «продукты» телевизионщиков, относящихся к коммерческому и государственному ТВ: «В условиях фрагментации и диверсификации источников информации и развлечений государственное ТВ с помощью собственных спутниковых каналов стремится усилить присущую ему интеграционную функцию в новых коммуникационных условиях. Национальные телесети по-прежнему адресуются массовому зрителю, это все тот же общий форум, который дает многомиллионной аудитории ощущение сопричастности одним и тем же событиям, происходящим в стране и мире, заставляет людей, если не думать одно и то же, то по крайней мере, думать об одном и том же...» [2].

Барманкулов призывал «все силы бросить на развитие собственного телевидения». Он был уверен, что «суверенитет зависит не столько от количества войск и пушек, сколько от количества и качества телевизионных программ и наличия новых технологий в их тиражировании. Украина сдала новейший телецентр. Эта информация важнее, чем желание ее сохранить на своей территории ядерное оружие. Телевизионные «пушки», «спутники», «тарелки», количество каналов, «тарелки», площади студии, новейшие телевизионные камеры, освоение производства хотя бы видеокассет и видеомагнитофонов, великолепные программы, быстрый переход на ТВЧ – телевидение высокого качества - вот он суверенитет, вот пути сохранения и развития культуры, языка, души народа» [3].

Ученый, анализируя современное состояние телевидения, подчеркивал: «Информационная политика на ТВ, которую определяет государство, личность или канал, - это одно очень важное, если не определяющее звено. Но есть еще такой фактор, как популярность ведущего, рейтинг его программы. Такой тележурналист сам по себе может определить и климат вещания, и восприятие мира» [4].

Впервые на просторах тогдашнего СССР именно Марат Барманкулов «столкнулся» и проанализировал продукцию кино, радио и телевидения. Представил отличительные черты каждого сектора СИИ, назвал их особенности, рассмотрел очерки писателей, современных документалистов, проанализировал специфику конструирования документального образа в печати, кино, на телевидении и в радиовещании. Много работая с первоисточниками, показывал в своих статьях полемику по этим непростым вопросам зарубежных теоретиков. Его книга «Познать современника: (Очерк в газете, на телевидении, радио, в документальном кино)» [5] сразу же после выхода стала настольным пособием для тысяч журналистов.

М. Барманкулов отмечал: «В документальном кино вводятся понятия «жизнь врасплох», «скрытая камера», которые, если отбросить формалистическое трюкачество, позволяют сделать огромный шаг в методах документального создания портрета. Радиовещание, где впервые событие, его отражение и восприятие слились в единый процесс, поставило вопрос о мгновенной оценке происходящего – об экспромте и импровизации, бестекстовой передаче. Внесло свой вклад и телевидение. Оно не могло в живой передаче прибегнуть к кинонаблюдению с последующим монтажом, поскольку передача была всегда секундной, непрерывной и продолжалось точно определенное

время. По этим же причинам не могло взять на вооружение и съемки в жизни «врасплох», поскольку нужный момент мог произойти не во время передачи. Вот почему телевидению пришлось разрабатывать новые приемы, еще недостаточно освоенные теорией. Основу их составляло провоцирование подлинных чувств в течение передачи. Это позволило определенные моменты жизни снимать в студии, не дожидаясь создания типических ситуаций»[6].

Также интересна специалистам и книга «Телевидение: деньги или власть?», изданная в 1997 году, она не потеряла своей актуальности и по сей день. Автор исследует мировые тенденции развития телевидения, интеграционные телевизионные процессы, рассматривает особенности мастерства телевизионщиков разных каналов и стран, а также задается вопросом, вынесенным в заголовок этой необычной книги-исследования: так что же такое сегодняшнее телевидение? Какую главную цель ставят перед собой телевизионщики: деньги или власть?

Сколько копий теоретиков и практиков было разбито по поводу принципов документализма, необходимости соблюдения его, а также отхода от него, а Барманкулов просто расставил все точки над *i*: «Соединение реального с художественным имеет много градаций. И если раньше считалось, что художественное усиливает документ, то тут мы видим, что художественное не может обойтись без документа, оно зиждется на документе. Документ составляет основу, если реальный герой и составляет образ и он дается в сочетании с образами, которые создаются артистами, если артисты воссоздают реальные события и, наконец, в том случае, если картина полностью игровая, ситуация ее не конкретная и все в ней дышит атмосферой, которая в данный момент волнует общество. Таков «Кавказский пленник», на который посыпались международный премии, поскольку помимо художественности он задевает «больной нерв» общества, так как весьма напоминает о том, что происходило сейчас в Чечне» [7].

Думается, всем журналистам, теоретикам и практикам будут чрезвычайно полезны способы рассказа о реальном герое по ТВ от Барманкулова: «Способы рассказа о реальном герое по телевидению. Можно разделить на три большие группы:

1) реальные события передаются при помощи игры актеров с привлечением рассказа реальных героев;

2) актеры играют реальных героев максимально приближенно к реальным событиям с привлечением кинохроники и других документов;

3) реального героя представляет сам реальный герой (репортажно, восстановлением факта, скрытой камерой, провоцированием, при помощи вовлечения в игру)» [8]. Прекрасная градация, к которой и через годы прибавить нечего, она универсальна.

Не раз телевизионщик-Барманкулов, прекрасный знаток психологии подачи информации, подробно останавливается в своих работах на выборе фактов, их обработке и единожды верном использовании. Говорит о политике каналов, о выработке своей линии информационной службы: «Замечено, что словарь политиков все больше превращается в словарь кодов, словесных шаблонов, калек, стереотипов. Одно слово может заменять целую характеристику явления, человека или страны. Это максимально упрощает речи. Выступления утрачивают свою длительность. Вместо исчезнувших длинных характеристик вакуум заполняют слова-коды и визуальный ряд, состоящий на экране из жестов, пауз, взглядов. А у нас – из бросаний стаканов. Уже выбранная журналистом информация, выбранная, но не «абсолютная», а скорректированная исходя из потребностей аудитории, степени монополизации, проходит дополнительную, не видимую зрителями, обработку. Обычно считается, что навязать то или иное мнение можно при помощи комментария, выступления или дискуссии. А вот факты-де - чистая, непредвзятая информация. Вот почему в качестве объективной информации многие считают «голые» факты. Они и в самом деле – значительный шаг в отношении объективности информации. Но шаг далеко не окончательный. Ибо и «голые» факты могут воздействовать в нужном для информатора направлении. Причем, без комментариев, только новостями. Среди этих информационных приемов

целенаправленного воздействия на аудиторию следующие: отбор фактов, сбалансированная информация, музыка, информационная окраска и многие другие» [9]. Автор подчеркивает, что отбор фактов, пусть даже «голых», некомментируемых и в самом деле объективных, может привести к общему искажению восприятия картины действительности.

Использование телевидения в политической борьбе – норма сегодняшнего дня. Ибо именно телевидение «стало не просто еще одним дополнительным средством массовой информации. Оно прочно завоевало себе первые позиции. Привнесло новое во все старые журналистские жанры, раскрыло в них те грани, которые лишь могли подразумеваться в их сути. Разработало новые приемы. Подарило журналистике свежие жанры и формы» – так писал Барманкулов в 1997 году.

Насколько эти слова актуальны и на сегодняшний день – показало время.

Список цитируемых источников

1. Барманкулов М. Человеческий фактор в сельском очерке// Проблематика, жанры и формы прессы Казахстана в коммунистическом воспитании масс. Сборник научных статей. - Алма-Ата, 1986. – С. 13.
2. Барманкулов М. Возможности космического телевидения. – Алма-Ата, 1993. – С. 57.
3. Барманкулов М. Возможности космического телевидения. – Алма-Ата, 1993. – С. 106-107.
4. Барманкулов М. Телевидение: деньги или власть? – Алматы, Санат, 1997. – С. 257.
5. Барманкулов М. Познать современника: (Очерк в газете, на телевидении, радио, в документальном кино). – Алма-Ата, 1985.
6. Барманкулов М. Телевидение: деньги или власть? – Алматы, Санат, 1997. – С. 238.
7. Барманкулов М. Телевидение: деньги или власть? – Алматы, Санат, 1997. – С. 209.
8. Барманкулов М. Телевидение: деньги или власть? – Алматы, Санат, 1997. – С. 208.
9. Барманкулов М. Телевидение: деньги или власть? – Алматы, Санат, 1997. – С. 59-60.

