**«Телехабар дайындау технологиясы» пәні бойынша**

**дәрістеу әдістемелік кешені**

 **Мазмұны**

1.Телевизиялық глоссарий..................................

2.
Дәрістің теориялық сипаты.................................
3. Машықтану
дәрістері....................................................................
4. Студенттердің өздігінен орындайтын
жұмысы...................................................................

6. Пәннің оқу-әдістемелік
картасы...............................................................
7.
Негізгі және қосымша әдебиеттер..................................................................

8. Емтихан және аралық бақылау мен Миттерм
сұрақтары...............................................................

**Телевизиялық глоссарий**

Видеографический структура – бейнеграфикалық құрылым

Видеоэстетика – бейнеэстетика

Видеоязык – бейнетіл

Видеологика – бейнеқисын

Видеодинамика – бейнеқозғалыс

Видеоролик – бейнежүгіртпе

Видеотекст – бейнемәтін

Видеотрадиция – бейнедәстүр

Видеомысль–бейнеқағида

Видеожизнь – бейнеөмір

Видеоприкол – бейнекүлкі

Видеоюмор – бейнеәзіл

Видеосатира – бейнемысқыл

 Видеообучение инфографики – ақпараттық түсінікті бейнеоқыту

Видеомонтаж – бейнеөңдеу

Видеозапись – бейнежазба

Видеограмма – бейнехат

Видеоархив – бейнемұрағат

Телеидеология–теленасихат

Телекультура–телемәдениет (телесөзгер мәдениеті)

Телеимидж – жағымды телебейне

Телемедиасолидарность – телемедиатұтастық

Телепроект – тележоба

Видеоэффект– бейнетехнологиялық қолданыс

Спецэффект–арнайы бейнекадр алмастырудың классикалық үлгісі

Видеоплатформа –бейнетұжырым

Видеопроцесс –бейнеүрдіс

Видеомотив – бейнеәрекет

Телеведущий – телесөзгер

Диктор – айтаман

Телевыпуск – телешығарылым

Теледебат – телесайыс

Телеметод – телеәдіс

Видеометод – бейнетәсіл

Сурдопереводчик – саңырауаударма

Оператор – бейнегер (таспагер)

1. **Лекция.**

**Тақырып: Бақ және журналистік принцип**

БАҚ шығармашылығының ерекшеліктері оның объектісі мен субъектісін айқындап алуды талап етеді. Қалыптасқан теория бойынша шығармашылық үрдісінің негізгі объектілері мыналар:

- қоршаған орта, оны сипаттайтын жекелеген деректер, оқиғалар мен құбылыстар, солардың өзара байланысы;

- тұлғалар (жекелей, топтар, қауымдар);

- олардың қызметі;

- әлеуметтік құрылымдар;

- БАҚ аудиториясы.

Негізгі субъектілері:

- бұқаралық ақпарат құралдары,

- журналистер,

- БАҚ аудиториясы,

- әлеуметтік құрылымдар.

Қарым-қатынас пен тілдесімнің әр кезеңінде шығармашылық үрдіс әрқалай өрбиді және олардың байланысы ұдайы тұрақты болмайды. БАҚ пен аудитория арасындағы байланыстың табиғаты сырт көзге қарапайым көрінгенімен, оған әсер ететін факторлар өте көп, сондықтан да шашыраңқы. Мұның өзі осы зерттеудің өзектілігін айқындап береді.

БАҚ құрылымының негізгі компоненттері мыналар:

-ақпарат көзі (әлеуметтік құрылымдар, тұлғалар, құжаттар);

- **баяншы-**коммуникатор (журналист, редакциялық ұжым, белсенді авторлар);

-хабар (газет материалы, телехабар);

-тарату желісі- телерадиоарналары. Оның негізі (материалды-техникалық базасы);

 Мақсаты-аудитория.

Бұл жай ғана қатысым тізбегі емес, тұтас жүйе. Оның бөлшектерін бөліп қарастыруға келмейді, олар өзара байланысқанда ғана жұмыс істейтін жүйе құрылады.

Бұл жүйенің екі ерекшелігі аңғарылады. Оның бәріне адамдар тікелей қатысады, яғни, әр адамның өз сұраныстары, рухани қажеттіліктері мен мүддесі тұр. Осыдан келіп, жүйенің тиімділігі қатысты тұлғалар мен топтар арасындағы өзара сенімге, қоғамдық санаға және әлеуметтік іс-қимылға тәуелді болады.

Екінші ерекшелігі, БАҚ жүйесіндегі ең маңызды буын бір жағынан журналист, екінші жағынан аудитория болып табылады. Журналист – жеке тұлғалық қасиеттер иесі болса да, оны аудитория телестудияның немесе редакцияның өкілі деп қабылдайды. Журналист жеке дара кәсіби қызметімен айналыса алмайды, ол көп алдында көрнекі, белгілі бір жауапкершіліктерді мойнына алған тұлға. **Сөйте тұра әлеуметтік топтар мен құрылымдар арасындағы байланысты қалыптастыратын дәнекер міндетін қоса қамтиды. Оның еңбек нәтижесі** - ақпараты –редакцияның ұжымдық іс-әрекеті арқасында көрерменге, тыңдарманға жетеді. Ал, редакция да белгілі бір әлеуметтік факторлар мен қағидаларға тәуелді (қаржы көздері, жарнама берушілер, құрылтайшылар, заңдар және басқалар).

Аудиторияның өз ерекшеліктері бар:

- оның ауқымы түрлі себептермен шектеледі;

- қатысымшылар шашыраңқы;

- тікелей «кері байланыс» бола бермейді;

- ақпараттың жетуі, қабылдануы көп қырлы және болжап білуге келмейді;

- «ұжымдық бейсананың» ықпалы күшті;

- ақпараттың бір бөлігі тікелей жетпейді, оны «қоғамдық пікір көшбасшылары» ары таратады, яғни, екі сатылы сипат тән;

- психологиялық «бумеранг әсерінен» аудиторияның іс-әрекетін болжап білу мүмкін емес, насихат кері серпуі мүмкін.

БАҚ пен аудитория арасындағы ықпалдастық алда да нығая түседі. Өйткені, БАҚ демократия мен жариялылықтың кепілі ғана емес, сонымен бірге биліктің қызметін белгілі бір дәрежеде назарда ұстайтындығын да ұмытпауымыз керек.

 Телерадио ақпараттық қатысымының бір жағында БАҚ факторлары ретінде журналист тұлғасы, туынды сапасы (образдылық, логикалық шешім, дәйектілік (аргументация), эмоциональдылық) сияқты ұғымдар тұрса, екінші полюсінде - аудитория мен оның психологиялық тетіктері: қабылдау, эмоция, жады, таным, стереотиптер, қағидаттар, «психологиялық кедергілер» тұр. Оған қоғамдық құндылықтар, ұстанымдар мен наным-сенімдер, адамгершілік нормалары сияқты негізгі категориялар да қамтылады.

Журналист жекелік, сонымен бірге ұжымдық психология нысаны болып табылады. Міне, осындай күрделі ұғымдар мен солардың арасындағы қатынастар журналистің зерттеу жұмысының шеңберінде тарқатылады, соларға қатысты заңдылықтар мен принциптер зерттеледі. Зерттеудің бағыттары мен ауқымы осыдан келіп туындайды:

• журналистің кәсіби, тұлғалық және азаматтық қасиеттері мен қабілеттері, өмірлік ұстанымы мен ішкі жан дүниесі, қоршаған орта мен құбылыстарға жанашырлығы;

• бұқаралық қатысымдағы психологиялық үрдістерге тән заңдылықтар мен ерекшеліктер;

• бұқаралық аудиторияның сұраныстары, рухани қажеттіліктері, ақпаратқа сенімділігі мен оны қабылдауға дайындығы;

• журналист психикасының ерекшеліктері, оның өзгелердің ықпалынан бейтараптығы;

• БАҚ ықпалымен жеке адамдардың, әлеуметтік топтардың санасы мен іс-әрекетінде болуы мүмкін өзгерістерді болжай білу;

• журналистік мәтін, оның құрылымы, сапасы мен қуаттылығы, жақсы, сауатты мәтін мен сапасыз, түсініксіз мәтін аражігін ажырату, оның сапалық өлшемдерін ғылыми жүйелеу;

• қоғамдық сана мен ақпараттық қауіпсіздік арасындағы байланыстар;

• бұқаралық аудитория мен БАҚ арасындағы кері байланыстар, ондағы психикалық ерекшеліктер, ұжымдық бейсана (архетиптер мен діл);

• «журналист — аудитория» моделіндегі тілдесім түрлері;

• БАҚ редакциялары, ақпараттық агенттіктер, хабар тарату мекемелері, олардың ұжымдары, журналистік қауымдастық арасындағы әр деңгейлі байланыстар, формалды емес құрылымдар, көшбасшылар мен элиталар қарым-қатынасы;

• қазақ қоғамы, оның ділі, мәдениеті, рухани сұраныстары, журналистік қарым қатынастардың заң шеңберінде реттелуі, этикалық талаптар, өзін-өзі реттеу тетіктері, қаржылық және техникалық инфрақұрылыммен байланыс;

• жаңа талаптарға сай БАҚ міндеттеріндегі өзгерістер, коммерциялық және қоғамдық мүдде арасындағы, мемлекеттік пен жекеменшіктік мүдде арасындағы сәйкестілік тетіктерін табу және соларды іске қосу және басқалар.

Сонымен, журналистік шығармашылық қаншалықты күрделі және сан қырлы болғанымен, оның ортақ заңдылықтары мен принциптері орныққан. Ғылыми зерттеу соларды жүйелеп, нақты тәжірибемен ұштастырып, қазіргі кезеңге қатысты ұсыныс-пікірлер даярлау болып табылады.

**Бақылау сұрақтары:**

1.Телеарна және қоғамдық байланыстың әлеуметтік маңыздылығын түсіндіріңіз.

2. Ақпараттың жаһандық белсенділігі білім алуға негіз болады дегенді түсіндір.

 3 .Ақпараттың түрлері және оның функциялары деген ұғымды түсіндіріңіз

 **Негізгі оқу құралы**

 1.Тележурналистиканың интеллектуалды құрылымы: оқу құралы.

 М. К. Абдраев.– Алматы: Қазақ университеті. 2020.– 238 бет.

2. Телехабар дайындау технологиясы: оқу құралы. М. К. Абдраев.–

 Алматы: Қазақ университеті, 2014.–162 бет.

 **Қосымша**

Кекілбайұлы Ә. Он екі томдық шығармалар жинағы.– Алматы: «Өлке» баспасы. – Т. 8. – 1999. – 400 бет.

**Телехабар дайындау технологиясы**

 **2. Лекция**

 **Тақырып: Журналистік шеберлік: анықтамасы, сипаты.**

Журналистік шығармашылық — адамдардың био-физио-психо-социо-қажеттіліктерін өтеу мақсатында ақпарат алмасуы, тілдесуі, түсінісуі, пікірлесіп, адам, адам мен топ, қоғам арасындағы ортақ мүдделерге жұмылудың тұтас жүйесі, болмысты тану, әркімнің ондағы өз орнын анықтау және қоршаған орта мәселесінде ой қорытуы және сол арқылы өмірқамдық ұстанымдары, наным-сенімдерін бекітуі, тәжірибемен бөлісуі, белгілі бір іс-әрекеттерге ұмтылысы, адам ортасының жақсаруы жолындағы жаңа идеялар мен үлгілерді үлкен аудиторияға тарататын ақпараттық қатысым болып табылады.

Тележурналистің шеберлігі деп өзінің хабарына ақпаратты іріктеу мен сараптаудан басталып, оны өңдеу және кәсіби талаптарға сай жинақтау мен көркемдеу, экранның бейнелеуші құралдарын шебер қолдануды, күрделі пікір мен даулы көзқарасқа қатысты кейіпкер, куәгер, сарапшыларды тарту, сұхбаттасу, телеөнімді көрерменге ұғынықты етіп, әсерлі жеткізу, толғандыру мақсатындағы білім мен білік, тәжірибе мен шығармашылық қиялдың нәтижелі жемісін айтамыз. Телеэкранның табиғи ерекшелігі сол, көбіне көрермен алдымен адамын, айтушысын таңдайды, содан кейін барып, оның не айтып жатқанына мән береді, назары күшейеді. Осы жағдайда ғана түсінісіп, сенім орнығады. Кәсіби, танымал тележүргізуші, жұрт назарын өзіне қаратқан журналист образдары осылай қалыптасқан.

**Қоғамдық пікір: анықтамасы, ерекшеліктері.**

Қоғамдық пікір – қоғамдағы моралдық, саяси-идеологиялық, экономикалық қарым-қатынастан туған қауымдық көзқарас. Ресми және бейресми топтардың өзара араласуы мен ықпалдасуы нәтижесінде белгілі бір өмірлік тәжірибелер мен дәстүрлер орнығады. Әлеуметтік топтардың білімі, өмір сапасы, мәдениеті әр түрлі болғандықтан, көзқарас алшақтығы сақталады. Қоғамда пікір айту еркіндігі орнықса, сол топтардың қоршаған ортадағы құбылыстарға бағасы, құптауы мен қарсылығы еркін тарайды және соның негізінде басым құндылықтар қалыптасады. Қоғамдық пікір көпшілікті осы басымдықтар төңірегінде топтастыратын сананың көрінісі. Дамыған елдерде осы пікір алуандығы БАҚ-та кең көрініс табады, сол арқылы түйткілдер ашық талқылау жолымен шешіледі. Көп ақпарат құралдарында даулы көзқарас бойынша қарсы жақтардың пікірін бірдей беру үрдісі қалыптасқан. Қоғамдық пікір мәдениеттің жай күйіне, демократиялық құндылықтардың орнығуына, құқық пен бостандықты қолдауға, өндірістік қатынастардың сипатына ықпал етеді.