Макатаева Ш.М., ст.преподаватель
КазНУ им. аль-Фараби
sh.mak@mail.ru

ПРОЯВЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ СПЕЦИФИЧНОСТИ НА УРОВНЕ ЭКВИВАЛЕНТНЫХ ФСГ ФРАНЦУЗСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ

В силу примата тождества над различиями в исследовании [1, с. 9], в первую очередь в результате сопоставления наборов ФСГ в обоих языках выделено 104 эквивалентных ФСГ (Трудность, Упрямство, Грубость, Несчастье, Колкость/насмешка/, Унижение, Сумасбродство, Интрига, Бедность, Глупость, Сплетня, Жестокость, Притворство, Хвастовство и др.). При этом в их число включаются как группы с аналогичным набором дифференциальных сем ФЕ, так и группы, имеющие различия в осложненности ФЕ дифференциальными семами. Так, в ФСГ «АНТИПАТИЯ, НЕПРИЯЗНЬ» (интегральные семы: 1)антипатия, неприязнь, 2) отрицательная оценка) СФЕ обоих языков обладают аналогичной дифференциальной семой: «лицо, вызывающее чувство неприязни, антипатии». Во французском языке это такие СФЕ, как *une vieille chipie* (ведьма, старая карга), *vieux scroupon* (старый хрыч, старикашка), *vieux barbe* (старый хрыч), *vieux barbon* (старый хрыч, старикашка), *vieux jeton* (старый хрыч). В немецком языке данная дифференциальная сема присуща большему числу СФЕ: *alte Schraube* (старая карга, перочница), *einr alte Schrulle* (старая карга), *eine alte Schrateke* (старая развалина), *eine alte Fregatte* (расфуфыренная старуха), *ein alter register* (старикашка), *ein alter Kauz* (старый хрыч), *ein alter Knacker* (старый хрыч). СФЕ обоих языков, входящие в ФСГ

«АЛКОГОЛЬ» (интегральные семы: 1) алкоголь, 2) отрицательная оценка), имеют следующий набор дифференциальных сем:

а) процесс употребления алкоголя:

Во французском языке данной семой обладают СФЕ: *posse carabinee* (выпивка, попойка), *coup de chaselas* (выпивка), в немецком языке: *eine feuchtfroliche (feuchte) Angelegenheit* (выпивка, возлияние).

б) лицо, злоупотребляющее алкоголем:

Французские СФЕ с данной семой: *pilier de cabaret* (пьяница, завсегдайка кабаков), *suppot de Bacchus* (поклонник Бахуса, пьяница), *gosier d'erponge* (пьяница), *sac a vin* (пьяница), *buveur de premiere cuvee* (пьяница), более многочисленны, чем немецкие СФЕ: *eine dutrestige seele* (выпивка), что свидетельствует о более широком спектре ассоциаций, присущих французскому языку.

В обоих языках СФЕ, включенные в состав ФСГ «ХВАСТОВСТВО, БАХВАЛЬСТВО» (Интегральные семы: 1) хвастовство, бахвальство 2) отрицательная оценка; характеризуются аналогичной дифференциальной семой: «лицо, неумеренно восхваляющее свои достоинства(часто мнимые)».

В основе СФЕ, входящих в названную ФСГ, лежат как сходные в обоих языках ассоциации (например, с обезьяной-*singe botte* – кривляка, *-ein singebildeter Affe* – зазнайка, хвастун), так и ассоциации специфичные для каждого из языков. Например, французские СФЕ: *depuceleur de nourrices* (болван, хвастун), *moutardier du rape* (хвастун) и немецкие СФЕ: *ein Esel in der Lowenheit* (трус, прикидывающийся храбрецом). ФСГ «УНИЖЕНИЕ, ОСКОРБЛЕНИЕ» (интегральные семы: 1) оскорбление, унижение 2) отрицательная оценка включает в обоих языках СФЕ со следующими дифференциальными семами:

а) моральное оскорбление:

Во французском языке данную схему имеют такие СФЕ, как: *le dernier outrage* (тягчайшее оскорбление), *courte honte* (унижение), в немецком языке: *eine moralische* (моральная пощечина), *ein dunkles Kapitel* (оскорбительное, порочащее какое-либо дело), *ein dicker Hund* (тяжелое оскорбление);

б) оскорбление действием:

Французские СФЕ с данной семой: *revers de main* (пощечина), *moul de gant* (пощечина, оплеуха), *girof lee a cinq branches (a cinq feuilles)*/оплеуха/, немецкие СФЕ: *ein Schlag ins Gesicht/пощечина/, eine gesalzene Ohfreige/здоровенная оплеуха/.*

На основе интегральных сем: 1) лицемерие, ханжество; 2) отрицательная оценка в ФСГ «ЛИЦЕМЕРИЕ, ХАНЖЕСТВО» объединены СФЕ, характеризующиеся наличием следующих дифференциальных сем:

а) нечто, прикрывающее неискренность, злонамеренность добродетелью:

Французские СФЕ с данной семой: *larmes de crocodile* (крокодильи слезы), *airs penches* (притворное благочестие), немецкие СФЕ: *doppelte Moral* (двойная мораль), *ein christlicher Wunsch* (христианское доброжелательство);

б) лицо, прикрывающее неискренность, злонамеренность притворным чистосердечием, добродетелью:

Спектр ассоциаций, лежащих в основе французских СФЕ с данной семой многообразен и их число достаточно велико: *âme double* (лицемер), *Coeur double* (лицемер, притворщик), *couteau de tripière* (двуличный человек), *sainte nitouche* (ханжа), *faux dévot* (ханжа, святоша), *homme à petit collet* (ханжа, святоша), *mangour de bon Dieu* (ханжа, святоша), немецкие же СФЕ весьма немногочисленны: *eine falsche Katze* (фальшивый человек).

Данная сема во французском языке отмечена лишь у СФЕ *coup de caboche* (необдуманная выходка, безрассудный поступок), в немецком языке эту сему имеет целый ряд СФЕ. *Groser Käse* (сумасбродство, безрассудство), *eine verrückte fdee* (сумасбродная выходка). *Ein ding mit piff* (сумасбродная выходка), *blinder eifer* (безрассудное рвение).

Различную ослезненность ФЕ эквивалентных ФСГ дифференциальные семы можно показать на примере таких групп, как: «БЕЗУМИЕ, СУМАСШЕСТВИЕ» (интегральные семы): 1) безумие, сумасшествие, 2) отрицательная оценка – французские СФЕ, входящие в эту группу, обладают двумя дифференциальными семы:

а) проявление психического расстройства, потери рассудка: des tranchées de Saint-Mathurin (приступ безумия), coup de bambou (внезапный приступ сумасшествия);

б) лицо, страдающее потерей рассудка, психическим расстройством: spirit fêlé (псих, тронутый), échappé de Bedlame (de Bicêtre, des Petites-Maisons) (псих), pensionnaire de Charenton (псих, человек с большими странностями). Немецкие же СФЕ обладают только одной дифференциальной семой:

а) проявление психического расстройства, потери рассудка: der ewige (geistige) tod (умопомешательство, безумие), heller Wahnsinn (сумасшествие, идиотизм).

Для французских СФЕ, объединяющихся в ФСГ «ПОЗОР» интегральные семы: 1) позор, 2) отрицательная оценка. Характерны две дифференциальные семы:

а) нечто постыдное, унижительное для кого-либо, вызывающее презрение: taché d'huile (пятно на репутации), mauvaise note (пятно на репутации), partie honteuse (позорное пятно), noté d'infamie (бесчестье).

б) лицо, обреченное на позор, бесчестье: bijou de parvis (приговоренный к позорной смерти).

Для немецких СФЕ, как и в предшествующей ФСГ, характерна только одна дифференциальная сема:

а) нечто последнее, унижительное для кого-либо, вызывающее презрение: ein Fleck auf der Weste (пятно на репутации). Eindunkler Punkt (пятно, нечто позорное). В основе образной структуры ряда СФЕ названных двух групп лежат ассоциации с чисто национальными реалиями (названиями место лечения психических больных), для других же характерно определенное сходство delà Bourse Plate (нищий-барон), у немецких СФЕ:

а) признак бедности: schmale (magere) Bissen (скудная пища) schmale Kost (хлеб и вода);

б) наивысшая степень недостатка в необходимом: das nackte Elend (полная нищета);

в) лицо, испытывающее крайний недостаток в необходимом: Baron von Habenicht (бароннищий).

Иное соотношение дифференциальных сем наблюдается в ФСГ «НАГЛОСТЬ, НАХАЛЬСТВО» (интегральные семы): 1) наглость, нахальство. 2) отрицательная оценка. Для французских СФЕ характерна одна дифференциальная сема:

а) лицо, поведение которого характеризуется грубой бесцеремонностью, дерзостью: ein frecher (Dachs) (наглец, нахальный тип), ein Ausbund von Frechheit (сама наглость), ein unverschämter Lummel (наглец, нахал), ein groser Rulps (наглец, нахал), ein freche Rube (наглец, грубиян), ein frecher Luder (наглец), ein frecher Spatz (дерзкая девчонка);

б) крайняя дерзость, грубая бесцеремонность: starker Tobak (наглость), ein starker Stuck (наглость).