**Телевизиядағы мәтін** — деректі, пікір мен көзқарасты хабарлау, баяндау мақсатындағы ой мен сезім сүзгісінің жемісі, өзара мағыналық байланыстағы ақпарат, аудиторияның қабылдауы мен пайымдауы, түсінуіне, ары қарай таратуына негізделген әлеуметтік бағыттағы сөйлемдердің жүйелі жиынтығы. Соңғы уақытта «дискурс» ұғымы кең қолданысқа енуде. Ол телешығармашылыққа қатысы бар ұғым, өйткені, телевизиялық мәтіннің прагматикалық мәні жоғары, ол аудиториясына психологиялық әсерімен, өмірлік ұстанымдарына ықпалымен ерекшеленеді. Оның қырлары және дискурс мәніне сәйкестігі кейінгі бөлімдерде тарқатылады.

Телеарна – ресми тіркелген және радиожиілік арқылы үлкен аудиторияға телехабар таратуға арнайы рұхсатнамасы бар электронды бұқарат ақпарат құралы.

Телевизиялық шығармашылықтағы негізгі терминдер мен ұғымдар тұрақталмағандығы, бір ізге түспегендігі аңғарылып тұрады. Тәжірибеде әр түрлі нұсқалары қатар қолданылып келеді, кейде шатасатын жағдайлар да кездеседі. Мұның бір себебі, телевизияға қатысты мәселелерді әр саланың мамандары зерттеп, пікір айтады және көбіне бірі-бірінің еңбегіне назар аудара бермейді. Сондықтан, терминдерді бір ізге түсіру таяу болашақтың міндеті.

Телевизия туралы сөз болғанда бірнеше мәселе қамтылады. Ең алдымен, телетаратылым техникалық құралдар жүйесі және радиотолқынды пайдаланып, арнайы жабдықтармен, өзіндік тәсілдерімен жазылған бейне мен дыбыстық ақпаратты қашықтыққа жеткізеді. Сигнал бір мезгілде үлкен желіге таратылады да, одан телеқабылдағыштарға шашылады. Әр үйдегі антенналар сол ақпаратты экраннан көрсетеді. Осы техникалық біртұтас жүйе «телетаратылым» (телевидение) ұғымын береді.

Ал, енді көгілдір экраннан көрсетілетін ақпараттық тасқынды «телевизия» ұғымымен шендестіріп жүрміз. Яғни, ағылшынның «контент» ұғымын мазмұн деп қабылдасақ, сол мазмұнды қамтамасыз ететін жүйені «телевизия» дейміз. Теледидар сөзі онымен мағыналас емес, ол тек қабылдағыш құралдың, яғни телевизордың қазақшасы.

Телевизияның ақпараттық табиғатымен қатар соңғы жылдары қатысымдық қырлары да ашыла түсуде, яғни ол бір бағытты байланыс емес, көп жақты қарым-қатынас құралына айналды. Оның интерактивтілік белгілері жетіліп келеді.

Міне, осыдан келіп қазіргі заманғы телевизияның айрықша белгілері көрінеді. Ол — көркемдік қасиеттері және осымен терең астасатын психологиялық қырлары. Басқа да өнер түрлеріне тән барлық қасиеттерді және шығармашылық белгілерін біз телевизиядан да көреміз. Қазіргі телевизия тартымды, қызықты, ақпарат та береді, ой да қосады, көңіліңді де көтереді, алыспен сөйлестіреді, бейтанысыңмен таныстырады, қиялыңды ұштайды, арманыңды асқақтатады. Театрға барып, спектакль көрмеген адамды кездестіруге болады, ал «теледидар қараған емеспін» дейтін адам жоққа тән. Қазақтың шалғайдағы ауылдарына кино бармағалы қашан, ал, телеэкран әр үйдің төрінде тұр. Кино өнері де сол «қобдишаның» ішінде, болмаса, магнитофон, не ДВД плейер қосасың. Жерсеріктік телесигналдарды қабылдайтын табақшалар да қол жетімді.

Қазіргі ақпараттық тасқында жетекші орынды телевизия алатыны белгілі. Француздың Mediametrie ( медияметрия) компаниясы әлемнің 72 елі қамтылған зерттеуінде, телевизия аудиториясының 1,4 млрд. адамнан асатындығын және соның әрқайсысы күніне телехабар көруге орташа 3,4 сағат уақытын жұмсайтындығын анықтаған. Кезінде пекиндегі жазғы олимпиаданың ашылу салтанатын бір мезгілде 1,5 миллиард көрермен көрді деген де мағлұмат бар. Яғни, қазіргі таңда негізгі тілдесім құралы телеэкран болып отыр. Жеке отбасылық, болмаса қызметтік тілдесімге де осыншама көп уақыт жұмсалмайды. Адамдардың таным-түсінігі, сөздік қоры, талғамы телевизияға байланысты қалыптасады.

 **Қосымша рухани зияттану үшін**

Батыста телевизияның ақпараттық-психологиялық табиғаты, оның көрерменге ықпалы жайлы жарық көрген еңбектер өте көп. Біздің міндетіміз, сол теорияларды қазақ дүниетанымына бейімдеп, пайдалану. Дегенмен, табиғатты танып білуде, адамдардың қарым-қатынасын жүйелеуде бабаларымыз да қарап қалмағандығын ескергеніміз жөн. Кейбір ғалымдар батыстан келген тұжырымдарды «ләппай тақсыр» қабылдайды да, төл топырығында дүниеге келген даналық ойларға бойлай бермейді. Дала даналығының басында Әбу Нәсір әл-Фараби бабамыз тұр. Түркі дүниетанымын араб, мұсылмандық көзқараспен ұштастырып, өмірдің мәнін, асыл мұраттарын көрсеткен, логика ғылымының іргетасын бекіткен «екінші ұстаз» еңбектері күні бүгінге дейін өміршең. Халықтық мұрамыз жыр-дастандарда да адамның болмысы, ішкі жан дүниесі мен қоршаған ортамен байланысы терең астасады. Психологияның өзі ғылым ретінде қалыптаспаған кезде өмір сүрген Абай Құнанбаев та жан құбылыстарын дәл сипаттап, терең пәлсапалық ойларын ұрпағына мұра етті. Ой тұнығын сыртқа заманы шығарады. Сондай буырқанысты кезең өткен ғасырдың басында Алаш қозғалысымен бірге келді. «Оян, қазақ!» деген Міржақып Дулатовтың сөзі қазақ қауымына оң ықпал етті. Пікірталас барысында қоғамдық ой сана жетіліп, тәуелсіздік мұраттары айқындалды, жаңа мәдениеттің алғышарттары түзілді. Үздіксіз төңкерістер қасіретке ұшыратқанымен, бүгінгі тәуелсіз Қазақстанның рухани бастаулары сол кезеңде тамыр жайды. Қазақы адамтану ілімінің басында Ахмет Байтұрсынов, Мағжан Жұмабаев, Жүсіпбек Аймауытов сынды даналар тұр деп айтқанымыз жөн. Сонау 1924 жылы Мәскеуде жүріп Мағжан Жұмабаев «Алқа» әдеби үйірмесінің айқындамасын жазады. Онда әдебиеттегі үрдіске терең талдау жасалып, шығармашылық табиғаты ашылады, оқырманға әсер етудің мақсат-мұраты түсіндіріледі. «Ақын адамның сезімін тербеп, күшейтеді. Рухы күшті адам ғана тау қопарып, жетілген қоғамды жасайды» деген ой қорытып, «Алқаға кір!» деп үндейді. Осы азаматтың үннің салдары ауыр соқты. Еш жерде жарияланбай, қолжазба күйінде қолдан қолға, ауыздан ауызға жеткен жалынды сөз ұлы ақын Мағжанның тағдырын өзгертіп жіберді: қорқаулар әдеби үйірмеге шақырған үнді саяси үндеу ретінде қабылдап, үрейден безек қақты, талқылау сотқа ұласты, қуғын сүргін, қамау соңы ұлтжанды жүрекке оқ болып қадалды. «Алқаның» мәтіні[35] (ғалым Дихан Қамзабекұлының әзірлеген нұсқасы) тек 1994 жылы 13 маусымда «Өркен» газетінде жарияланды. М.Жұмабаев кейін «Педагогика» оқулығы[36] мен бірқатар мақалаларында шығармашылық табиғаты мен білім-ғылымға қатысты маңызды тұжырымдар айтады. Осы еңбектерді, Ахмет Байтұрсыновтың «Әдебиет танытқышы»[1] мен Ж.Аймауытовтың «Псиқолоғиясын»[37] бүгінгі бірқатар ғылым саласында әдістемелік негіз ретінде қарауымыз керек. Әдебиет, тіл, психология саласындағы бірқатар терминдер мен анықтамалар осы еңбектерден бастау алады. Қазақ бұқаралық қатысым теориясына да осы ойшылдарды темірқазық деп білеміз.

 Қазақ топырағында психологиялық ой-сананың дамуы туралы арнайы зерттеу[38] жүргізген ғалым Қабығұл Жарықбаев оны ілкі замандардан бастап бүгінгі күнге алып келеді. Ең алдымен, адамның жан қуаттары туралы ойды халықтық психология, тәрбиеден, өмір-салтымен біте қайнасқан фольклордан бастайды. Содан кейін ежелгі түркі ғұламаларының психологиялық тағылымдарын қорытып, руна жазбаларын, Қорқыт ата мұрасын қарастырады. Ерекше бір тоқталған дүниесі, ол — Әбу Нәсір әл-Фараби мұрасы. Сонымен қатар ортағасырлық Ж.Баласағұни, М.Қашқари, А.Жүйнеки, Қ.Иассауи, Р.Хорезми, Ж.Қаршы және С.Саранның психологиялық идеяларын да қамтиды. Келесі бір кезең Қазақ хандығы тұсындағы ақын-жыраулар шығармашылығындағы психологиялық тағылымдар, солардың ішінде Асан қайғы, Қ.Жалаири, М.Х.Дулати, Шалкиіз, Жиембет жырау, Ақтамберді, Бұхар, Шал ақын, Дулат, Махамбет және басқалардың ойлары өзек болады. ХІХ ғасырдың екінші жартысындағы қазақ ғұламалары Шоқан Уалиханов, Ыбырай Алтынсарин мен Абай Құнанбаев шығармаларындағы психологиялық белгілер мен пайымдаулар өз алдына сарапталады. Қазақ қоғамына үлкен өзгерістер алып келген ХХ ғасырдың басындағы ойшылдар да кеңінен қамтылады. Солардың қатарында Шәкәрім Құдайбердіұлының, Мәшһүр Жүсіп Көпеевтің, Ғұмар Қараштың, Әлихан Бөкейхановтың, Ахмет Байтұрсыновтың, , Халел Досмұхамедовтың, Міржақып Дулатовтың, Нәсипа Қожанованың, Жүсіпбек Аймауытовтың, Мағжан Жұмабаевтың және Сұлтанмахмұт Торайғыровтың еңбектері сөз болады.

 **Бақылау сұрақтары:**

1. Ақпараттық бейнемәтіннің құрылымы оқиға желісінің детальды құрамдастығын арттырады дегенді мысалмен анықтаңыз.
2. Ақпараттандырудағы құбылыс пен шындықтың айырмашылығы қандай?

3.Тақырыптың идеялық көркемдігін бейнекадр жиынтығымен мазмұндауда журналистік ептілік пен тәсіл қалай қалыптасады?

 **Негізгі оқу құралы**

Омашев Н. Ақпарат әлемі. 1-том. – Алматы: «Қазығұрт» баспасы, 2006. – 344 бет.

 **Қосымша**

Жанат Ахмади. Ай тұмар. Тарихи-деректі роман. Алматы: «Мирас» баспасы, 2009, 512 – бет.

**Телехабар дайындау технологиясы**

 **3. Лекция**

 **тақырып: журналистің ақпараттық шығармашылық қағидасы**

**Бірінші қағида:** адамның рухани келбеті санасы мен сезімінің біртұтастығынан тұрады және оның іс-әрекеті, ойлауы мен сөйлеуі ажырамастай бірлікте болады. Журналист болсын, көрермен болсын ол бірінші кезекте биологиялық жаратылыс және табиғат заңдылықтарына бағынады. Сондықтан шығармашылық табиғаты да адамның биологиялық табиғатынан өрбиді.

**Екінші қағида:** журналист те, көрермен де жеке тұлға ретінде қоғаммен тығыз байланысты, топтық, әлеуметтік қатынастарды басшылыққа алады, соған бейімделеді, әсерленеді, ұқсайды, еліктейді, алданады, дағды, іс-қимылдарын көшіреді, әдеттерді жұқтырады, өйткені, ұдайы ықпалдасады, әрекеттеседі, пікірлеседі.

**Үшінші қағида:** қоршаған ортаны сол күйінде ақпаратпен қамту мүмкін емес, дереккөзі орасан, оны ешқандай арна қамти да алмайды, содан бұтарлау, іріктеу үрдісіне жол ашылады, таңдауға субъективтілік тән. Яғни, журналист шындықты емес, өзі аңғарған болмысты суреттейді, көрермен де барлық журналисті бірдей көре алмайды, ұнатқанын, көкейдегіні айтқанын таңдап тыңдайды.

**Төртінші қағида:** шығармашылық қасиет журналистке де, көрерменге де тән. Журналист ақпаратты іріктеуден бастап, оны құрау, жаңа мазмұн жасағанға дейін ізденісте болады. Кадрде сөйлегенде де бүкіл болмысын, тәжірибесі мен білігін ақпараттың аудиториясына жетуіне жұмылдырады. Сол сияқты хабарды түсінген көрермен де алған ақпаратын ары қарай қорытады, сіңіреді, білімі, қиялы мен сезімі талдауға араласады, ары қарай әңгімелеп таратуы, болмаса өмірлік тәжірибесінде тікелей де, жанама да пайдалануы мүмкін.

**Бесінші қағида:** әсершіл, сезімге бай адам ойға терең, сөзге шешен келеді. Журналистің кәсіби біліктілігі, тұлғалық қасиеттері осыдан келіп тарқатылуы керек. Болашақ журналистерді оқуға қабылдағанда бұл ескерілуі тиіс және соны психологиялық тесттер арқылы мүмкіндігінше дәл анықтаса деген ұсыныс айтылады.

**Алтыншы қағида:** Ойшыл, сезімтал жасқа жазуды үйрету, болмаса сөйлеу машығын қалыптастыру, шеберлігін шыңдау қиын емес. Журналистика пәндерін оқытуда осыған баса назар аударып, болашақ маманның тұлғалық қабілеттерін дамытуға, кәсіби дағдыларын ұштауға жете мән берілуі тиіс.

**Жетінші қағида:** Ойшыл, сезімтал жан қоғамшыл, бауырмал болып келеді, өзгеге қол ұшын беруге бейім болады, көпке зиян тигізбейді. Зерттеушілік ой-санадан парасат-пайымы қалыптасады, іскерлік қабілет артады, тәртіпке бағынады, өз тіршілігін тиімді басқара біледі.

**Сегізінші қағида:** Ойшыл, сезімтал азамат терең ойлап, кең пішеді, ұлтшыл, отансүйгіш болып тұлғаланады. Ол қара басы, отбасы қамынан ұзап шығып, елдік мұраттарды ұлықтайды, шындық пен әділеттің салтанат құруы үшін күреседі, ақиқатқа жетуге ұмтылады.

**Тоғызыншы қағида:** Ойшыл, сезімтал тұлға төзімшіл болып келеді, толеранттылық қасиет басым түседі, жат жұрттықты жатсынбайды, оның жетістігінен үйренеді, мәдениетін сараптай біледі, ғаламдық құбылыстарға баға бере алады. Қазақ «мыңнан тұлпар» десе, солар өркениетті ары дамытады, тетіктерін қозғалысқа келтіреді.

**Оныншы теріс қағида:** Адам ойшыл, сезімтал бола тұра, озбыр, қатігез, тасбауыр, өзімшіл жағдайлар! Иә, осының бәрі тәрбиеден, отбасы тәрбиесі, білім жүйесі және бұқаралық ақпарат құралдары біріге келе, қоғамның діңгегін құрай алады, жасампаздықтың жаршысы ғана емес, ұйытқысы да бола алады. БАҚ жауапкершілігі дегенде алдымен осыны ескеруіміз тиімді.

 **Бақылау сұрақтары:**

1.Телеарнадағы саяси ақпараттардың біріне түсініктеме беріп, оның ел үшін маңыздылығын анықтаңыз.

2. Студиялық телехабардың көрерменмен байланыстылығы қаншалықты ұтымды әрі нанымдылық тудырады?

 3. Тақырыптың идеялық көркемдігін мазмұндауда журналистік ептілік пен тәсіл қалай қалыптасады?

**Негізгі оқу құралы**

1.Тележурналистиканың интеллектуалды құрылымы: оқу құралы.

 М. К. Абдраев.– Алматы: Қазақ университеті. 2020.– 238 бет.

**Қосымша**

Жүсіп Н. Мың құмырсқа және біз – Алматы: Алтай медиа, 2016 – (408бет.).

 **Телехабар дайындау технологиясы**

 **4. Лекция**

 **Тақырып: көсемсөз және телевизиялық аудитория**

 **Көрермен аудиториясын бұқаралық ақпарат құралдары қалыптастырады. Алғашқысында жеке адамдарға әсер етсе, келесі сатыда оларды топтастыруға, яғни әлеуметтендіруге қауқарлы. Сол арқылы түрлі құндылықтарды қалыптастырады, ол өз кезегінде мәдениет пен дәстүрге ықпал етеді. БАҚ феноменін ерекше мұқият зерттеу қажеттігі осыдан туындайды. Бір ауыз сөз, бір ғана көрініс, бір ғана сезім күні ертең үлкен қоғамдық өзгерістерге себепкер болуы мүмкін. Адамға әсер еткен сезім, ізсіз жойылып кетпейді, ол эмоциялық зердеде қалады, жады кез-келген түрткіден қайта жаңғыруы мүмкін, ақпараттың құдіреті оның күшті әсерінде.**

«Әдебиеттану терминдерінің сөздігінде көсемсөзге төмендегідей анықтама беріледі: «Көсем сөз (публицистика, лат. publicus – қоғамдық) – әдебиет пен журналистиканың қоғамдағы көкейкесті, өткір мәселелерді қозғайтын саласы. Көсем сөздің мақсаты – нақтылы саяси, экономикалық, әлеуметтік, философиялық мәселелерді көтере отырып, өз кезегіндегі қоғамдық ойға ықпал ету. Көсем сөздің осы мақсатқа орай қалптасқан өзгеше стилі болады, оған айтыс рухы, сендіру, иландыру, ұйытуға бағытталған тәсілдер тән, көсем сөздің озық үлгілерінен шешендік сөздердің ізі аңдалатыны да содан.

Көсем сөз – мерзімді баспасөз бетіндегі көптеген жанрларға бірдей қатысты ұғым. Сондықтан көсемсөзшілер (публицистер) айтпақ ойы, оны жеткізу ыңғайына қарай кейде памфлет, кейде эссе, мақала, ашық хат, кейде фельетон жазып, жариялайды»[43, 122]

Кейбір көсемсөзшілер мен ғалымдар «публицистика» терминін «көсемсөз» деп қолданып жүр. Сағатбек Медеубекұлы мақаласында[44] осы ұғымдардың аражігін таратып көрсетуге ұмтылыс жасаған. Ахмет Байтұрсыновтың «Әдебиет танытқышына» негізделген осы терминді қолдап, біз де пайдаландық. Сонымен бірге, «бұқаралық қатысым» терминін «массовая коммуникация» деген сөздің аудармасы ретінде ұсынып отырмыз. К**оммуникатор-Senders сөзінің аудармасын баяншы, реципиент-Recider терминін қабылдаушы деп алдық. Тіл маманы Фаузия Оразбаева осы терминдерді таратып айтып, педагогикаға қатысты қолданған.**

Психология мен әдебиеттанудағы ассоциация ұғымын терминком сол күйі бекіткен де, Мағжан Жұмабаев «байлау» деп қолданады, Жүсіпбек Аймауытов «іліктестік» ретінде сипаттайды. Оны Қ.Жарықбаев қош көреді. Біз соңғы пікірді қолдап, іліктестік деп қолдандық.

Диссертант қалыптасып, санаға сіңген **«мотив»** терминінің орнына қазақы **«мәніс»** сөзін ұсынады. 2000 жылы бекіген Педагогика және психология терминологиялық сөздігінде мотив «түрткі» болып қабылданып кеткен. Бұл сөз дұрыс қолданылған деп кесіп айту қиын. Өйткені, қазақы ұғымда түрткі сырттан әсерді, қозғалысты береді, көбіне қимыл әрекетін жеткізеді. Ал, мәніс-мотив санаға тәуелді құбылыс, ой еңбегінің жемісі, миға түскен ақпараттың **Жаратылыстан бері адамның маңызды қасиеттердің бірі — сөйлесу, пікірлесу, сөз өнері болып келеді. Жүсіпбек Аймауытов адамдардың өзара сөз қатынасын «үйірлесу» деп те сипаттайды.** Кейбір ғалымдар бұл сөзді малға тән деп, қабылдай алмайды. Өкінішке орай, орыстың «общение» және «со-общение» деген терминдері қазақ ғылымында орнықпай-ақ келеді. Терминком «қарым-қатынас» деп бекітсе, Қ.Жұбанов «қауымдасу, хабарласу»/№, 98, Сәбет Бап-Баба «арақатынас» деп қолданады. Бұл терминдер толық мағынасын ашпайды, дәл сипатын бермейді. Жоғарыда көрсетілгендей, психологиядан ғылыми дәреже қорғаған ғалымдар терминком бекіткен қарым-қатынас терминін қолданады. Осы арада қарым-қатынастың негізгі тетігі тіл екендігі ашылмайды. Тіл, сөз арқылы өзара байланыс болғандықтан, «тілдесім» деген жөн шығар. Тіл маманы Фаузия Оразбаева педагогикалық әдіс-тәсілдерге қатысты қатысым, тілдесім, айтылым, сөйлесім, тыңдалым деген сөздерді қолданады. Әңгіме терминнен гөрі, бүгінгі сөз өнерінің ерекше ықпал-әсерінде десек, оның ерекше құдіретке ие екендігіне көз жеткіземіз. Өйткені, бұқаралық қатысым құралдары жетілген сайын, оның үйірлесу ауқымы, яғни аудиториясы да шексіз өсе түсуде, ықпалы күшеюде. Бүгінгі адамдардың ойын, талғамын, әдет-дағдысын шарпуы. Орыс лингвистикасындағы беделді тұлға С. И. Ожегов: «мотив — побудительная причина, повод к какому-нибудь действию; довод в пользу чего-нибудь»[45] деп тұжырымдайды. Сөздің төркіні француздың **«motif»** ұғымынан тарайды және **қозғаушы себеп** мағынасына сәйкес келеді. Түрткі мен қозғаушы себеп екі түрлі психологиялық ұғым деп білемін. Қазақ совет энциклопедиясы «мотив — адамды белгілі іс-әрекетке ұмтылдыратын себеп. Мотив негізінде оқиғалардың біздер үшін қаншалықты қажет екендігіне тәуелді. Егер біз үшін сол нәрсенің үлкен мәні болса, онда сол істі меңгеруге ұмтыламыз»[46] деп түсіндіріп береді. Мәніс адамның іс-әрекетінен туындайды және санаға бағынады. Мысалы, бала есеюінің мәнісі әр түрлі дағдыларды үйрену, кейінірек оқу, білім алу, кәсіп таңдау, сөйтіп жалғасып кете береді. Сол сияқты телевизияны да көрермен белгілі бір себептерге байланысты көреді, саналы түрде таңдау жасап, назарын және уақытын бөледі.

Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі «**Мәніс** зат. Бір нәрсенің мәні, ішкі мазмұны, маңызы»[47] деген анықтама береді. Бұл сөз мәнмен қатар айтылатыны жиі кездеседі, «мән-мәніс» болып айтылады. Осындағы **мәнді** сөздік «Сана, ұғым арқылы аңғарылатын ішкі мазмұн, мағына» деп сипаттайды. Осындағы мәністі жеке дара бөліп алып, психологиялық термин ретінде қолдансақ, мағынасы да ашыла түскен болар еді.

Қазақ тілінде психологиялық еңбектер жазып жүрген Сәбет Бап-Баба былай дейді: «Психологияда мотив түсінігіне келесідей анықтама беріледі: мотив — бұл адам санасында қаланып, оны белгілі бір қажеттілікті қанағаттандыру үшін әрекетке итермелеуші себеп күш. Ал кең мәнінде мотив — шындыққа сай заңдылық ретінде ықпал жасап, объектив қажеттілік түрінде көрінетін болмыс. Ал мотивтік әрекет қылық пен іс-әрекетті психикалық реттеудің ерекше түрі (Р. Г. Агеева). Қорыта айтқанда, адамның әрқандай қылық-әрекеті оның мотивтік себеп күштеріне байланысты»[48]. Осының өзі «түрткі» терминінің тар мағынада қалып қойғандығын, қисынсыздығын дәлелдеп береді.

ХХ ғасырдың ортасында АҚШ-та бұқаралық ақпараттық байланыстардың техникалық құралдары мен гуманитарлық функцияларын зерттейтін жаңа ғылым қалыптасты. Оның дүниеге келуіне электронды-коммуникациялық революция ықпал етті және жеке академиялық пән ретінде ол жедел дами бастады. Ол туралы ғалым Л. М. Землянова былай дейді: «Журналистикамен салыстыра келіп қоғам танудың осы жаңа бір саласын қатысымтану (коммуникавистика) деп атаған дұрыс болар. Өйткені, ағылшын тілінде «коммуникация» сөзі көп мағынаны береді және ақпаратты таратуды да қамтиды. Мұндай полисемиялық жаңа ғылымның негізгі мән-мағынасына қайшы келмейді және белгілі бір дәрежеде оның энциклопедиялық кең сипатын аша түседі»[49]. Сонымен, шетел ғалымдарының пікірінше, жаңа қатысымтану ғылымы кең ауқымды қоғамдық қарым қатынастарды, ойды, мағлұматты, жаңалықты беру мен жеткізудің технологиясы мен құралдарын, ондағы компьютерлік, телекоммуникациялық құралдардың рөлі мен ықпалын және осы қатынастардың әлеуметтік-саяси, психологиялық, гуманитарлық себеп-салдарын, жауапкершілігі мен болашағын зерттейді. Яғни, зерттеу объектісі жағынан журналистиканың ауқымынан шығып, басқа да қоғамдағы қарым-қатынас факторларының жиынтығы ұғымын береді.

 **Бақылау сұрақтары**

 1. Еркін сөйлеудегі әдеп пен шешендіктің үлгісін,телехабар сөзгерінің бірін мысалға алып түсіндіріңіз.

 2. Телеарна және қоғамдық байланыстың әлеуметтік маңыздылығын түсіндіріңіз.

 3. Ақпараттың жаһандық белсенділігі білім алуға негіз болады дегенді түсіндір.

**Негізгі оқу құралы**

Телехабар дайындау технологиясы: оқу құралы. М. К. Абдраев.–

 Алматы: Қазақ университеті, 2014.–162 бет.

 **Қосымша**

Жақып Б. Қазақ публистикасының қалыптасу, даму жолдары.

Генезис, эволюция, поэтика. – Алматы: Білім, 2004. 368 бет.