На примере представленных групп мы убеждаемся в том, что существует определенное качественное сходство в наборе общих понятий, которые фиксируются в пейоративных СФЕ французского и немецкого языков. Вместе с тем, отмеченное выше сходство в общих принципах отражения действительности и выражения отрицательной оценки не исключает как специфического характера внутренних связей между элементами ФСГ в каждом из сопоставляемых языков, проявляющегося в различной ослезненности СФЕ дифференциальными семы, так и национальной специфики ассоциаций в данных языках.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Райхштейн А.Д. Сопоставительный анализ немецкой и русской фразеологии. – М.: Высшая школа, 1980.

2. Назарян А.Г. Фразеология современного французского языка. – М.: Высшая школа, 1987.

Муса Назерке, студент 2 курса
факультета журналистики

Научный руководитель: к.филол.н., доцент Узбекова Г.С

ЗАВИСИМОСТЬ ОТ ПЛАГИАТА УБИВАЕТ КРЕАТИВНОСТЬ И КРИТИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ

Каким не оригинальным должен быть человек, чтобы копировать слова или мысли другого? В целом мире с невероятной скоростью распространяется «болезнь кражи идеи». Люди со временем привыкают принимать «чужое как свое» и в этом же заключается проблема. В одном только Китае ежегодный оборот на рынке научных статей сомнительного авторства составляет 100 млн долларов, заявляют исследователи одного из университетов страны.

Феномен «плагиат» внедрившийся в наше общество совсем недавно, поражает своим высоким развитием. Выход проблемы за рамки академической жизни – уже делает её актуальной.

Возможная причина распространения плагиата в академической жизни является – внедрение интернета как свободного ресурса и возможность использования данных, без какого либо разрешения. Конечно, новые технологии делают проще копировать идеи других.

Зависимость от плагиата рушит все способности мыслить самому, и мыслить креативно. И тут возникает вопрос: «Зачем же нужна креативность?»

Креативность идеи - в любой эпохи времени была актуальной и на нее всегда был большой спрос. Людей с давних времен привлекали лица с креативным, особым мышлением.

Несколько десятилетий назад может быть и существовала «кража идеи», поскольку неизвестно кто был самым первым плагиатором, точно сказать трудно. Но известно одно – в то время еще существовали люди которые открывали что-то новое своими силами и упорностью, трудясь целыми месяцами, годами.

В современном мире - идею можно купить, идею можно продать, идеей можно зарабатывать, так же можно сидеть и копировать все то, что до тебя написали, оправдываясь тем, что лучше чем здесь уже не написать.

То же самое относится и к попытке скопировать стиль человека искусства. Каждый человек – индивид, что касается художественный стиля - у каждого человека стиль должен быть разным, это то, что делает его интересным.

Настолько плагиат уже внедрился в общественную жизнь, что не смог и обойти один из самых известных домов в мире «Chanel», который грубо говоря «украл» идею шотландской вязальщицы.

Все мы когда-то сталкивались с плагиатом, возможно делали плагиат сами при каких-то жизненных обстоятельствах. Порой, забывали делать ссылку в своих работах или же просто не считали нужным сделать это. Это все очень грустно, и грустнее всего что в нашем обществе еще многие не понимают смысла плагиата, и это не от того что никто на это не наткнулся, а от того что всем глубоко безразлично, что они пользуются чужими идеями, чужими словами или, что кто-то, где-то страдает от того что его идею обокрали. Многие не хотят выходить из рамок уюта и комфорта которые они сотворили сами, им легче оставаться в тени, тем самым тихо, мирно использовать чужие мысли, нежели фантазировать и раздумывать самому. Безусловно, у нас много умов и владельцев креативного мышления. Проблема заключается в том, что их некому поддерживать. Мы даже представить себе не можем, сколько же ярких и оригинальных и столь же обиженных на свою ненужность идеи завалилось в архивах. Никто ими не интересуется,

никто их не ищет. Мы есть то общество, которое привыкло мыслить консервативно и как раз таки, мы нуждаемся в творческих идеях, нуждаемся в новой волне и в всплеске.

В проведенном мною небольшом эксперименте в разъяснений вопроса понимания плагиата глазами студентов: выяснилось как часто студенты натываются на плагиат и делают ли они ссылки в своих работах.

Эксперимент показал, что 24 % студентов считают себя излишне умными, чтобы красть чужую мысль, 27 %-считают что ссылок делать не обязательно и не важно, 30% - уверены что плагиат везде и без него не обойтись, 15% студентов делают ссылки во всех своих работах, статьях и т.п, 4%- не имеют представления о плагиате.

На нынешний день во многих странах Европы существуют законы и правила касающиеся авторского права, при этом осуществляющие помощь в борьбе с плагиатом. Например в США штраф за академической нечестности колеблется от \$ 500 до \$ 5000, в зависимости от тяжести наказания.

В законе Республики Казахстан «Об авторском праве и смежных правах» говорится: «Авторское право на произведение науки, литературы и искусства возникает в силу факта его создания. Для возникновения и осуществления авторского права не требуются регистрация произведения, иное специальное оформление произведения или соблюдение каких-либо формальностей».

Наше общество еще глубоко не понимает и не воспринимает всю опасность плагиата. И если не работать над созданием способов предотвращения - это в конце может привести к печальным последствиям. Думаю что, пока не будут приняты какие-либо меры со стороны законодательства, плагиат будет развиваться и дальше.

Для предотвращения проблемы плагиата необходимо:

- принятие мер на основе закона, которые будут включать в себя административные наказания;

- создание электронных ресурсов, потому что, в данный момент у нас не существует ни одного ресурса по борьбе с этой проблемой.

Плагиат – постепенно уничтожает способность мыслить самому, убивает креативность, и со временем вы уже никак не сможете критически мыслить. Критическое мышление – это мысль о мысли, это самое важное в приеме какой-либо информации.

Если у вас нет ни одной оригинальной мысли в вашей голове, как можно идти по жизни, вот так? Вы не можете оставить за собой ничего, потому что ни одна из идей, не ваша собственная. Как вы можете быть образцом для подражания кому-либо, когда вы не что иное, как подделка?

Для того чтобы быть успешным в современном обществе, мы все должны стремиться к оригинальности. На самом деле, на нынешний день оригинальность это - больше чем просто тренд, это - выживание.

Сейденова С.Д., к.ф.н., доцент,
Айтмуханбетова А.С., магистр, старший преподаватель,
Казахский национальный университет им.аль-Фараби
saule_dus@mail.ru, ajtmuxanbetova83@mail.ru

СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ СТОРОНА ДИАГНОСТИЧЕСКОГО ТЕСТИРОВАНИЯ В ЯЗЫКОВОЙ ПОДГОТОВКЕ БУДУЩИХ ПЕРЕВОДЧИКОВ

Как известно, в современном языковом мире под словом «тест» подразумевается проверка на пригодность к выполнению каких-либо функций. Тестирование сейчас применяется в разных областях деятельности: медицине, психологии, программировании. Но чаще всего слово «тест» ассоциируется с методом контроля и проверки знаний обучающихся.

Тестирование (от английского *test* — испытание, проверка) используется для определения соответствия предмета испытания заданным спецификациям. Также в задачи

тестирования не входит определение причин несоответствия заданным требованиям. Как следствие, тестирование можно отнести к одному из разделов диагностики. Диагностический тест, как мы знаем, является общим термином для обозначения любого теста или процедуры, используемых с целью точного определения характера и происхождения нарушения способности, для определения конкретного источника проблем индивида в какой-то области. Большинство тестов, которые называются диагностическими, оценивают такие умения, как чтение, речь, сенсорная/моторная координация и т.п.

Есть существенные различия между простым переводом слова и смыслом понятия. Чаще всего мы встречаемся с упрощенным восприятием понятия "тест" как простой выбор одного ответа из нескольких предложенных к вопросу. Обычно это сборники вопросов и задач. Они только по внешней видимости похожи на настоящий тест. Различия в понимании сущности тестов порождают различия в отношении к тестам.

Являясь одним из современных инструментов получения педагогической информации, тестирование в учебном процессе выполняет три основные взаимосвязанные функции: диагностическую, обучающую и воспитательную.

Диагностическая функция заключается в выявлении уровня знаний, умений, навыков обучающегося. Это основная, и самая очевидная функция тестирования. Считается, что по объективности, широте и скорости диагностирования, тестирование превосходит все остальные формы педагогического контроля [1-3].

Обучающая функция тестирования состоит в мотивировании обучающегося к активизации работы по усвоению учебного материала. Для усиления обучающей функции тестирования, могут быть использованы дополнительные меры стимулирования, такие, как раздача преподавателем примерного перечня вопросов для самостоятельной подготовки, наличие в самом тесте наводящих вопросов и подсказок, совместный разбор результатов теста.