 **Телехабар дайындау технологиясы**

 **5. Лекция**

 **Тақырып: Телевизиялық қатысым хақында**

 **Шетелдік ғалымдардың пікірі**

Ең алдымен, бүгінгі қоғамның жалпы сипатын беретін еңбектерге тоқталайық. Ақпараттық қоғам теориясын сараптауда шетелдік төмендегі ғалымдардың іргелі еңбектері[51] басшылыққа алынды: Р.Барт, Д. Белл, 3. Бжезинский, Ж.Бодрияр, Э. Гидденс, М.Маклюэн, М. Кастельс, А. Моль, Э. Ноэль-Нойман, О. Тоффлер, Ю. Хабермас, С.Холл, Д. Фиске және басқалар.

Бұқаралық қатысымның әлеуметтік табиғатын ашуда А. Аронсон, Т. Адорно, М. Вебер, Л. Беннет, П. Бергер и Т. Лукман, Б. Берельсон, Г. Блумер, П. Лазарсфельд, Г. Лассуэл, У. Липпман, Н. Луман, К. Мангейм, Г. Маркузе, У.С. Мартин, Р. Мертон, Д. Мид, Ч. Миллс, Т. Ньюкомб, X. Ортега-и-Гассет, В. Парето, В. Паккард, Т. Парсонс, Т. Питерсон, Ф. Сиберт, Г. Тард, К. Ховлэнд, П. Шампань, У. Шрамм, Г. Энценсбергер еңбектері[52] құнды.

2000 жылы Мәскеуде М.М. Назаровтың монографиясы жарық көрді, онда қазіргі коммуникативистиканың негізгі бағыттары сараланып, жүйеге түсіріледі. Сол сияқты ресейлік ғалымдар А.В. Дмитриев, Л.М. Землянова, В.В. Латыпов, В.Ф. Олешко және басқалар ақпараттық қатысымды, Т.З. Адамьянц, Н.Н. Богомолова, Г.Н. Вачнадзе, Т.М. Дридзе, Г.Г. Почепцов, Б.М. Фирсов және басқалар әлеуметтік қырларын саралады. Орыс зерттеушілері Е.Л.Вартанова, И.М.Дзялошинский, И.И.Засурский, Я.Н.Засурский, Е.П.Прохоров, Л.Г.Свитич және басқалар[53] БАҚ пен қоғам, билік арасындағы қатынастардың табиғатын ашуда.

Қазіргі заманғы телевизияны зерттеген еңбектер де өз алдына бір төбе. Шетелдік ғалымдардан П.Бурдье, С.Томас, Дж.Фиске, Г.Шаттенберг, Д.Гербнер[54] және басқалар оның қызметтерін талдаса, оның аудиториясын И.Анг, Р.Уикса, Н.Аберкромби, Б., Лонгхёрст[55] және басқалар қарастырады.

Телевизиялық шығармашылық табиғатын зерттеген орыс зерттеушілері Г.П.Бакулев, Э.Г.Багиров, В.М.Березин, И.К.Беляев, Р.А.Борецкий, Н.А.Голядкин, В.В.Егоров, Я.Н.Засурский, Г.В.Кузнецов, И.В.Михалкович, С.А.Муратов, Б.М.Сапунов, В.Саппак, В.Л.Цвик, А.Я.Юровский және басқалардың еңбектерін[56] ескердік. Журналисттік шығармашылық туралы С.Г.Корконосенко, Г.В.Лазутина, Л.Г.Свитич, А.А.Ширяева[57] тұжырымдары құнды.

Бүгінгі телеқатысымның психологиялық қыры мен медиаәсерлердің табиғатын түсіну мақсатында арнайы әдебиеттерді қарауға тура келді. Солардың қатарында бірінші кезекте психологиялық талдау негізін салып, мектебін қалыптастырылған 3. Фрейд еңбектері[58] қаралды.

Шетелдік психолог ғалымдар А. Адлер, Р. Берне, А. Маслоу, Д. Майерс, Г. Олпорт, К. Роджерс, А. Фрейд, Э. Фромм, К.Г. Юнг, орыс ғалымдары Л.С. Выготский, А.Р. Лурия еңбектері[59] назарда болды.

Медианың адам санасына әсері, бүгінгі ықпалы ғалымдар Д. Брайант, П.Вирилио, Г. Лебона, С.Г.Кара-Мурза, Л.В.Матвеева, С. Московичи, Э. Фромм еңбектерінде[60] көрініс тапқан.

**Бүгінгі телевизиялық қатысымды сипаттайтын модельдер көптеп саналады. Шетелдік психологтардың теориялық тұжырымдарына сәйкес, тілдесім (общение) психологиялық үрдістегі іргелі түсініктердің бірі, әсіресе, телевизияда ерекше мәнге ие, көрерменмен жалғастырушы көпір, оның аудиторияға әсер етуі күшті деп бағаланады.**

**Батыста осының көшбасына Норберт Винердің кибернетикалық және Клод Шеннонның (Shannon, Weaver, 1949) ақпараттық теориясын қояды. Ол қатысымды ақпарат көзі мен таратушы, қабылдаушы мен адресті орны деп бөледі де, хабар кодталады және кері кодталады, арада шу кедергілер болуы мүмкін деген тұжырым жасайды. Н.Винердің моделінде оған кері байланыс деген ұғым қосылады және әлеуметтік ортада ақпараттың іштей тарап, ұлғайып отыратындығы айтылады. Бұлар хабардың бағыттылығын дұрыс береді және кейінгі теориялардың бәрінің негізі болып табылады.**

**1948 жылы Ласуэлл (Lasswell, 1948) атақты «сиқырлы оқ» моделін жариялады, оған сәйкес қатысым оқ тәрізді, бір адамның миында туындаған ой екіншісінің миына тез жетеді де, автоматты түрде идея, сезім, білім немесе мәністерді қоздырады. Қабылдаушы қауқарсыз, ақпарат оны «электр шамы жанғандай, жарық еткізеді». Лассуэллдің қатысым актінің моделі бес тораптан тұрады: баяншы, хабар, құрал, қабылдаушы және кері байланыс. Осыған сәйкес қатысымға бес сұрақ тән: Кім? Не? Қандай жолмен? Кімге? Қандай әсермен? (**Who says what to whom in which channel with what effect?) **Осы модельде аудиторияға жете мән беріледі және оның топтық нормалары мен құндылықтары, дәрежесі (жынысы, жас ерекшелігі, білім деңгейі, өмір салты, күнделікті табысы және басқалар) кең сипатталады. Г.Лассуэлл әлеуметтік қатысым үрдістерінің үш міндетін ашып көрсетеді: ортаны бақылау; қоғамның барлық компоненттерін сақтап, дамыту үшін түзету және әлеуметтік мұраны келесі ұрпаққа жеткізу. Оның бұқаралық қатысымды «денеге ине салғандай» деген қанатты сөзі кең тарап кетті. Г.Лассуэлл баяншы аудиторияға хабар бере отырып, болжанған әсерленіске итермелейді деген қорытындыға келеді. Инемен кірген дәрі жанға қалай әсер етсе, сөз де адамда толғаныс тудырады.**

**Осы теорияға кейін Брэддок (Braddock, 1958) тағы екі торапты қосып, қатысым акті жағдаятын (қандай жағдайда?) және баяншының қандай мақсатты (мақсаты не?) көздейтіндігі маңызды деген тұжырым жасады.**

**У. Шрамм (Schramm, 1954) 1954 жылы «өзара шарттылық» («взаимная обусловленность») моделін ұсынды, оған сәйкес қатысым екі түрлі үрдіс: баяншы мен қабылдаушы тең қатысады, екеуі де ақпаратты кодтайды, кері кодтайды және тарқатып, түсінеді. Бұл теория бойынша, ақпараттың ұшы-қиыры жоқ, шексіз құбылыс. Шрамм тілдесім тек хабар алмасу ғана емес, сонымен бірге тұлғалар арасындағы ұстанымдармен алмасу деген тұжырым жасайды.**

**Кейіннен осы теорияларды Ховланд (Hovland, 1959) жетілдірді, тәжірибе жасап, баяншы аудиторияның сенімін пайдаланып, белгілі бір ұстанымдарды көрерменге таңатындығын дәлелдеп шықты.**

**Өткен ғасырдың екінші жартысында ақпараттың шектеулі ықпал ететіндігі, кейінірек біршама ықпал туралы теориялар дүниеге келді. М.Маклюэн қатысым құралының өзі қабылдау мен ойлау жүйесіне күшті әсер етеді деген тұжырым жасады.**

**Қатысым теориясына Абрам Моль, Пьер Шаффер, Лазерсфельд, Клэппер, Дефлер, Комсток, Парсонс, Гербнер және басқалар өз үлестерін қосты. Осының ішінде Кац пен Лазерсфельдтің (Katz, Lazarsfeld, 1955) бұқаралық қатысым құралдарының ықпалы туралы тұжырымы жоғары беделге ие болды.**

 **Бақылау сұрақтары**

1. Әңгімелесу барысындағы сөз қатысымының ақпараттылығы деген не?
2. Әлем ғалымдарының зерттеу нәтижесінен қандай қорытынды жасауға болады.

 3. Бұқаралық қатысым дегенді қалай түсінесіз?

**Негізгі оқу құралы**

1. Сұлтанбаева Г. С. Саяси коммуникацияның негіздері мен тәжірибесі: монография / Алматы: Қазақ университеті, 2017ж. – 434 бет.

 **Қосымша**

 1.Тұрсын Қ. Ж. Қазақ теледидары: тарих пен тағылым. – Алматы: «DIGITAL MEDIA ASIA» баспасы, 2008. (109-111 бб.).

 **Телехабар дайындау технологиясы**

 **6. Лекция**

 **Тақырып: Телеарна және ақпараттық қоғам**

Ақпараттық қоғам идеясы барған сайын кең қолдау тауып, қанатын кеңге жая түсуде және ондағы бұқаралық ақпарат құралдарының орны айқындалып, бедерлене түсті. Ол қоғамдық қатынастардағы маңызды күшке айналып қана қоймайды, оның болашағы үшін үлкен жауапкершілік жүктейді, әсіресе, адамның санасын қалыптастыру мен ой-өрісін дамытуда, оның мәдениеті мен білімін көтеруде, қоғам мен ғалам, ұлт пен аймақтар, әлеуметтік топ пен жеке тұлға арасында үйлесімділік пен қолайлы климат тудыруда жетекші жасампаз факторға айналады. Қазіргі заманғы тележурналистиканың адамзат болашағы үшін күресетін прогресшіл күшке, алға сүйрейтін доңғалаққа, қоғамдық күштерді біріктіретін ортаға, ізгілікті тарататын құралға айналуы заңды. Өйткені, оның қатысымдық мүмкіндіктері өте кең және пәрменділігі аса жоғары.

Профессор Намазалы Омашев былай дейді: «Геосаяси жағдай, ішкі тұрақтылық, ұлтаралық татулық сияқты нәзік мәселелер тағы бар. Міне, осы сарындас ертеңімізді баянды етер факторлар ауызбіршілігімізді нығайту жолында күш қосып, бұқаралық ақпарат құралдары қоғамдық пікірді осы бағытта қалыптастыруға жұмылу керектігін қазіргі уақыт анықтап берді. Демек, біз мемлекетшіл, елшіл рухтағы журналист кадрларды дайындауымыз керек деген сөз. Бұқаралық ақпарат құралдары өзінің болмысында үлкен әлеуметтік белсенді күшке айналды. Оның Қазақстан мысалындағы көрінісі кім-кімді де болсын санасуға мәжбүрлеп отыр. Бүгінгі тіршілік кестесі тым шапшаң түрленіп жатыр. Оның бұрыннан санамызда қалыптасқан бояуы, өрнектері күрт ыдырап, жаңа түс, жаңа белгілерге көшті. Өң түгіл, түсімізге енбеген осындай соны үрдістерді дағдымызға айналдырып, өмір салтымызға енгізіп жатқан – Уақыт дейтін құдірет. Оның тәуелсіз Қазақстан журналистикасына да алып келген жаңалығы жетеді. Яғни уақыт талабы, заман ағысы енгізіп жатқан жаңалықтар тасқыны бұрынғы жайбасар қалыптан шығып, жаңаша ойлауға, тосын мінез, күтпеген құбылыстарға бейімделуді, қажет десеңіз, ертең болатын беймәлім өзгерістерге дайын отыруды талап етіп отыр»[13, 12-13 б.]. Міне, журналистиканың болашағы зор екендігін осы пікір де қуаттайды.

Телевизия - өзіндік құпиялары мол, күрделі әлем. Көгілдір экран адамзат өмірінің өн бойында елмен бірге есейіп, қалың орман көрерменімен күн сайын сырласып келе жатқан ерекше ақпарат құралы екенін ең қатаң сыншы – уақыттың өзі дәлелдеп отыр. Ахмет Байтұрсынов бір кездері «Қазақ» газетін «халықтың көзі, құлағы, һәм тілі», - деген болса, бүгінде әрбір үйдің төрінде тұрған көгілдір қобдиша алыс-жақын ауылдар мен қалалардағы көпшілікті ақпарат көзімен сусындатып отырған басты құрал деп айтуға әбден болады. Бүгінгі телеэкран жақсылықтың жаршысы, қоғамды біріктіруші әлеуметтік күш, адамға қуаныш сыйлайтын хабаршы, жанына дауа болатын психолог, көкейдегі сұрағына жауап беретін кеңесші. Сондықтан, ондағы жасалған әрбір бағдарлама немесе хабар халыққа пайдалы, көрерменіне көзайым бола алса – мақсатқа жету деген осы!