Воспитательная функция проявляется в периодичности и неизбежности тестового контроля. Это дисциплинирует, организует и направляет деятельность обучающихся, помогает выявить и устранить пробелы в знаниях, формирует стремление развить свои способности.

Существует много мнений "за" и "против" использования тестов. Одни рассматривают тесты как средство преобразования учебного процесса в сторону его технологизации, снижения трудоемкости. Другие видят в тестах средство принижения роли педагога, а результаты тестирования не достаточно достоверными. Однако следует отметить, что именно тестирование постепенно становится основной формой сдачи экзаменов. И реалии таковы, что требуется обязательно вводить тестовые технологии в систему обучения.

С их помощью в начале года стало возможным оценить уровень знаний по дисциплине у студента и распределить по уровням подготовки. **Входное тестирование** по иностранному языку предназначено для студентов, поступивших на 1 курс университета. Оно проводится с целью определения уровня владения иностранным языком и определения маршрута обучения данному языку.

Для начала необходимо определиться с заданиями теста, по результатам выполнения которого дается оценка уровня знаний, умений и навыков обучающегося. Ведь педагогический тест определяется как система задач и (или) вопросов определенного содержания, специфической формы, позволяющая качественно оценить структуру и эффективно измерить уровень знаний каждого испытуемого.

Тест обычно состоит из тестовых (контрольных) заданий и правильных (образцовых) ответов к ним. Существуют разные формы тестовых заданий: задания закрытой формы, в которых студенты выбирают правильный ответ из данного набора ответов к тексту задания; задания открытой формы, требующие при выполнении самостоятельного формулирования ответа; задание на соответствие, выполнение которых связано с установлением соответствия между элементами двух множеств; задания на установление

правильной последовательности, в которых от студента требуется указать порядок действий или процессов, перечисленных преподавателем.

Можно выделить ряд *общих требований*, предъявляемых к тестовым заданиям: каждое задание имеет свой порядковый номер, установленный согласно объективной оценке трудности задания и выбранной стратегии тестирования; задание формулируется в логической форме высказывания, которое становится истинным или ложным в зависимости от ответа студента; к разработанному заданию прилагается правильный ответ; для каждого задания приводится правило оценивания, позволяющее интерпретировать ответ студента как правильный или неправильный; на выполнение одной задачи (вопроса) тестового задания у студента должно уходить не более 2-5 минут [2, 3].

При выборе формы тестового задания необходимо помнить о том, что каждой дисциплине присуще свое собственное содержание, отличное от других. Поэтому нет и не может быть единых рекомендаций для правильного выбора формы. Многое здесь зависит от искусства преподавателя, от его опыта и умения разрабатывать задания теста.

При разработке теста каждый автор старается подобрать свою систему заданий, вследствие чего по одной и той же учебной дисциплине может оказаться несколько различных тестов, с неодинаковым охватом учебных тем, с несовпадающим числом заданий, и с разными баллами испытуемых. Возникает естественный вопрос, – какой из тестов лучше измеряет интересующие знания? Ответ на этот вопрос дают эксперты. По Аванесову, лучшим часто считается тест, у которого содержание шире и оно охватывает более глубокие уровни знаний. Такое содержание определяется с опорой на ряд педагогических принципов. Если первый принцип разработки содержания теста – это соответствие содержания теста целям тестирования, то второй принцип – это определение значимости проверяемых знаний в общей системе проверяемых знаний. Принцип значимости указывает на необходимость включения в тест только тех элементов учебной программы, которые можно отнести к наиболее важным, без которых знания становятся несущественными, фрагментарными, состоящими из второстепенных элементов. Третий принцип обращает внимание на взаимосвязь содержания и формы. Не всякое содержание поддается выражению в форме тестового задания. Доказательства, обширные вычисления, многословные описания не поддаются представлению в тестовой форме. Из этого вытекает важный вывод - тестовую форму нельзя рассматривать как универсальную, пригодную на все случаи проверки знаний. Да и вряд ли в педагогике есть вообще какая-либо одна форма, которая могла бы выразить все богатство изучаемых знаний. Четвертый принцип – это содержательная правильность тестовых заданий. В тест включается только то содержание учебной дисциплины, которое является объективно истинным и поддается аргументации. Каждое задание теста опирается, как правило, на факт, правило, теорему, норму, закон или на апробированный в практике метод. Спорные точки зрения, вполне приемлемые в науке, не рекомендуется включать в содержание тестовых заданий. Пятый принцип - это репрезентативность содержания учебной дисциплины в содержании теста. При разработке теста обращается внимание на полноту и достаточность числа заданий для аргументированного вывода о знаниях. Репрезентативность заданий связана с числом заданий. В общем случае, чем больше заданий, тем репрезентативнее могут оказаться результаты. Число заданий традиционного теста обычно бывает не меньше тридцати. Шестой принцип акцентирует внимание на соответствии содержания теста уровню современного состояния науки. Этот принцип вытекает из естественной необходимости проверять знания обучающихся на современном учебном и контрольном материале. Трудность реализации этого принципа заключается в опосредованности связи содержания теста с уровнем развития науки. Седьмой принцип требует комплексность и сбалансированность содержания теста. Тест, разработанный для итогового контроля знаний, не может состоять из материалов только одной темы, даже если эта тема является самой ключевой в учебной дисциплине. Необходимо искать задания, комплексно отображающие основные, если не все, темы учебного курса. Восьмой принцип базируется

на системности содержания. Это означает формулирование такого содержания тестовых заданий, которое отвечало бы требованиям системности при проверке знаний. Помимо подбора заданий с системным содержанием важно иметь задания, связанные между собой общей структурой знаний. Девятый принцип содержит вариативность содержания. После первого применения теста его содержание становится известным испытуемым. И если есть условия для передачи информации о содержании заданий другим обучающимся, то это почти всегда делается. Испытанным в практике способом защиты тестовых результатов от возможных искажений такого рода является создание множества вариантов заданий одного и того же теста. Десятый принцип регламентирует возрастающую трудность тестовых заданий. Нельзя включать в настоящий тест все задания в тестовой форме до тех пор, пока не станет известной мера трудности, проверяемая опытным путем [1-3].

Внимательный читатель вероятно уже уловил различия в лексике трех как бы «незаметно» введенных здесь основных понятий теории тестов: педагогического теста, задания в тестовой форме и тестового задания.

К заданиям в тестовой форме предъявляются следующие требования: правильность содержания; логическая форма высказывания; правильность формы; краткость; наличие определенного места для ответов; правильность расположения элементов задания; одинаковость правил оценки ответов; одинаковость инструкции для всех испытуемых; адекватность инструкции форме и содержанию задания.

Показатель трудности теста и тестовых заданий является содержательным и формальным одновременно. Содержательным показателем, потому что в хорошем тесте трудность может зависеть только от содержания и от уровня подготовленности самих испытуемых, в то время как в плохом тесте на результаты начинают заметно влиять форма заданий (особенно если она не адекватна содержанию), плохая организация тестирования, если имеются возможности списывания, утечки информации. Особого упоминания в этой связи заслуживает спорная практика нацеленной подготовки к централизованному тестированию.

Содержание теста не может быть только легким, средним или трудным. Здесь в полной мере проявляется известная мысль о зависимости результатов применяемого метода. Легкие задания теста создают только видимость наличия знаний у обучающихся, потому что ими проверяются минимальные знания. Ориентация на трудные задания нередко рассматривается как средство усиления мотивации к учебе. Однако это средство действует неоднозначно. Одних трудные задания могут подтолкнуть к учебе, других - оттолкнуть от нее. Подобная ориентация искажает результаты и в итоге, снижает качество педагогического измерения.

Тестовые задания отличаются от не тестовых не только по содержанию, но и по стилю построения предложения. Из тестового задания полностью устраняется двусмысленность, когда, например, подлежащее в именительном падеже легко путается с прямым дополнением в винительном падеже (типа “мать любит дочь”). Тестовое задание, напротив, всегда автологично: в нем слова используются только в их прямом, непосредственном значении. Тестовое задание формулируется из точных терминов и никогда не содержит метафоры, но лишнего слова и лишнего знака. Пример метафорично сформулированного задания в открытой тестовой форме: “Отцом истории считается _____”.

Мы говорили о педагогических требованиях к содержанию теста. Теперь пришло время рассмотреть логические принципы определения содержания педагогического теста. Рассмотрим их подробнее: 1) определенность содержания теста. Во всяком тестовом задании заранее определяется, что однозначно считается ответом на задание, с какой степенью полноты должен быть правильный ответ. Не допускается определение понятия через перечисление элементов, не входящих в него. Рассмотрим пример задания *открытой формы*, где испытуемому предлагается, на месте прочерка, дополнить

утверждение своим ответом: Перед существительным в единственном числе стоит _____ артикль.