Журналистік шығармашылықтың өзіне ғана тән белгілері бар. Кез-келген шығармашылық субъективті, өйткені, туындыгердің тұлғалық қасиеті, кісілігі, оның ұстанымдары, әдет-дағдысы, талғамы бірдей болуы мүмкін емес. Сонымен қатар шығармашылық нысаны мен қоршаған орта да оған өз белгісін қалдырады. Журналистің шеберлігі мен біліктілігі де осы факторларды ескеріп, өзі де басқалардың ықпалынан бейтарап болуды және шығармасында да ақпаратты объективті, бұрмаламай, нақты, әрі түсінікті жеткізуді қамтиды. Журналист-туынды-аудитория байланыстары тең дәрежеде, бір-біріне кедергі жасамайтындай, дамуына нұқсан келмейтіндей болса үйлесім табады. Журналистен ақпаратты жинауда зерттеушілік пен аңғарымпаздық бірдей талап етіледі, оның деректі үстіртін қарауына, болмаса білімі жетпей, топшылай салуына, астарын ұқпауына жол берілмейді. Мұндай кемшілікті аудитория оңай ажырата қояды. Мысалы, маңызды ғылыми ақпарат жинақталды, журналист оның ерекшеліктерін, себеп-салдарын терең түсінбесе, өресі жетпесе, қарабайырлыққа ұрынып, әлсіз хабар даярлауы мүмкін. Журналистің барлық ғылым саласын толық меңгеруі шарт емес, дегенмен, ол ақпаратты сүзу мен оны ажыратудың, қажетті адамдар көмегін пайдаланудың жолдарын білуге міндетті. Тележурналист ақиқатқа жетудің жолдарын білсе, қай жағдайдан да оңай шығып кетеді, әрі сол тәжірибесін аудиториясына жеткізе алады. Кәсіпқой тележурналист дерек көзін таба білуімен және соған қажетті ақпаратты мол жинақтауымен ерекшеленеді. Қазіргі ақпараттық тасқын жағдайында тележурналистің өзі белгілі бір топтардың ықпалына түсіп, солардың мүддесінің жаршысы болатын жағдайлар да кездесуде. Ол аудиторияны теріс әсерлерден қорғаудың орнына, өзі соның жетегінде кетсе, кәсіби-психологиялық тұрғыдан қалыптаспағандығын көрсетеді. Тележурналист өз еркін ғана билеп қоймай, әр сөздің, ұғымның астарын түсінуі, соның салдарын бағамдауы маңызды.

 **Бақылау сұрақтары**

1. Телеарна, театр және сахналық өнерді салыстырыңыз.
2. Телесұхбаттың ұтымдылығы оның әдеби көркемділігі мен деректілігінде дегенді мысалмен түсіндіріңіз.
3. Тақырып пен аудиториялық байланыстың мәні жөнінде әңгімелеңіз.

**Негізгі оқу құралы**

 1. Тележурналистиканың интеллектуалды құрылымы: оқу құралы.

 М. К. Абдраев.– Алматы: Қазақ университеті. 2020.– 238 бет.

 **Қосымша**

1. Қабылғазы Клара Журналист шеберлігін қалыптастыру жолдары. Оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2012. – 185 бет.

 **Телехабар дайындау технологиясы**

**7. Лекция**

**Тақырып: Мәтіннің интеллектуалдылығы**

Кез келген телехабардың мәтінделуі оның дыбыстық формасына тікелей тәуелді. Себебі, көрермендер тарапынан аңғарылып жататын кереғар пікірлерді біржақты сараптауға болмайды. Телехабардың тақырыбы мен мазмұны, дыбыстық жіктелуі сәйкестендірілмейінше оның әлеуметтік сипатында қайшылық тудыратын кемшіліктер көрініп тұрады деген сөз. Яғни,телехабардың берілу формасы әрқилы болғанымен, ол жүйелі эстетикалық талаптарға сай бірлігін сақтамаса, қызығушылық пен сұраныс азайып, қарама қарсылық ұлғая береді. Сапасыздық қайталана берген сайын,телехабар танымдық құрылымынан айырылып, телекөрермендер мен хабарғақатысушылардың белсенділігі төмендейді. Демек, телехабар әзірлеу процессіндегі енжарлық телеарна имиджінің құлдырау факторына айналады.

 Әсілі, көрермен көпшілік пен телестудияға шақырылған қонақтардың рухани немесе материалдық, инновациялық дүниеге деген көзқарасын өзгерту үшін тұрмыстық мәдениет пен әлеуметтік қоғамдастығына көп мән берілуі тиіс. Адамдарды әртараптандырып жібермей, «жұмыла көтерген жүк жеңіл» кейпінде ұжымдаса алатындай, идеологиялық бағыт ұстанатындай иірімге тарту абзал. Көрермендердің эстетикалық ой қозғалысы, логикалық бейнекөріністермен сабақтасып, сана кеңістігінде самалдасып жатса телешығармашылықтың поэтикалық өрісі ашыла бермек. Осы мәндес телемәтіндегі сөзбаян – өйбейненің өзегіне айналып, көрерменнің ішкі рухани интеллектісі тұтастанады. Яғни, интеллект – рухани тұтастық деген ұғымды білдіреді.

**Бақылау сұрақтары**

1. Құжатты бейнекадрды телехабар үлгісінде қандай мақсатта, қалай пайдалануға болады?
2. Әзіл кеш бағдарламасына сипаттама бере отырып, оның әлеуметтілігіне тоқталыңыз.
3. Журналистің әлеуметтік тұлғасы дегенді қалай түсінесіз.

**Негізігі оқу құралы**

 1.Тележурналистиканың интеллектуалды құрылымы: оқу құралы.

 М. К. Абдраев.– Алматы: Қазақ университеті. 2020.– 238 бет.

**Қосымша**

 1.Медеубекұлы С. Шешенсөз: оқу құралы, Алматы: Қазақ университеті, 2015.- 152 бет.

 **Телехабар дайындау технологиясы**

 **8. Лекция**

 **тақырып: телевизияның принципті механизмі**

 Телеқатысым субъектісі ретінде аудиторияның рөлі зор, өйткені, барлық үрдіс, технологиялық желі соның сұранысын қанағаттандыруға қызмет етеді. Телекөрермен болмаса шығармашылық та болмайды. Осыдан, көрермен теледидардан не күтеді?-деген сұрақ туындайды. Оны төмендегідей тұжырымдармен көрсетуге болады: 1) тілдесімге деген табиғи қажеттілік; 2) жалғыздық; 3) уақыт өткізу; 4) өмірқамына қажетті сұрақтарға жауап алу, өз пікірлеріңнің дұрыс-бұрыстығына көз жеткізу; 5) көңіл көтеру; 6) өмірдегі өз орныңды анықтауға ұмтылушылық; 7) өмір философиясындағы берік үштік — ақиқат, ізгілік, сұлулыққа ұмтылу. Бұл сұраныстар бүгінгі телехабарлардың психологиялық ықпалын, соның ішіндегі теріс әсеріне жан-жақты талдау жасауға, олардың себеп-салдарын көрсетуге жол сілтеді.

Бүгінгі медиаәсерлер кең сарапталып, оның кері ықпалын жою мақсатында медиабілімді жетілдіру мәселесі күн тәртібіне қойылды. Сол сияқты медиаиммунитет қажеттігі сөз болды.

Бағдарламалық саясатты жетілдірудің жолдары сарапталды.

Телеарна мен көрермен арасындағы байланыста нарықтың сегменттелуі өзекті мәселе. Яғни, әрбір хабар таратушы өзінің аудиториясын біліп, соның сұраныстарына сай бағдарламалық саясатын құруы тиіс. Жаңа технологиялар, соның ішінде сандық телевизияға көшу осы бағытты күшейтеді. Оның көрермендер үшін тиімді жақтары айқын: көпканалдылық мазмұнның да байытылуына алып келеді және таңдау мүмкіндігі артады. Әлемдік телеөндірістің даму үдерістері осы қажеттілікті алдыңғы қатарға шығарды. Қазақстанда да нарықты сегменттеу, әр арнаның өз тұрақты көрермендерін қалыптастыру, солармен интерактивті байланыс орнату аса маңызды. Сонымен бірге, телевизияға қатысты саясаттың ортақ ережесі болуға тиісті. Әлемде ол хабар таратудың жіктелуінен көрініс тапқан.

Рейтинг телешығармашылықты бағалауда маңызды көрсеткіш, дегенмен ол шынайы көрерменнің келбетін, талғамын бере алмайды, нобайын, болжалын ғана береді. Оның үстіне оның психологиялық күйін, хабардың көңіліне әсерін, іс әрекетіндегі өзгерістерді тіркеу мүмкін емес. Сондықтан, бүгінгі рейтингтік өлшемдер жалпы үрдісті бергенімен, телевизияның пәрменділігі мен тиімділігін дәл өлшеп көрсете алмайды деген қорытындыға келеміз. Бұдан шығатын ғылыми тұжырым, қазіргі рейтингтік өлшемдерді басшылыққа алып, оны жетілдіре түсу керек, оны ешкім жоққа шығармайды. Сонымен қатар, қазіргі заманғы телевизияның адамдарға, әлеуметтік топтарға әсері мен ықпалын арнайы да зерттеген, ұдайы бақылауда ұстаған жөн. Жоғарыда, осындай психологиялық орталықтардың бірнеше елдерде бар екендігін мысалмен келтірдік. Қазақстанда да телеөндіріс пен адам, қоғам, билік арасындағы қарым-қатынасты терең зерттейтін, құзіретті органдарға ұсыныс-пікір айтатын, кем кетігін көрсетіп, оны түзету жолдарын айқындап беретін ұлттық БАҚ саласындағы психологиялық зерттеулер орталығы қажет.

Телеөндірісті дамыту мақсатында қоғамдық телеарна ашу қажеттігі сарапталды және әлемдік тәжірибеге шолу жасалды. Оның кейбір элементтері «Қазақстан» ұлттық телеарнасының саясатында байқалғанымен, ол - мемлекеттік арна және басқаруында. Сондықтан да қоғамның көзқарасын, әсіресе, кейбір қайшы пікірлерді жеткізе алмайды. Телеарнаның көбіне билікті оң, позитивті көрсетуі соның көрінісі. Қазіргі таңда бізге осы мәселені шешетін ортақ ұстаным керек. Ол үшін арнайы бас қосу өткізіп, осы саланы зерттеушілер мен мамандар бір ортақ шешімге келіп, қоғамдық телеарнаның қазақстандық моделін жасауы керек.

Қазақстан телеөндірісінде мына мәселелерді тезірек шешу қажет:

1) Телеөндіріс дамуының заңды құқықтық негіздерін, сандық телевизия ережелерін, стандарттарын бекіту;

2) Сандық телевизиядағы алғашқы әлеуметтік мультиплексті бекіту және келесі ақылы мультиплекстердің шартын белгілеу;

3) Теленарық екі деңгейлі: а) әлеуметтік маңызды, тегін және ә) коммерциялық, ақылы болуы үшін алғышарттар жасау;

4) Телеөнімнің шығармашылық сапасын, оны бағалаудың өлшемдерін белгілейтін және жанрын нақты анықтайтын жіктеуішті енгізу;

5) Радиожиілікті алу үшін ұсынылған тұғырнаманың талаптарын нақтылау, арналарды өз өндірісін дамытуға итермелеу және ынталандыру және басқалар.

Бүгінгі телевизияның дамуындағы маман мәселесі, журналистік білім берудің түйткілдері де қарастырылды, нақты ұсыныстар белгіленді.

**Бақылау сұрақтары**

1. Ақиқат және журналистика дегеннің мәнін түсіндіріңіз.

2. Шығармашылықты бағалаудың өлшемін қалай түсіндірер едіңіз? 3.Хабардың психологиялық ықпалы дегенді түсіндіріңіз.

 **Негізгі оқу құралы**

 1. Тележурналистиканың интеллектуалды құрылымы: оқу құралы.

 М. К. Абдраев.– Алматы: Қазақ университеті. 2020.– 238 бет.

**Қосымша**

 1. Нұрсұлтан Мықтыбай. Меркі Тынысы газеті. Омашев ұстаздың «Есіңде болсындары», 22 қаңтар, 2020 жыл.

 **Телехабар дайындау технологиясы**

 **9. Лекция**

**Тақырып: Телеқатысым: анықтамасы, құрамы.**

Телевизиялық қатысым дегеніміз — телехабар тарату құралдары арқылы адамдардың араласуға деген табиғи қажеттілігінен туындайтын белгілі бір деректі, ой не оқиғаны, құбылысты хабарлап, ойын, сезімін жеткізіп, көрерменмен түсінісу, пікірлесу, әсер ету мақсатындағы шығармашылыққа негізделген іс-әрекет. Дәстүрлі тілдесіммен салыстырғанда журналист пен көрермен арасында тікелей өзара сөйлесу сәті болмайды, жауап қайтарылмайды, сөздің мәні жеке тұлғадан топқа тарайды, топтың пікір алмасуы аудиторияның саналық және психофизикалық әрекеттеріне қызмет етеді, ол қоғамның жетілуіне әкеледі. Телеқатысымның құрамы мейлінше күрделі, көп сатылы, көп қабатты және көп элементті. Оның бір қиырында өмір шындығы, болмыс, оны танудың тәжірибесі тұр, ортада аралық ақпаратты електен өткізетін, өңдейтін журналистер, редакциялар, түрлі агенттіктер, әкімшілік бар. Дайындалған өнім хабар тарату арналары, желісі арқылы үлкен аймаққа жеткізіледі. Екінші бір полюсте, хабардың мақсатты аудиториясы, жеке адамдар, отбасы мен шағын топтар тұр. Әдетте, аудиториядан аз мөлшерде кері сигнал (телефон шалу, хат жазу, сайтта пікір қалдыру, т.б.) редакцияға беріледі, соңғы кезде интерактивтілік (тікелей эфирде сұрақ қою, дауыс беру, пікір айту, баға қою, т.б.) тәсілдер жиі қолданысқа енгізілуде. Соңғы ғылыми нәтижелер ақпараттық қатысымның жаңа қырларын ашып, ақпараттық цикл онымен шектелмейтіндігін, ол жеке адамдардың санасымен қоса бейсанасында із қалдыратындығын, сол арқылы және көшбасшы тұлғалардың қатысуымен ары қарай тарайтындығын, жанама ықпал ететіндігін, сөйтіп үлкен әлеуметтік сипатқа ие болатындығын дәлелдеуде. Қоғамдық қарым-қатынастардың дамуына жетелейтін осындай ақпараттық айналым қалыптасты, ол күн өткен сайын жетіліп келеді.