Немалую роль в формировании теста как системы играет требование логической правильности заданий, включенных в тест. Как отмечается в литературе, логическая правильность в формулировании тестовых заданий достигается при соблюдении следующих условий: соразмерности объема определяющего понятия объему определяемого; отсутствия тавтологии; утвердительной формы тестового задания. 2) непротиворечивость содержания заданий. Непротиворечивость содержания заданий требует, чтобы относительно одной и той же мысли не возникали суждения, одновременно утверждающие и отрицающие ее. Недопустимо существование двух исключаящих ответов на одно и то же задание теста. Если испытуемому дается инструкция: “Обведите кружком номер правильного ответа”, а затем в одном из ответов утверждается, что правильного ответа нет, то это порождается пример непоследовательности мышления разработчика теста.

3) обоснованность. Обоснованность содержания тестовых заданий означает наличие у них оснований истинности. Обоснованность связана с аргументами, которые могут быть приведены в пользу той или другой формулировки заданий теста. Соответственно, спорные точки зрения, вполне приемлемые в науке, не рекомендуется включать в содержание тестовых заданий. 4) это требование краткости тестовых заданий. Краткость обеспечивается тщательным подбором слов, символов, графиков, позволяющих минимумом средств добиваться максимума ясности смыслового содержания задания. Исключаются повторы, малопонятные, редко употребляемые, а также неизвестные для студентов символы, иностранные слова, затрудняющие восприятие смысла. Примерное количество слов в задании - пять-девять, но, в общем, чем меньше, тем лучше. Например: Наречие *well* образовано от 1) *bad*; 2) *good*.

Хорошо, когда задания содержат не более одного придаточного предложения. Как отмечал известный лингвист А.М.Пешковский, точность и легкость понимания растут по мере уменьшения словесного состава фразы и увеличения ее бессловесной подпочвы. Чем меньше слов, тем меньше недоразумений. Хороший способ достижения краткости задания - это спросить о чем-нибудь одном.

Итак, каждый педагог сам решает, в какой степени использовать тот или иной метод. К *преимуществам* метода тестирования относятся: объективность оценки тестирования; оперативность, быстрота оценки; простота и доступность; объемность, поскольку тестирование может включать в себя задания по всем темам курса; экономичность, так как основные затраты при тестировании приходятся на разработку качественного инструментария, то есть имеют разовый характер; пригодность результатов тестирования для компьютерной обработки и использования статистических методов оценки.

К *недостаткам* метода относят длительность, трудоемкость и дороговизму процесса; также информация о пробелах в знаниях по конкретным разделам не позволяет судить о причинах этих пробелов; не позволяет проверять и оценивать высокие, продуктивные уровни знаний, связанные с творчеством, то есть вероятностные, абстрактные и методологические знания; испытуемый не имеет достаточно времени для сколько-нибудь глубокого анализа темы; принятие специальных мер по обеспечению конфиденциальности тестовых заданий и необходимость внесения в задания изменений; присутствие элемента случайности.

Чтобы свести к минимуму возможность угадать правильно, воспользуйтесь следующими советами. Итак, если тестируемый не знает настоящего правильного ответа, в своем выборе он будет действовать следующим образом: предпочитать более развернутые, более обоснованные ответы, которые учитывают частные случаи, и избегать кратких, менее развернутых. Разработчик теста знаний может этим воспользоваться и сделать верный ответ кратким; если ответы образуют последовательность (например, на вопрос о дате создания КазНУ: (1) 1935 год, (2) 1927 год, (3) 1940 год, (4) 1934 год), респондент будет стремиться дать средний ответ, предполагая, что истина в золотой

середине. И ошибется, потому что КазНУ создан в 1934 году, а автор задания позаботился о том, чтобы поставить верный ответ с краю; выбирать более научнообразные ответы, содержащие малоизвестные или иностранные слова; выбирать ответы, напоминающие по стилю написания что-то очень знакомое, ассоциирующееся с известной частью предметной области.

Приведенные выше недостатки говорят о том, что абсолютизировать возможности тестовой формы измерения и контроля знаний не следует. Не все необходимые характеристики усвоения знаний и умений можно получить средствами тестирования. Например, такие показатели, как умение конкретизировать свой ответ примерами, знание фактов, умение связно, логически и доказательно выражать свои мысли, некоторые другие характеристики знаний, умений, навыков, диагностировать тестированием невозможно. Это значит, что тестирование должно обязательно сочетаться с другими формами и методами проверки и контроля знаний учащихся.

Несмотря на указанные недостатки тестирования как метода педагогического контроля, его положительные качества во многом говорят о целесообразности использования такой технологии в учебном процессе.

Таким образом, диагностические тесты составляются с учетом следующих дидактических принципов, как 1) тест должен содержать только одну языковую трудность. Такое требование обычно предъявляется к программированным упражнениям, поскольку ответы должны быть однозначными; 2) грамматический тест должен излагаться только на знакомом лексическом материале с целью исключения дополнительных трудностей. Многими психологами отмечалось, что появление нескольких дополнительных трудностей при наличии временных связей может затруднить как восприятие материала, так и использование изучаемого материала на практике (Н.И. Жинкин); 3) важно при отборе лексико-грамматического материала учитывать возможность языковой интерференции (как положительное, так и отрицательное влияние родного языка); 4) отбор материала следует производить с учетом того, что в дальнейшем он будет излагаться последовательно в различных тестах, поэтому необходимо учитывать «уникальность» его; 5) важным является отбор материала с учетом коэффициента частности отбираемого материала.

Итак, определение уровня знаний обучающихся с помощью правильно составленного диагностического теста позволит грамотно и с наибольшей эффективностью планировать учебный материал, что в результате скажется на гарантии качества языковой подготовки будущего специалиста.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Аванесов В.С. Принципы разработки содержания теста // Управление школой. - №38, 40, октябрь. - 1999.
2. Аванесов В.С. Логические требования к содержанию теста // Управление школой. - №44, ноябрь. - 1999.
3. Аванесов В.С. Современные методы обучения и тестового контроля знаний. - Владивосток, 1999. - 125с.

Bubeyeva Meruyert, *the 1st year master student*
Saparkhojayeva Nurgul, *Senior Lecturer*
Al-Farabi KazNU, Faculty of Journalism,
Chair of Printing and Electronic Mass media

THE DEVELOPMENT OF MEDIA IN THE DIGITAL ERA: NEW TRENDS OF DEVELOPMENT

The development of modern society is influenced by new information and communication technologies and new quality management systems that change the media landscape. The

information industry is expanding, blurring the boundaries between sectors of traditional media systems and creating a new system of quality management and information [1].

Readers in new media involves not only the efficiency of the material, but also numerous additional interactive services: blogs, Forums with the video, the ability to access media content from a variety of terminals mobile devices. In this case the consumer himself can become a source of news, and to send to the public resulting from the media content. Already made using camera phones and sent to the editors via telecommunication networks have become familiar images, both in electronic and print media. However, some researchers believe that the «new media» is not a separate form of media, but a logical continuation of the permanent transformation of the classic media [2].

Transformation, in which there is a convergence between mobile operators and creators of media product. We emphasize: it is not just about convergence, but also the processes of transformation of content production, which can not affect the organization of the media discourse. Over the past decade we have changed not only the news production technology, but also the news media consumption process - from geographically localized and static, to ignoring spatial constraints and, at the same time multidirectional. A reflection of these processes has been the emergence of the term «ego broadcasting» (English - Egocasting) which refers to the consumption of «on demand» media content satisfying the individual, not the mass taste [3].

Traditional media by their nature are busy forming unified mass representations. «With the development of telecommunications and the emergence of new means of mass communication there has been an opposite trend to the differentiation of individual perceptions and complication of the structure of mass representations. The advent of the Internet was not so much the cause, as even a little belated response to an objective requirement of social development - to meet the already established public needs started by the more primitive technical means» [4].

In the structure of the media role of the Internet is increasing more and because people spend more and more time using the Internet. We know how the media industry free time: information is mostly consumed in a time when people do not sleep and do not work. For the modern user of steel structural element of free time for the media to a modern audience. Inside this free time in the last 20 years to lead TV. And only last 5-6 years show that in developed countries, the viewer goes to the Internet, which is beginning to restrict TV in media consumption. The same thing we see in us - not for the general population, but still to a large.

Internet, of course, is significant in the media system. Statistics show that today only as a registered electronic periodicals have positioned themselves for more than two thousand media. These are media that have a license and a certificate of registration issued by the authorities. How many other sites, there actually is an information media, but have not received such a check? In this sense, it is very interesting to note that the Internet as a source of general political and even, perhaps, the entertainment media in Kazakhstan thronging traditional media.