**Телеқатысым: хабар тарауының кезеңдері, оған тән қасиеттер.**

Жоғарыдағы анықтамадан ақпараттың тарауының мынадай кезеңдері туындайды:

1-кезең: хабардың туындауы (мәтінтану теориясына сәйкес шындықты бөліктеу (кванттау), я тәжірибені тану);

2-кезең: шығармашылық өңдеу, қалыптау, біртұтас мәнге айналдыру. Журналистің тікелей қатысымен жүзеге асырылады.

3-кезең: хабардың жеткізілуі. Ақпараттық арналар арқылы жүзеге асырылады.

4-кезең: хабардың қабылдануы, оны көрерменнің түсінуі, ұнатуы не жаратпауы, сезінуі, пікір туындауы.

5-кезең: хабардың жауабы, ықпалы.

Телевизиядағы тілдесімге тіл (сөйлеу, дауыс қарқыны мен қуаты, екпін мен кідіріс), бейнеқатар, графика, фон, титр, монтаж, дыбыс, шу, кадрдағы адамдардың қимыл-қозғалысы, ым мен ишарасы және басқалар қатысады.

Телеқатысымға тән қасиеттер:

- ақпараттық тасқын, әр түрлі сипаттағы ақпараттың іріктеліп, топтастырылып берілуі;

- көп каналдылық, пікір саналуандылығы, көзқарасты тарату еркіндігі;

- журналистік шығармашылықтың әркелкілігі;

- ақпаратты іріктеу мен өңдеу сапасы арасындағы алшақтықтар;

- субъективті ықпалдың болуы;

- уақыт пен кеңістікке тәуелділігі;

- аудиторияның әркелкілігі және шашыраңқылығы;

- көрерменнің таңдау еркіндігінің болуы;

- мәдени және эстетикалық талғамның әр деңгейлігі;

- коммерциялық қажеттіліктер, пайда табудан туындайтын қысым;

- журналист, редакция, көрермен арасындағы мақсат, мұраттардың әркелкілігі;

- аймақтық және жаһандық мүдделер тоғысы, әркелкі дамудың салдары және «күштілердің әлсіздерге» ықпалдылығы;

- ұлттық мүдде мен қауіпсіздіктен туындайтын күрделі құбылыстар;

- саяси билік, қаржы топтары мүддесінің басымдығы, ақпараттық қысымы және алдарқатуға (манипуляция) бейімдігі;

- заңды және этикалық нормалардың жетілмегендігі, олардың іске асу механизмінің қалыптаспағандығы;

- осы саладағы ғылыми тәжірибелердің жетімсіздігі, тұжырымдардың толық қалыптасып, орнықпағандығы және басқалар.

Осы күрделі мәселелер зерттеу барысында таратылады және ғылыми пікірлер сарапталады.

Телеқатысымның қызметі (функциясы) мыналар:

1) ақпарат таратушылық;

2) экспрессивтік қызмет;

3) байланыстырушылық.

Яғни, телеөндіріс хабар таратып қана қоймайды, сонымен бірге, белгілі бір хабарды, ойды тиянақты жеткізіп, оған мән-маңыз береді, сезімге әсер етеді, сөйлеу, сөзді қабылдауға, оның мағынасын түсініп, әр түрлі экспрессивтік-эмоциональдық күйді танытуға жетелейді, адамдардың өзара тілдесімі өмірлік тәжірибелерді, дағдыларды, жақсы іс-әрекеттерді бір-біріне үйретеді, рухани қарым-қатынасқа түседі, ортақ пайымдар, құндылықтар пайда болады, адам мен топ, адам мен қоғам, адам мен билік арасындағы байланыстар орнығады. Экспрессивтілік дегеніміз – бейнелеу, бағалау тілдік құралдардың айқындығымен ерекшеленіп, сөйлеушінің белсенді сезім-күй әрекеттері арқылы ойды әсірелеп, көркемдеп жеткізуде сөз өрнектерінің ұтымды қолданылуы. Ғалымдар жеке адамның да, қоғамның да дамуында бұқаралық ақпараттың және білім жүйесінің жетекші маңызын атап көрсетеді.

**Бақылау сұрақтары**

1. Телесөзгердің қимыл әрекетінің интеллектуалдылығы дегенді түсіндіріңіз.

2. Тіл мәдениеті және қоғамдық қатынас дегеніміз не?

3. Аудиторияның әркелкілігі дегенді түсіндіріңіз

**Негізгі оқу құралы**

1. Қамзин К. Қазақ көсемсөзі жанрларының кемелдену үдерісі: Монография/– Алматы: Экономика, 2009. – 400 бет.

 **Қосымша**

 **1. Кекілбайұлы Ә. Он екі томдық шығармалар жинағы. –Алматы: «Өлке» баспасы. – Т. 9. – 1999. – 416 бет.**

 **Телехабар дайындау технологиясы**

 **10. Лекция**

**Тақырып: Телеқатысымның теориялық тұжырымы**

 **Телеқатысымдық теориясының негізгі тұжырымдары төмендегідей:**

**1. Көрермендер жеке тұлға деп қаралмайды, олар әлеуметтік топ мүшелері, бір-бірімен араласып тұрады.**

**2. БАҚ ақпаратына тікелей және сол сәтте жауап қатпайды, әлеуметтік ықпалдастық ықпалымен ғана шешімге келеді.**

**3. Жауап қатуға екі үрдіс қатысады: хабарды ұғыну/назар аударып, қабылдау/не келіспей, қарсылық білдіру.**

**4. Жеке адамдар қатысым үрдісінде әр түрлі рөлді атқарады, оның бір бөлігі белсенді топ (БАҚ идеяларын түсініп, оны ары қарай жеткізуші), ал екіншісі көбіне әлеуметтік қарым-қатынаста айтылған ақпаратқа көбірек сүйенеді.**

**5. Үрдіске белсенді қатысушылар (көшбасшылар) ерекше қабілетті: олар БАҚ-ты ақпарат көзі ретінде жиі қарайды, тілдесімге бейім, шешен келеді, өз бойындағы басқаларға ықпал ететін күшті сезеді және сол абыройын нығайтуды ойлайды.**

**Осы модельге Робинсон да пікір білдіріп, БАҚ ықпалының көп сатылы екендігін дәлелдеуге тырысты. Осындай ықпалды сынаушылар да көп, дегенмен тұжырымның көкейге қонымдылығын уақыт дәлелдеп берді. Теледидар тікелей де, жанама да, әлеуметтік топтар арқылы да, көшбасшы тұлғалар арқылы да өз көрерменіне ықпал етеді. Оның өктем, агрессивті сипатын тележарнамадан байқаймыз.**

**1973 жылы Э.Ноэлл-Нойманның (Noelle-Neumann, 1973) «үндемеу спиралі» теориясы жарық көрді. Ол бойынша медиаәсерлердің ықпалы күшті, көпшілік пікіріне қарама-қайшы келетін болса, адамдар өздерінің көзқарастары мен нанымдарын жасырады. Осы зерттеуде БАҚ-тың қоғамдық пікірді қалыптастырудағы жетекші тетік екендігі баса көрсетіледі.**

**1983 жылы АҚШ-тағы Ұлттық психикалық денсаулық институтының телевизияның іс-дағдыға ықпал ететіндігі туралы баяндамасы жарияланды. Онда экрандағы қантөгіс, зорлық көріністерінің балалар мен жасөспірімдерге күшті әсер ететіндігі көрсетілді.**

**Келесі теория «жаңашылдықтың диффузиясы» деп аталады, авторы Роджерс (Rogers, 1983). Оның басты қағидасы жаңа идеялар мен өнімдер әлеуметтік жүйе мүшелері көмегімен бірден емес, уақыт өте келе тарайтындығын көрсетеді. Оны төрт сатылы күрделі жүйе ретінде көрсетеді және үш негізгі блоктан тұрады: алғашқы жағдай, үрдіс және себеп-салдар.**

**Біріншісіне қабылдаушы ғана қатысады.**

 **Екінші блок – тану, қатысын өзгерту және шешім қабылдау. Мұнда жаңалықтың ерекшеліктерімен танысқан тұтынушы өзін қоршаған топтың нормалары және құндылықтарына сай шешім қабылдайды.**

 **Үшінші блок, жаңалықты қолдану немесе пайдаланбау.**

**Кейіннен бұл теория да резонанс алып кетті, бірнеше ғалым өз үлестерін қосты, тіпті математикалық өлшемдер енгізілді.**

**Тағы бір назар аударарлық теория Фискенің дискурстық моделі (Fiske, 1987) болып табылады. Ол бойынша БАҚ мәтіндері кодталған мағына ғана емес, ол аудиторияға қатысты өнім, телебағдарламадағы мәтінді көрермен оқып, қанағат сезімін алғанда ғана мақсатына жетеді, қатысым орнайды. Дискурстан («язык или система репрезентации, которая развилась в ходе социальных процессов и которая создает и поддерживает когерентный набор смыслов относительно какого-то важного предмета») «оқырманның» тәжірибесі мен ұстанымдарына байланысты мағына туындайды. Дискурс ұғымы «мағыналық құрылым» деген түсінікті береді.**

**1989 жылы «Қатысымтанудың халықаралық энциклопедиясы»[61] жарық көрді. Онда 200-ге тарта автордың философия, тіл білімі, психология, мәдени әлеуметтану, саясат, оқу технологиясы, эстетика, этнография және басқа да салаларды қамтыған іргелі зерттеулері топтастырылды. Сөйтіп, қатысым үрдістерін зерттеушілерді жақындастыру, міндеттерін нақтылауға қатысты маңызды қадам жасалды.**

**Бұқаралық қатысым теориясының негізгі идеялары арнайы кестеде тізімделіп, қосымша ретінде берілді.**

Телешығармашылық туралы сөз болғанда орыс философы М.М.Бахтиннің мәдениет пен қосүн (диалог) туралы айтқандарынан айналып кете алмаймыз. Өйткені, осыған қатысты тұжырымдарының бәрі дерлік «идея» деген ұғымға тіреледі, мәдениеттің өзі - идея, қосүн де идея, сөйлеудің де түп қазығы – идея, ал, бүгінгі идеялардың қозғаушысы БАҚ. Адам танымының негіздеріне тоқтала келе ойшыл қосүннің әмбебап сипаттарын атап көрсетеді: «Диалогические отношения... это — почти универсальное явление, пронизывающее всю человеческую речь и все отношения и проявления человеческой жизни, вообще все, что имеет смысл и значение... Где начинается сознание, там... начинается и диалог... Все в жизни диалог, то есть диалогическая противоположность»[62]. Осы ойды дамыта келе, қазақ философы Амангелді Айталы: «культура» латын тілінен аударғанда «жақсарту», «ізгілендіру», «сүйкімдендіру» деген мағынаны білдіреді. Ол – ізгілік беруші, асыл қасиет дарытатын қазына. Мәдениет биологиялық инстингтермен емес, әлеуметтік қатынастармен реттелінеді» [63]-дейді.

**Телевизияның шығармашылық табиғатын ашуда орыс өнертанушысы Владимир Саппак (1921-1961) ізашар болды, алғаш рет жүйелеп, құнды дүние[64] қалдырды. Өзі төсек тартып ауырып жатқан жанның жанқиярлық еңбегі күні бүгінге дейін өзектілігін жойған жоқ, бірнеше рет қайта басылып шықты, тележурналистика саласындағы «алтын оқулық» қатарына кірді. В. Саппак талантты театр сыншысы, журналист болатын, ұлты қарайым (арғы тегі түркілік), оның өнерді жетік білуі жаңа дамып келе жатқан телевизияның құдіреттілігін де тап басуға көмектесті, экранды «тұлғалардың рентгені», «мінездердің рентгені» дейді, яғни, тележурналист болсын, кейіпкер болсын, сөзімен ғана емес, экранда ішкі жан дүниесімен танылады. Тағы бірде: «Абсолютный слух» на правду — вот что от природы получило телевидение»,-дейді. Экранда шындықты жасыру мүмкін емес, өйткені, көрермен жалғанды оңай ажырата қояды, сенім болмаған жерде хабар да болмайды.**

**Өзі сұрақ қояды да, оған жауап та береді: «Телевидение стандартизует наши вкусы, наши потребности?**

**Да. Но оно же выступает великим пропагандистом культуры, бесконечно расширяет наши знания о человеке, об обществе, о том же искусстве, как бы само информирует, что осталось за бортом и из чего следовало бы выбирать».**

**Телевизияның әлеуметтік және эстетикалық құндылықтарын бұтарлап көрсете келе, В. Саппак мынадай қасиеттеріне баса назар аударады: «деректілік», «шығармашылықтың сол сәттілігі!», «қатысу эффекті», «интимділік», «суырып салуға бейімділік», «жоғары сапа, жоғары шеберлік». Әрине, телеэкранның аудиториясы кеңінен сөз болады, тележүргізушілердің шеберлік қырлары ашылады, оларға тән қабілеттер сарапталады.**

**В. Саппак телевизияға өнер деп қарап, оны былай деп тұжырымдайды: «...телевидение — в своей идее — поднимает или, скажем даже, утверждает значение человеческой личности, свободу и непосредственность ее выявления, новый, интимный характер ее контактов с широкой общественной средой. На вопрос — быть или не быть телевидению искусством? — я отвечаю: быть!»**

**Тележурналистиканың осы негіздерін кейін, зерттеушілер Р.А.Борецкий мен А.Я.Юровский жалғастырды, орыс тіліндегі алғашқы оқулықты жазып шықты.**

**Орыс тележурналистикасының теориялық негіздерін қалаған ғалымның бірі Э.Г.Багиров батыстық теорияларды сараптай келе, өз көзқарасын білдіріп, қатысымдық үрдісті төмендегіше сипаттайды:**

**Өмір шындығы—►Тұлғалық қасиеттер—►Әлеуметтік қатынастар құрылымы —► Қатысымдық тәуелділік құрылымы —► Шағылысу үрдісі —► Шығармашылық үрдісі —► Ұғыну, қабылдау үрдісі—► Кері байланыс —►Нәтиже, әлеуметтік тәжірибе мен іс-әрекет[65].**

Телеөндірістің құрылымы мен шығармашылық табиғатын дәл және ауқымды сипаттайтын модель күні бүгінге дейін өзектілігін жоғалтқан жоқ. Э.Багиров телевизияны үрдіс ретінде қарастырып, оның әлеуметтік қырларын, қоғам өміріндегі маңыздылығын жаңаша қорытады, дамытады.