Today, the Internet - in fact the only communication information channel, which gives the user maximum freedom of choice of content. We know that the political and intellectual predilections on the internet represented by polar views. Internet gives quite a lot of freedom of choice of the variety of content - from information to education. Therefore, it becomes the actual foundation of the Information menu. There is another important element that allows you to turn the Internet into the structure of the media - its role as an advertising medium. We know that traditional media in a market economy always represent, in particular, and advertising media. This feature of the media economy, and so we understand that the internet takes up a lot of advertisements embedded in competing for media channels on Wednesday.

According to forecasts of a major international company «Webmedia Group» that specializes in the analysis of new technologies and media consultation, universities in 2016 is scheduled to release a number of new media technologies. It is in these areas will go to the development of innovations.

Smart Virtual Personal Assistants using information from the calendars, mail, contacts list, prompt you to answer the question before you ask it. Researchers predict SVPA integration into devices and services that we use and that will use - mobile phones, TVs, «smart» watches

and so on. Interface built into the environment. On the screens of our phones today almost always have the opportunity to see the calendar, weather forecast, exchange rate and so on. In order to obtain the information required to take all the fewer decisions [5].

Bots. Most of us perceives this concept is not always positive. However, bots, «a special program is performed automatically and / or on a predetermined schedule any action through the same interface as normal user», according to the forecasts of researchers in 2016 will be very common and will assist us in solving a variety of problems. For media bots become assistants in sorting and tagging items in real-time, HR managers can use bots to train employees and so on.

Algorithmic Curation - a process that automatically determines what content should be displayed or hidden, and how it should be presented to the audience. In Webbmedia Group predict the development of algorithmic curation based on both content and situations. Artificial Intelligence. Already, developments in this area is impressive - in the past year, Google has established 20 new languages for translations of the app. This tool allows you to simultaneously listen and translate from different languages, without an Internet connection. Improving online search - we spend less and less time to find the specific data needed it to us. In 2016, the development of artificial intelligence will go more quickly.

Drones. A development of the region of the pilotless flying devices – one more trend of the coming year. This sphere needs legal regulation and management. It is expected by researchers in 2016. Robots harnessing neural networks and artificial intelligence can make inferences and decisions when programmed to do so. That's because of sense and avoid technology. In 2016, drones will be programmed to navigate along the path of GPS waypoints—and they'll make decisions midair about the best path to take and when to avoid objects like buildings, trees and mountains. Or other drones, for that matter. The DJI Matrice 100 is a consumer-grade drone that includes this technology, while AeroBots designs and builds drones for news and commercial projects.

Development of the robotized journalism. The research Webbmedia Group predicts emergence everything the new experiments and ideas concerning opportunities of use of «journalists robots».

Niche media. Emergence of the increasing mass media focused on concrete areas / audience – one of media trends of the coming year.

Check of the facts in real time. It is one of tasks and one of media trends of the next 12 months. Mass media will create algorithms by means of which will become possible to check information in real time.

Also, as the future of online media we can notice Digital Strategist Nic Newman's report Media, Journalism and Technology Predictions, where he outlined the disruption of television, rise of the podcast and growth of online video are some of the key trends that could mark 2016.

Newman, research associate fellow at the Reuters Institute for the Study of Journalism at Oxford University, looked at trends in the media industry and the technology sector, from smartphone development to the way social networks could work with news organizations.

As part of the study, he surveyed 130 senior digital leaders across 25 countries, with questions designed to identify and measure key industry challenges and opportunities.

Growing investment in online video. Some 78 per cent of digital leaders surveyed said they would be investing more in online video this year as a result of predicted growth in video consumption from viewers on mobile devices. The video formats that media organizations are planning to focus on in the next year include 360-degree footage and live streaming for more immersive storytelling; vertical video to reflect the format's popularity on mobile; and virtual reality, as the upcoming Olympics and the United States election provide opportunities to experiment in 2016.

New smart phone features and opportunities. Newman noted that the smart phone has «become not just our primary access point to digital but the remote control for life itself, with iOS and Android devices currently outselling PC's 5:1». A recent survey quoted in the report showed that in the UK, we collectively glance at our screens more than a billion times a day, and almost 60 per cent of us check our mobile phones within 15 minutes of waking up. 3D touch,

introduced by Apple in 2015, will be launched by rival manufactures this year, along with foldable and waterproof smart phones, predicted Newman. Wireless charging will become commonplace, he added, enabling more users to enjoy the faster data speeds and processing power that will come into effect. Push notifications are another mobile trend highlighted by the study. These alerts give publishers the ability to reach out directly to people who do not open news apps or read branded mobile websites regularly. He explained that in 2016, publishers like The New York Times will experiment with more personalized alerts, based on the time of day or the reading history of an individual user. The NYT set up a team of 11 people to «specifically focus on creation and scheduling of notifications and push alerts without overly annoying and interrupting users».

Television disrupted. Television consumption is falling in many countries due to the growing popularity of services such as Netflix, which offer on-demand access to TV shows, documentaries and films in seconds. According to the report, news and current affairs programmes are the worst affected. As people cancel their cable TV subscriptions, more and more are tuning in to their favourite shows online. As such, the study predicted a big year for Netflix, as it aims to own the rights to more original content and invest over \$6 billion dollars (£4.1 billion) to do so. But public service media is predicted to be under threat – as the audience share declines, it is currently harder than ever to maintain support for universal taxation or licence fees.

The podcasting boom continues. Audio packages will continue to grow in popularity this year, the report said, matching the rise of streaming culture. For podcast producers looking to share their work online in a more efficient way, Newman highlighted Clammr – a tool that makes it easier to share snippets from longer audio reports on social media, encouraging more people to tune in and engage. Spotify also announced it was planning to incorporate podcasting on the platform, potentially opening quality speech radio to a much wider audience in 2016.

New social sharing and publishing options. In 2015, Twitter maintained 350 million active users every month, while Instagram reached 400 million monthly users on the platform for the first time. These «digital giants» will be aiming to capitalise on their huge user - bases with new «services and functionality» to take on Facebook – which recorded one billion users a day for the first time in 2015. Newman explained in the report that social networks will enable news organisations to distribute content much easier than before, as evident from the launch of Facebook Instant Articles, and even from rumours of Twitter increasing its character limit. Social networks are also looking to increase the amount of «emotional sharing options» online, he said, such as offering a greater range of emoji for readers to use when posting reactions to news stories. And as more people use social networks to post eyewitness media, Newman noted that other possible additions in 2016 could be more buttons to help verify accuracy, which could minimise the sharing of hoax pictures and posts around news events. Snapchat was singled out in the study as one platform to watch, with its expanding Discover feature for publishers and live events coverage trials – Live Stories – that could provide interesting curation when news breaks. The report includes many other predictions, such as the growth of crowdsourcing and membership schemes, or seeing 2016 as the breakthrough year for robot journalism [6].

References:

1. Бондаренко С.В. Тенденции изменения форм производства и потребления новых видов медийного контента (на примере мобильного телевидения) / СМИ и общество. Материалы Всероссийской конференции. Москва, 10-11 апреля 2006 года. М.: Издательство «Хроникер», 2006. С. 280-286.
2. Price-Davies E., Tacchi J. Community Radio in a Global Context: A Comparative Analysis in Six Countries. Sheffield: Community Media Association, 2001; Slater D., Tacchi J. Research: ICT Innovations for Poverty Reduction. New Delhi: UNESCO, 2004; Silver D. Internet/Cyberculture/ Digital Culture/New Media/Fill-in-the-Blank Studies // New Media &

- Society, 2004, vol. 6, № 1. PP. 55-64; Rohle T. Power, reason, closure: critical perspectives on new media theory // New Media Society, 2005, vol. 7, № 3, June 1. PP. 403 - 422.
3. <http://newreporter.org/2016/01/14/5-predskazaniy-v-oblasti-onlajn-zhurnalistiki-i-texnologij-na-2016-god/>
 4. <https://www.journalism.co.uk/news/report-digital-journalism-predictions-for-2016-/s2/a600987/>
 5. Webmedia Group. Trend Report 2016
 6. <http://fastsalTIMES.com/sections/technology/498.html>
 7. <http://newreporter.org/2015/12/09/trendy-cifrovyyx-media-i-novyx-texnologij-v-2016-godu/>

Kolesnikova T.P., Senior Lecturer
Valieva A.K., Senior Lecturer
Zhanabekova M.A., Cand.of Philol.Sci., Docent
Al-Farabi KazNU, Faculty of Philology,
Chair of Foreign Philology and Translation Studies

MODERN TECHNOLOGIES OF TEACHING ENGLISH THROUGH MATERIALS OF MASS MEDIA

Professional English language teachers have to discover a good grounding in the various techniques and new approaches through materials of Mass Media. They also have to know and understand the history and evolution of teaching methodologies. In fact, modern teachers use a variety of methodologies and approaches choosing techniques from each method that they consider effective. They may apply them through materials of Mass Media with new words, new phrases, new ideas and even new facts according to the learning context and objectives. They prepare their lessons to facilitate the understanding of the new language being taught and do not rely on one specific «best method».