**А.Я.Юровский телевизияның табиғи ерекшеліктерін ескере келе, оның табиғатын төмендегідей көрсетеді[66, 29-30 б.]:**

**1) кең таралымдығы. Электромагнитті толқындардың кең тарайтындығы мен үлкен аумақта көру мүмкіндігі.**

**2) экрандылығы, яғни бейнеқатармен қоса дауыс, дыбыс пен шудың берілуі, содан кең аудиторияға түсінікті, сезімталдықпен қабылдануы.**

**3) тікебайланыстылығы, іс-әрекетті сол күйінде бейнелі, жанды пішінде сол заматта көрсетеді, бір сәттілік тікелей эфир хабарларына сенімді күшейтеді.**

**Телевизияның құрылымдық, бейнелеуші, эстетикалық және шығармашылық ерекшеліктері мен кең мүмкіндіктерін зерттеуші осы үш қасиеттен таратып әкетеді.**

**Бақылау сұрақтары**

 1. Мәдениет - идея, қосүн де идея, сөйлеудің де түп қазығы – идея, ал, бүгінгі идеялардың қозғаушысы БАҚ дегенді қалай түсінесіз?

2. Әр адамның дауысының көпқырлылығы оның мінезін ашады дегенді қалай түсінесіз?

3. Сөйлеу дағдысында физиологиялық өзгерістердің табиғилығы жайлы айтыңыз.

**Негізгі оқу құралы**

1. Сұлтанбаева Г. С. Саяси коммуникацияның негіздері мен тәжірибесі: монография / Алматы: Қазақ университеті, 2017ж. – 434 бет.

 **Қосымша**

 1. Қайдар Ә. Ғылымдағы ғұмыр. – Алматы: Атамұра, 2000. – 320 бет.

 2. Жақсылықбаева Р. Публицистің шығармашылық зертханасы: Оқу құралы. – 2-бас. – Алматы: Қазақ университеті, 2011. – 243 бет.

 **Телехабар дайындау технологиясы**

 **11. Лекция**

**Тақырып: телевизиялық шығармашылықтағы журналист тұлғасы**

 Қазіргі қоғам дамуындағы тележурналистиканың жетекші мәні, телевизиялық шығармашылықтағы журналист тұлғасы, кәсіби біліктілік келбеті, азаматтық және қайраткерлік ұстыны, оның туындысы, ақпаратты өңдеудегі шеберлік қырлары, көркемдік шешімдері, мақсаткерлігі және қоғамдық маңызды хабарды көру, түсіну мен қабылдаудағы көрермен орны, заманауи ақпараттық тасқынның оның өмір салтына, талғамына, іс-әрекеттеріне, басқа да қажеттіліктеріне ықпалын айттық.

Бүгінгі ақпараттың қуаты неде, оның пәрменділігінің белгілері қандай деген сұраққа жауап ретінде ғылыми тұжырымдар жасалды. Оның белгілері мыналар:

1) ақпаратқа сұраныс бірінші кезекте адамдардың қоршаған ортаны танып-білуге, соған бейімделуге деген табиғи қажеттілігінен туындайды;

2) адамның таным жүйесі нәсілі, ұлты, жынысы, жас ерекшелігі, салт-дәстүріне, өмір сүру жағдайына қарамастан, ортақ табиғат заңдылықтарына бағынады;

3) адамтанудағы соңғы ғылыми жетістіктер жеке тұлғаның ойлау, сөйлеу, тілдесу сияқты негізгі іс-әрекеттері сана мен сезімнің біртұтастығынан, ортақ әрекетінен туатындығын дәлелдеп берді. Ойлаудың күйін келтіретін, қуат беретін, шабытқа апаратын күш – эмоция!;

4) Бұқаралық ақпарат құралдары ішінде телевизияның айрықша эмоционалдығын, адамдарға күшті ықпал ететіндігін осы үрдіспен түсіндіреміз. Білімі, ақыл-парасаты, өмірлік тәжірибесіне қарамастан телеэкран көрермен үшін ең қолайлы, ең сіңімді, ең жеңіл қабылданатын ақпарат болып табылады;

5) Осыдан келіп, телевизиялық қатысымның психологиялық күшті әсеріне, оның сананы ғана қозғап қоймайтындығын, бейсана, түпсананы да тітіркендіретініне, мида күрделі психикалық үздіксіз үрдістер жүретіндігіне көз жеткізіп отырмыз.

6) Қоғамдық маңызды ақпарат бұқаралық ақпарат құралдары арқылы жеке адамдарға тарап, олардың талғамын, әдет-дағдысын қалыптастырады, жақсыны үлгі етеді, жұқтырады, жаманды мансұқтап, сақтандырады, өмірқамдық сұрақтарына жауап береді, мақсат-мұраттарын айқындауына қосалқы жәрдем етеді;

7) Келесі сатыда ақпарат адамдарды біріктіреді, топтайды, әлеуметтендіреді және шағын топ, ұжымдар ірілене келе қоғамды құрайды. Ақпарат жеке адамнан топқа, көшбасшы тұлғалар арқылы келесі топтарға тарағанда оның пәрменділігі арта түседі, аудиториясы кеңейеді;

8) Осыдан келіп, қоғамдық пікір қалыптасады, яғни, басым көзқарастар үстемдік алады, жеке тұлғалар соның жетегінде ортақ үлгілерге, көзқарастарға және ұстанымдарға ұмтылады. Болмаса, көпшілік айыптаған іс-әрекеттен аулақ болады, не ол ісін жасырады, сыртқа білдірмейді;

9) Адамның рухани келбеті осылай ішкі физиологиялық, психологиялық қабілет-қарымнан және сыртқы әлеуметтік әрекеттесумен, қоғам психологиясының ықпалымен толысады және ұдайы соның шеңберінде дамып, жетіліп отырады;

10) Үздіксіз, өмір бойғы ақпарат алмасу үрдісі осылай қоғамдағы әдет, салт пен дәстүрді, тұтаса келе мәдениетті, өркениетті қалыптайды. Осы үрдісте сөзден кейін, дұрысы қосарлана, мінез-құлық тасымалданады;

11) Ендеше, «ақпарат билік», «БАҚ төртінші билік» деген ұғымдар жанама болса да ақиқатқа жақын, ақпарат жеке тұлғаларға да, кіші және үлкен әлеуметтік топтарға да, билікке де, мемлекеттік құрылымдар мен институттарға да бірдей ықпал етеді, олардың алдына қойған мақсаттары сол ақпаратты басқару арқылы жүзеге асырылады, ғайыптан ешнәрсе пайда болмайды, бұқаралық қатысым болмаса іс-әрекеттесу, қарым-қатынас та болмайды, қоғам мен тіршілік дамымайды;

13) ақпаратқа тән тағы бір қасиет, ол тарихы жадының болуы, ұрпақтан ұрпаққа ауызша да, таңбалар мен түрлі құралдар арқылы да жеткізілетіндігі;

14) келесі бір құдірет, ақпараттың мида эмоциональды із қалдыратындығы, ол кез-келген іліктестік арқылы қайта жаңғырығып, адамның санасында ұмытыла бастаған жайлардың қайта еске түсіріп, көз алдына әкелетін қасиеті;

15) ақпараттық сүзгіге адамның сезім мүшелері тегіс қатысады және соның ішінде көруге айрықша сезімталдық тән, адамның бір көріп, әсерленген жағдайды көп уақыттан кейін танитын қабілетін осымен түсіндіре аламыз;

16) осы ақпаратқа тән қасиеттер телевизия сияқты қатысым құралының табиғи ерекшелігін танытады, Маклюэн қағидасымен айтсақ, «адамның барлық сезім мүшелерін сыртқа қарай өсіреді»;

17) Маклюэн қағидасының екінші жағы да бар: «сезім мүшелері өсе келе, артық өскін болады, оны хирургиялық сылып тастау қажет болатын жағдайларға апарады»;

18) осыдан келіп, ақпараттық тасқынның салдарынан нәзік адам психологиясына артық жүк түсуде, ауытқулар жиі кездесуде;

19) осының бәрі жинақтала келіп, адам санасының экологиясы, яғни сыртқы күштердің теріс ықпалынан қорғау, оның табиғи болмысын сақтап, эволюциялық бағытта жетілдіру, ізгілендіру деген қағидаттарды күн тәртібіне шығарды. Бұқаралық қатысым құралдарының, соның алдыңғы шебіндегі телевизияның жауапкершілігі осыдан келіп туындайды. Зерттеудің өн бойында осы қағидаларға баса назар аударылды және мүмкіндігінше ашып көрсетілді.

Бұл бұқаралық қатысым теориясындағы жаңа тұжырымдарды саралай келіп, бүгінгі әлеуметтану мен қоғамдық психология ғылымдарындағы ізденістерді журналистика теориясымен ұштастырудан туындаған тұжырымдар.

Телевизия саласында заңды-құқықтық нормаларды, сандық телевизия ережелерін, стандарттарын белгілеудің қажеттігін сарапталып, нақты ұсыныстар белгіленді. Соның қатарында алғашқы әлеуметтік мультиплексті бекіту және келесі ақылы мультиплекстердің шартын белгілеу бар. Телеөнімнің шығармашылық сапасын, оны бағалаудың өлшемдерін белгілейтін және жанрын нақты анықтайтын ортақ жіктеуішті енгізу ұсынылды. Радиожиілікті алу үшін тұғырнаманың талаптарын нақтылау, арналарды өз өндірісін дамытуға итермелеу және ынталандыру жағы қарастырылды.

Қазіргі журналистке тән кәсібилік қабілеттерді анықтау, оның жетілдірудің жолдары көрсетілді, шығармашылық иесінің жеке психологиялық қабілеті мен оның туындысы арасындағы байланысы зерттелді, телеөнімнің, соның ішінде жаңалықтардың, көңіл-көтерушілік бағдарламалардың көрерменге жағымды ықпалын көрсетілді, талантты журналист, көшбасшы, «тележұлдыз», жақсы туынды, нашар хабар белгілерін, соған байланысты журналистік шеберлікті шыңдау жолдары айғақталды.

Билік пен телеөндіріс, қоғам мен журналист арасындағы байланыстар айқындалып, эфирдегі сөздің қоғамдық санаға ықпалын зерттеу, қазіргі интерактивтік хабарлардың тартымдылық қасиеттерін ашып, оның көрермен талғамымен сәйкестендіру, рейтингтік өлшемдер механизмін талдап, оны жетілдірудің жолдары қарастырылуы және телеаудиторияның әлеуметтік келбетін жүйелеуге ұмтылыс жасалуы зор мүмкіндіктердің көзін ашады.

Бүгінгі телевизияның дамуындағы маман мәселесі, журналистік білім берудің түйткілдері де қарастырылып келеді. Нақты ұсыныстар да белгіленуде. Жастардың телебағдарламаға дұрыс баға беруін, таңдап көруге үйретудің, яғни медиабілімнің қажеттігін ғылыми тұжырымдалды.

**Негізгі оқу құралы**

1.Омашев Н. Ақпарат әлемі. 2- том- Алматы: « Қазығұрт» баспасы, 2006. – 424 бет.

**Қосымша**

1.Әлкебаева Д. Сөз мәдениеті: оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2014,214бет.

 Телехабар дайындау технологиясы

 12. Лекция

Тақырып: хабардың пайда болуы таралуы, қабылдануы, пайымдаулар

 Тіл туралы: Аязби Бейсенқұлов :

 Тіл адамзатқа ғана тән жоғары сана болып табылады және ойлау мен сөйлеудің бірлігінен тұрады. Жоғарыдағы ғылыми тұжырымдар ақыл мен сезімнің біртұтастығын дәлелдеп, дене мен сананың ажырамас іс-әрекеттілігін көрсетті. Шығармашылық та тіл тәрізді қозғалыстағы құбылыс, ол бір мәнді, бір ізді болмайды. Бір мәтінді екі рет бірдей жазуға келмейді, айтылған сөз екінші рет тура солай қайта айтылмайды, екі автор бір деректен екі түрлі мәтін тудырады. Өйткені, тілдік қатысымға әр түрлі тұлғалар қатысты, олардың әрқайсысының өз түйсігі, білім деңгейі, сезім қуаты бар. Дегенмен, шығармашылық белгілі бір заңдылықтарға бағынады, қалыптасқан қағидалары, үрдістері бар.

 **Тілші ғалымның пайымдаулары**

Тілді зерттеуші Ф.Оразбаева ғалымдардың пікірін сараптай келе, Е. И. Пассовтың тілдік қатынасты үш кезеңге бөлгеніне тоқталады:

* 1. Хабардың дұрыс айтылуы, шығуы. Мұнда синтаксистік заңдылықтар, грамматикалық единицалардың тізбегі, дыбысталуы ерекше рөл атқарады.
	2. Айтылуға тиісті мазмұнның дұрыс жеткізілуі, айтылар ой мен жеткізетін тілдік құралдың сәйкестігі. Мұнда семантикалық заңдылықтарға назар аударылады.
	3. Әңгімелесуші— екінші адамның хабарды дұрыс қабылдауы. [Е. И. Пассов, 79,8].