Nowadays most people read the news from newspapers in their own language but students read and listen to the news in English because it is more exciting and interesting. As for English language teachers newspapers are also a handy resource and there is something interesting to everyone. Due to the development of modern means of communication they search the Internet and find out lesson materials from news websites such as the BBC or CNN. So how teachers use newspapers in their English language lessons. Here are a lot of methods that can be used and taught:

a) Defining what would best suit the level of student: in this case activities should be held with or without newspapers working in pairs or small groups.

b) Explaining how to use newspapers and talking their role in people's lives: teachers may talk about the role of newspapers in daily life as a whole class, in pairs or in small groups asking the following questions: Do you read newspapers? Why do you read them? Which newspapers do you prefer and why? How often are newspapers published, daily, and weekly? How much do they cost? Where can you buy them? Are they expensive or cheap? Do you believe everything you read in the newspaper? Why? Why not? Has the role of newspapers changed over the years? Do you think newspapers will die out with news on the internet? Why or why not? Talk about the newspapers in your student's country. . How do they vary? What news do they report on? Which newspapers do you read and why? If students don't read newspapers then talk about why they don't.

c) Working with different sections of a newspaper: here students should be given two minutes to list as many sections of the newspaper that they can – then be asked to compare their lists to the person sitting next to them. Discuss the different sections of newspaper; news, classifieds, cartoons, horoscope, weather, opinion piece, letters to the editor, travel, advertisements, editorial, sport. What would you expect to read about in each section? Which sections usually appear where in the newspaper? For example; news at the front, classifieds at the back. So at last students have to find an example of each in a newspaper.

d) Exploring the idea of working for a newspaper: the following questions are used: Who writes for the newspaper? What is the role of the editor, journalist, photo journalist, photographer and advertising sales? How do you get a story into the newspaper? What would you like about working in one of these roles and what wouldn't you like? How do newspapers make money? Discuss in pairs and report back to the class for further debate.

We know that newspapers are measured as one of the most leading sources of sharing information and inspiring facts what is happening around the world. The basic reason of selecting English newspapers as a teaching tool is very practical as English newspapers cover an collection of information and knowledge and attract that our students' attention. The English Newspapers can be used as a successful teaching means to improve the language skills of the students. The use of English Newspapers will certainly encourage and motivate the students and help them to hone their LSRW (Listening, Speaking, Reading and Writing) skills. They are considered as one of the most reliable, easily available, less expensive and effective sources of sharing information and knowledge. The newspapers offer us a wide range of knowledge and in-depth analysis of incidents and actions. Generally, people prefer to read out the newspapers along with their morning cup of tea or breakfast. The newspapers are published in various languages with a great number of supplements and editions. In country like our Kazakhstan, the country consumed around 70 million copies of newspapers that have made it the second largest market in Asia. As Kazakhstan is a country of great diversity and here we have representatives of various nations, religions and languages.

So we have a large group of international, national, regional and local newspapers. The reputation of any newspaper largely depends upon its circulation, number of editions, printed copies, and number of readers, coverage and scope. In spite of electronic media, importance and readership of newspapers are constant and there is a great increase in the readership of all the leading newspapers. Reading newspapers on regular basis is considered a good habit. It is observed that the students those who read newspapers regularly are more skilled and attentive about the happenings that take place near or far away world. By reading newspapers, the students can gather information on varied subjects including social-political-business issues, sports, entertainment, art, culture, music, education etc. Moreover, the practice of using English newspapers helps the students in the classroom and in the everyday affairs of their life. They can also be encouraged to improve their vocabulary, grammar and critical thinking skills as regular academic reading.

There are the main advantages of using English newspapers in a classroom:

- a) giving enthusiasm for reading and discussion in English
- b) making bigger love and interest towards the use of English Language.
- c) create the process of education interesting and innovative.
- d). encouraging good reading habits that will help in a better understanding.
- e)presenting a wide variety of knowledge and information -- news, sports, weather...
- f) accepting in learning grammatical usages, sentence structures and idioms and phrases.

In this case *expanding students' vocabulary* is one of the methods of teaching English through newspapers. The teacher has to allocate each student a letter of the alphabet and ask students to browse through the newspaper, find five unfamiliar words beginning with the assigned letter, and look up the definition of each. Then have each student create and illustrate a dictionary page containing the five words and their meanings combining the pages into a classroom dictionary. In a variation of this activity, he might ask students to look in the newspaper for any of the following:

- words with a particular suffix or prefix
- words containing a particular vowel sound or consonant blend
- compound words
- words in the past, present, and future tenses
- possessives
- plurals

Older students might look for examples of similes, metaphors, irony, hyperbole, and satire.

he English Newspapers can be used for learners of all levels: beginning, intermediate and advanced students. For *beginners* the familiar symbols and numbers, and many color and black-and-white photographs can communicate information that students comprehend at an *intermediate* level, the newspaper offers exposure to print, to graphic devices, and to punctuation. *Advanced* students can read English newspapers much as a native speaker would, skimming some articles, reading and the parts of the newspaper of small interest to them.

The English newspapers report the current international events, new important technological advances, the changing world and society. It's clear that the newspapers follow the time closely and the insides are new and attractive. In this way, they can always keep students motivated and up-to-date. The English newspapers present English learners a wide variety of writing written in authentic language. Different kinds of texts such as narratives, stories, letters, reports, and advertisements, etc, can serve as examples of writing and be made use of to hone students' writing ability. Further, the English newspapers provide various materials for students to broaden their knowledge. Through reading one can come across with foreign cultures, foreigners' value of life, ways of thinking, belief, behaviors and life trend better. Language is a powerful means of communication. Through reading of English newspapers, students discover life as it happens. With the development of the language ability, students' consciousness of social accountability, cultural backdrop and critical thinking are also developed to a great extent.

At the Beginners Level the teacher has to ask the students to cut out pictures of things they like in the newspaper and then write sentences about the pictures. At the Intermediate Level the teacher has to advise the students to circle words that they do not comprehend and ask them to figure out the meaning from the situation and explore the definition in the dictionary and also ask the students to analyze advertisements. Students may report their findings by writing a paragraph. At the Advanced Level the teacher has form groups to write letters to the editor and ask the students to follow a news item over a period of time and discuss the events that occur.

In conclusion the teacher has to produce *own class newspaper* and ask students to take on different roles to produce a newspaper. Students could work in groups of two to four to produce different sections of a newspaper or produce a short newspaper as a whole class. They could produce any type of newspaper and have as many different sections in it as they liked. Making decisions about what the newspaper should be and how to do it could be part of the lesson. This would take some time for them to do so you could do it in class over a number of sessions. At last they have to discuss the contents of the class newspaper and the whole process of producing it.

LITERATURE:

1. www.breakingnewsenglish.com/book.html
2. www.freeeslmaterials.com/sean_banville_lessons.html

Mukhangali K., the 1st year student
Saparkhojayeva N.P. Senior Lecturer
*Al-Farabi KazNU, Faculty of Journalism,
Chair of Printing and Electronic Mass media*

MARAT BARMANKULOV AND THE SIGNIFICANCE OF HIS BOOK "TV: MONEY OR AUTHORITY?"

He is a journalist, doctor of philology, professor of Kazakh State University, for many years he was the dean of the faculty of journalism of absentee and head of the department of television and radio broadcasting. There is a training studio named after him at the faculty of journalism .

He has trained several generations of journalists who now work on TV and radio companies , newspapers and magazines of the country. Marat Barmankulov - author of more than twenty books and manuals on the theory and practice of journalism and the study of Turkic Studies . His book "Journalism for All" , "TV: money or power" , "Han Ivan" , "Crystal dream

about kvadronatsii Turks”, “Heirs of the White Swan” and others read with enthusiasm the younger and older generation.

Marat Barmankulov distinguished himself as an outstanding writer, especially in the last years of his life, he stood at the base of the new Turkic Studies, published a major work on Turkic civilization. In these studies, he constantly stressed one idea: the roots of the East and West are intertwined so closely that this interweaving can find sources for the spiritual development of the people, the education of future generations. Karibayevich Marat was in a cohort of people who preach ideas of Eurasianism. When he died on May 9, 2000, it was a great loss to society, a big loss for the entire journalistic profession.

The next year Sagymbai Kozybaev, realizing the urgent need of association of journalists - country professionals initiates the creation of the Academy of Journalism of Kazakhstan, as well as establish a nominal premium “Altyn Samuryh” – “For outstanding contribution to the national journalism,” and the very first award – “Altyn Samuryh” №1 - it was presented to the family of Marat Barmankulov that was a tribute to the memory of Marat Karibayevich.

And now I want to tell about his best work: his book “TV: money or authority?”. This publication is illuminated on television journalism not only in Kazakhstan, but also television journalism in CIS countries and abroad.

The author introduces in detail the subtleties of such genres as interviews, press conference, interview for the “Roundtable” teleconference, reportage, essay, documentary, fashion talk shows and more. et al., can't do without modern journalist. Also, there were given the extensive and informative information on the activities of "sharks" on the television business. Company “CNN”, “Internet”, etc. On the pages of the book the reader will find a lot of interesting things about the preparation and conduct of the campaign abroad and in the CIS countries and what role is played by the TV. Many derive useful for not only journalists, but also those who are engaged in advertising business, as the author presents a detailed material on TV commercials.

Namely, on the form and presentation of advertising, the duration, the inclusion of advertising, general rules, as well as directly on advertising in Kazakhstan. The book is intended for students, journalists, businessmen, teachers and the general public.

M.K.Barmankulov first Kazakhstan researcher who began to study the emergence of the Internet in Kazakhstan and its impact on the electronic media, the development of society, our lives, predict the future of the World Network.

Kazakh nation and all journalism world appreciate this person for his works for us. His researches were one of the best and useful for nowadays generation and his predicts were true. All it helped to development of our country's journalism.

МАЗМҰНЫ

Жақып Б. ЖУРНАЛИСТИКАДАҒЫ «ПУБЛИЦИСТИКА» КАТЕГОРИЯСЫНЫҢ ТҮСІНІГІ ХАҚЫНДА.....	6
Сұлтанбаева Г.С. ӘЛЕУМЕТТІК ЗЕРТТЕУЛЕР НЕГІЗІНДЕГІ ИНТЕЛЛЕКТУАЛДЫ ҰЛТ МӘСЕЛЕЛЕРІ.....	8
Қабылғазина К. АҚПАРАТТЫҚ ЖАҒАНДАНУ ЖӘНЕ СӨЙЛЕУ МӘДЕНИЕТІ.....	14
Барлыбаева С. МЕДИА ТЕХНОЛОГИИ ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ.....	17
Козыбаев С. ЭКСПО-2017 И СМИ: МАНИПУЛИРОВАНИЕ ФАКТА МИРОВЫМИ СМИ.....	21
Ахметова Л. МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ – ВКЛАД В УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА.....	22
Муқанова Г. ЭКСПО-2017 И «МӘҢГІЛІК ЕЛ»: ЗАДАЧИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА МЕНТАЛЬНОСТИ.....	24
Бекболатұлы Ж. ПОЛЬША ГЛАЗАМИ ЖУРНАЛИСТА.....	28
Мектеп-тегі А. МӘҢГІЛІК ЕЛ ЖӘНЕ АЛАШ ИДЕЯСЫ ТАСҚА БӘДІЗДЕЛГЕН ТАРИХ.....	32
Абдраев М. ТЕЛЕВИЗИЯДАҒЫ ДЫБЫС ЖӘНЕ КӨРІНІС ПЕН ИНФОГРАФИКА.....	35

Құрманбаева А.Ә., Әбдиева Р.С. ҚҰАТ ҮНЕМДЕУДЕГІ МӘДЕНИ АСПЕКТІЛЕР	37
Алимжанова А.Б., Ақынбекова А. ҒАЛАМТОР ЖУРНАЛИСТИКАСЫНЫҢ ҚЫРЫ МЕН СЫРЫ	40
Величенко С.Н. МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В ЭПОХУ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА	44
Ложникова О. ОБУЧЕНИЕ ЖУРНАЛИСТОВ КУЛЬТУРЕ РЕЧИ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ	47
Кундахбаева А. МЕДИАПСИХОЛОГИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ИНТЕРНЕТА	51
Нода Л.П. МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТЬ ЛИЧНОСТИ И СОВРЕМЕННЫЕ ЗАДАЧИ СМИ	53
Әлім Ә., Есхуатова Н. ЖУРНАЛИСТИКАДА «ЭКСПО – 2017» ЖОБАСЫНЫҢ МЕДИАБІЛІМ БЕРУДЕГІ РӨЛІ	55
Адилъбеков С. ОБЩЕСТВЕННОЕ ВЕЩАНИЕ КЫЗЫЛОРДЫ «ҚОҒАМ ТВ»	59
Мұхамеджанов Д. «ЕХРО-НЫ» НАСИХАТТАУДАҒЫ БАҚ-ТЫҢ РӨЛІ	62
Әліқожа Б. ТҮР МЕН ТҮС ІЛІМІНІҢ ЭВОЛЮЦИЯСЫ. КӨСЕМСӨЗ ОБРАЗДЫЛЫҒЫН БАЙЫТУ ТӘСІЛДЕРІ	64
Нарсеитова Ф. БІЛІМ БЕРУ ПАРАДИГМАЛАРЫНЫҢ ӨЗГЕРУ ТЕНДЕНЦИЯСЫНЫҢ ӘЛЕМДІК БАСЫМДЫҚТАРЫ	70
Алимжанова Е.Б., Байдавлетова Б.И. ДҮНИЕЖҮЗІНІҢ САЯСИ КАРТАСЫНДАҒЫ ҚАЗІРГІ ТҮЙІНДІ МӘСЕЛЕЛЕР	78
Кулсариева А.Т. КАЗАХСКАЯ СТРАНА НА ПУТИ СОЦИАЛЬНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ	82
Жумашова Ж.А. ВАЖНОСТЬ КУЛЬТУРНО-ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ НАУКИ В ИССЛЕДОВАНИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ	88
Молдабекова А.Т. ЖЕЛЛІК ТАЛДАУ	93
Қадырғиязов Н.С. ОРЫС БАСЫЛЫМДАРЫ КЕНЕСАРЫ ХАН ТУРАЛЫ	97
Берікболова Ә.Ж., Бекбосынова Г.А. «БОЛАШАҚТЫҢ ЭНЕРГИЯСЫ» МӘСЕЛЕСІН КӨТЕРУДЕГІ МЕДИАБІЛІМНІҢ МӘНІ МЕН МАҢЫЗЫ	101
Григорьева Г.Б. О РОЛИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ЖУРНАЛИСТИКА»	104
Мухамедиярова Д.М. БАСТАУЫШ СЫҢЫП ОҚУШЫЛАРЫНЫҢ ОҚЫТУ ҮРДСІНДЕГІ ДҰРЫС СӨЙЛЕУІН ҚАЛЫПТАСТЫРУДЫҢ ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ ПЕДГОГИКАЛЫҚ МӘСЕЛЕЛЕРІ	06
Ерғожаев А. ЖАҢА МЕДИА ЕЛДІ АҚПАРАТТАНДЫРУДЫҢ ТАБЫСТЫ ЖОЛЫ	111
Айдархан С., Қастай Д. «ЕХРО-2017» – АЛЫП ЕЛДІҢ ӘЛЕУЕТІН АЙҚЫНДАЙДЫ	112
Иманова А. ҚАЗАҚ ФАНТАСТИКАСЫ ТУРАЛЫ ТҮСІНІК	114
Айдархан С., Қастай Д. «ЕХРО-2017» – АЛЫП ЕЛДІҢ ӘЛЕУЕТІН АЙҚЫНДАЙДЫ ..	117
Желдибаева Д. ЭКСПО: ҰЛТТЫҚ ҚҰНДЫЛЫҚТЫ ПАШ ЕТЕТІН МҮМКІНДІК	119
Балабекұлы Д. ЖАҢА ДӘУІРДЕГІ ҚАЗАҚ ҒЫЛЫМИ ФАНТАСТИКАСЫ	123

Марат Барманқұлов оқулары аясында өтетін
«САНДЫҚ МЕДИАНЫҢ ТРЕНДИ: МУЛЬТИМЕДИАЛЫҚ КОНТЕНТТЕР ҮШІН ЖАҢА
МҮМКІНДІКТЕР» атты
халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция
МАТЕРИАЛДАРЫ

3 наурыз, 2016 жыл

Шығарушы редакторы: Г. Бекбердиева
Компьютерде беттеген Г. Шаққозова
Мұқабай дизайны А. Қалиева

ИБ №

Басуға 22.012.2015 жылы қол қойылды. Формат 60x84 ¹/₈.
Көлемі 8,4 б. т. Тапсырыс №66. Таралымы 60 дана.
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің
«Қазақ университеті» баспа үйі.
Алматы қаласы, әл-Фараби даңғылы, 71.
«Қазақ университеті» баспа үйі баспаханасында басылды.