Осыларды қорыта келіп, ғалым тілдік қатынасты бес кезеңге бөліп қарастырады:

«1. Хабардың пайда болуы.

Тілдік қатынасты жүзеге асыратын сөйлеу әрекетіне қажетті ең бірінші фактор — сыртқы дүниенің адам санасына әсер етуі, сол әсердің нәтижесінде мида ойдың қорытылуы, хабардың пайда болуы.

2. Хабардың сыртқа шығуы.

Санадағы тұжырымдалған пайымдаудың, ойдың, ұғымның, хабардың тіл арқылы, тілдік тұлғалар арқылы айтылуы, яғни сыртқа шығуы. Хабардың сыртқа шығуына айрықша қызмет ететін — адамның сөйлеу мүшелері. Дыбыстау мүшелері немесе сөйлеу аппараты тек адамзатқа ғана тән ерекше құбылыс екені осы процестен де көрінеді.

3. Хабардың жеткізілуі.

Айтылуға тиісті хабардың (сөйлем, диалог, монолог) сыртқа шығумен, дыбысталумен ғана шектеліп қоймай, келесі адамға, субъектіге жеткізілуі. Ол ауызша да, жазбаша да болуы мүмкін. Хабар жеткізілмей қалып қойса, қарым-қатынас, яғни түсінісу, ұғынысу болмайды. Демек, бұл әрекеттің де өзіндік алатын орны мен маңызы зор.

4. Хабардың қабылдануы.

Сөйлеу әрекетіндегі келесі саты — жеткізілген хабардың қабылдануы. Қабылдау әрекетінде қосымша жұмыс атқаратын бірнеше фактор бар (мәселен, есту, көру, оқу, тыңдау, ойлау), бірақ ең бастысы — келген хабарды түсіну, яғни қабылдап алу.

5. Хабардың жауабы.

Тілдік қарым-қатынас болу үшін, хабарды қабылдап алумен ғана шектелу біржақты процесс болып қалады, енді тілдік қатынас жүзеге асу үшін, қабылданған хабарға көңіл аудару, яғни оны сарапқа салу, бағалау, түсіну, сосын жауап қату шарт. Яғни түсіну арқылы оған жауап қайтару қажеттігі туады. Сөйтіп, хабар жаңарып, келесі сатыға өтеді, яғни жаңа хабар шығады. Сонымен, хабар жауапқа ие болып, жаңа қарым-қатынасқа жол ашылады»[80, 45].

Тіл маманы бұл кезеңдеуді негізінен білім беру, оқытудағы қатысымға қатысты жүйелейді. Осы тұжырымды басшылыққа ала отырып, телеқатысымның ерекшелігін ескеріп, бұл кезеңдерді төмендегіше қарастырдық:

1-кезең: хабардың туындауы;

2-кезең: шығармашылық (өңдеу, қалыптау, біртұтас мәнге айналдыру).

3-кезең: хабардың жеткізілуі.

4-кезең: хабардың қабылдануы.

5-кезең: хабардың жауабы, ықпал-әсері.

Хабардың туындауы аса күрделі сан салалы құбылыс. Журналистік шығармашылық осы хабарды, яғни болмысты танудан басталады, оның білімі мен кәсіби біліктілігі, өмірлік тәжірибесі мен парасат-пайымы хабардың іріктелуінің нәтижелігіне тікелей әсер етеді. Жақсы журналист аңғарымпаз, зерделі болады да, деректің сапасын тез ажыратады, түрлі көзқарастар тоғысынан мәндісін тап басады, кіммен, қалай сөйлесуді жылдам шешеді. Ақпараттық ілік, идея пайда болғаннан кейін, оны қалай жүйелеу керек, мәнін аудиторияға қалай әсерлі жеткізуге болатындығын тез жоспарлап, істі ұйымдастырады, бастан аяқ алып шығады. Кәсіби шеберлік деңгейі жоғары хабар көрерменін де бейжай қалдырмайды, оны толық түсініп, зердесінде тоқиды, оң ықпал етеді, сезімге беріледі, рахаттанады, шабыттанады.

**Бақылау сұрақтары**

 1.Тіл мен дыбыстық қатынастың шығармашылықтағы қызметі жайлы түсіндіріңіз.

2. Редактор ұйымдастыру шеберлігімен бағаланады деген ойды бағдарлама арқылы талдаңыз.

3.Тұлғалық қасиет және оның кәсібиленуі дегеніміз не?

 **Негізгі оқу құралы**

1.Сұлтанбаева Г. С. Саяси коммуникацияның негіздері мен тәжірибесі: монография / Алматы: Қазақ университеті, 2017ж. – 434 бет.

 **Қосымша**

2.Ошанова О. Ж. Сөйлеу мәдениетінің негіздері: оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2012. – 186 бет.

 **Телехабар дайындау технологиясы**

 **13. Лекция**

 **Тақырып: Телевизиялық қатысым хақында**

 **Шетелдік ғалымдардың пікірі**

Ең алдымен, бүгінгі қоғамның жалпы сипатын беретін еңбектерге тоқталайық. Ақпараттық қоғам теориясын сараптауда шетелдік төмендегі ғалымдардың іргелі еңбектері[51] басшылыққа алынды: Р.Барт, Д. Белл, 3. Бжезинский, Ж.Бодрияр, Э. Гидденс, М.Маклюэн, М. Кастельс, А. Моль, Э. Ноэль-Нойман, О. Тоффлер, Ю. Хабермас, С.Холл, Д. Фиске және басқалар.

Бұқаралық қатысымның әлеуметтік табиғатын ашуда А. Аронсон, Т. Адорно, М. Вебер, Л. Беннет, П. Бергер и Т. Лукман, Б. Берельсон, Г. Блумер, П. Лазарсфельд, Г. Лассуэл, У. Липпман, Н. Луман, К. Мангейм, Г. Маркузе, У.С. Мартин, Р. Мертон, Д. Мид, Ч. Миллс, Т. Ньюкомб, X. Ортега-и-Гассет, В. Парето, В. Паккард, Т. Парсонс, Т. Питерсон, Ф. Сиберт, Г. Тард, К. Ховлэнд, П. Шампань, У. Шрамм, Г. Энценсбергер еңбектері[52] құнды.

2000 жылы Мәскеуде М.М. Назаровтың монографиясы жарық көрді, онда қазіргі коммуникативистиканың негізгі бағыттары сараланып, жүйеге түсіріледі. Сол сияқты ресейлік ғалымдар А.В. Дмитриев, Л.М. Землянова, В.В. Латыпов, В.Ф. Олешко және басқалар ақпараттық қатысымды, Т.З. Адамьянц, Н.Н. Богомолова, Г.Н. Вачнадзе, Т.М. Дридзе, Г.Г. Почепцов, Б.М. Фирсов және басқалар әлеуметтік қырларын саралады. Орыс зерттеушілері Е.Л.Вартанова, И.М.Дзялошинский, И.И.Засурский, Я.Н.Засурский, Е.П.Прохоров, Л.Г.Свитич және басқалар[53] БАҚ пен қоғам, билік арасындағы қатынастардың табиғатын ашуда.

Қазіргі заманғы телевизияны зерттеген еңбектер де өз алдына бір төбе. Шетелдік ғалымдардан П.Бурдье, С.Томас, Дж.Фиске, Г.Шаттенберг, Д.Гербнер[54] және басқалар оның қызметтерін талдаса, оның аудиториясын И.Анг, Р.Уикса, Н.Аберкромби, Б., Лонгхёрст[55] және басқалар қарастырады.

Телевизиялық шығармашылық табиғатын зерттеген орыс зерттеушілері Г.П.Бакулев, Э.Г.Багиров, В.М.Березин, И.К.Беляев, Р.А.Борецкий, Н.А.Голядкин, В.В.Егоров, Я.Н.Засурский, Г.В.Кузнецов, И.В.Михалкович, С.А.Муратов, Б.М.Сапунов, В.Саппак, В.Л.Цвик, А.Я.Юровский және басқалардың еңбектерін[56] ескердік. Журналисттік шығармашылық туралы С.Г.Корконосенко, Г.В.Лазутина, Л.Г.Свитич, А.А.Ширяева[57] тұжырымдары құнды.

Бүгінгі телеқатысымның психологиялық қыры мен медиаәсерлердің табиғатын түсіну мақсатында арнайы әдебиеттерді қарауға тура келді. Солардың қатарында бірінші кезекте психологиялық талдау негізін салып, мектебін қалыптастырылған 3. Фрейд еңбектері[58] қаралды.

Шетелдік психолог ғалымдар А. Адлер, Р. Берне, А. Маслоу, Д. Майерс, Г. Олпорт, К. Роджерс, А. Фрейд, Э. Фромм, К.Г. Юнг, орыс ғалымдары Л.С. Выготский, А.Р. Лурия еңбектері[59] назарда болды.

Медианың адам санасына әсері, бүгінгі ықпалы ғалымдар Д. Брайант, П.Вирилио, Г. Лебона, С.Г.Кара-Мурза, Л.В.Матвеева, С. Московичи, Э. Фромм еңбектерінде[60] көрініс тапқан.

**Бүгінгі телевизиялық қатысымды сипаттайтын модельдер көптеп саналады. Шетелдік психологтардың теориялық тұжырымдарына сәйкес, тілдесім (общение) психологиялық үрдістегі іргелі түсініктердің бірі, әсіресе, телевизияда ерекше мәнге ие, көрерменмен жалғастырушы көпір, оның аудиторияға әсер етуі күшті деп бағаланады.**

**Батыста осының көшбасына Норберт Винердің кибернетикалық және Клод Шеннонның (Shannon, Weaver, 1949) ақпараттық теориясын қояды. Ол қатысымды ақпарат көзі мен таратушы, қабылдаушы мен адресті орны деп бөледі де, хабар кодталады және кері кодталады, арада шу кедергілер болуы мүмкін деген тұжырым жасайды. Н.Винердің моделінде оған кері байланыс деген ұғым қосылады және әлеуметтік ортада ақпараттың іштей тарап, ұлғайып отыратындығы айтылады. Бұлар хабардың бағыттылығын дұрыс береді және кейінгі теориялардың бәрінің негізі болып табылады.**

**1948 жылы Ласуэлл (Lasswell, 1948) атақты «сиқырлы оқ» моделін жариялады, оған сәйкес қатысым оқ тәрізді, бір адамның миында туындаған ой екіншісінің миына тез жетеді де, автоматты түрде идея, сезім, білім немесе мәністерді қоздырады. Қабылдаушы қауқарсыз, ақпарат оны «электр шамы жанғандай, жарық еткізеді». Лассуэллдің қатысым актінің моделі бес тораптан тұрады: баяншы, хабар, құрал, қабылдаушы және кері байланыс. Осыған сәйкес қатысымға бес сұрақ тән: Кім? Не? Қандай жолмен? Кімге? Қандай әсермен? (**Who says what to whom in which channel with what effect?) **Осы модельде аудиторияға жете мән беріледі және оның топтық нормалары мен құндылықтары, дәрежесі (жынысы, жас ерекшелігі, білім деңгейі, өмір салты, күнделікті табысы және басқалар) кең сипатталады. Г.Лассуэлл әлеуметтік қатысым үрдістерінің үш міндетін ашып көрсетеді: ортаны бақылау; қоғамның барлық компоненттерін сақтап, дамыту үшін түзету және әлеуметтік мұраны келесі ұрпаққа жеткізу. Оның бұқаралық қатысымды «денеге ине салғандай» деген қанатты сөзі кең тарап кетті. Г.Лассуэлл баяншы аудиторияға хабар бере отырып, болжанған әсерленіске итермелейді деген қорытындыға келеді. Инемен кірген дәрі жанға қалай әсер етсе, сөз де адамда толғаныс тудырады.**

**Осы теорияға кейін Брэддок (Braddock, 1958) тағы екі торапты қосып, қатысым акті жағдаятын (қандай жағдайда?) және баяншының қандай мақсатты (мақсаты не?) көздейтіндігі маңызды деген тұжырым жасады.**

**У. Шрамм (Schramm, 1954) 1954 жылы «өзара шарттылық» («взаимная обусловленность») моделін ұсынды, оған сәйкес қатысым екі түрлі үрдіс: баяншы мен қабылдаушы тең қатысады, екеуі де ақпаратты кодтайды, кері кодтайды және тарқатып, түсінеді. Бұл теория бойынша, ақпараттың ұшы-қиыры жоқ, шексіз құбылыс. Шрамм тілдесім тек хабар алмасу ғана емес, сонымен бірге тұлғалар арасындағы ұстанымдармен алмасу деген тұжырым жасайды.**

**Кейіннен осы теорияларды Ховланд (Hovland, 1959) жетілдірді, тәжірибе жасап, баяншы аудиторияның сенімін пайдаланып, белгілі бір ұстанымдарды көрерменге таңатындығын дәлелдеп шықты.**

**Өткен ғасырдың екінші жартысында ақпараттың шектеулі ықпал ететіндігі, кейінірек біршама ықпал туралы теориялар дүниеге келді. М.Маклюэн қатысым құралының өзі қабылдау мен ойлау жүйесіне күшті әсер етеді деген тұжырым жасады.**

**Қатысым теориясына Абрам Моль, Пьер Шаффер, Лазерсфельд, Клэппер, Дефлер, Комсток, Парсонс, Гербнер және басқалар өз үлестерін қосты. Осының ішінде Кац пен Лазерсфельдтің (Katz, Lazarsfeld, 1955) бұқаралық қатысым құралдарының ықпалы туралы тұжырымы жоғары беделге ие болды.**

**Телевизиялық тұлға және журналистикадағы әлеуметтік құбылыс**

 Телевизиялық хабардың халықтық сипаты тек көріністік болып есептелмейді. Оның бейне тағылымы әлеуметтік мінез құбылысын тудырады. Көру – көз алдыңда сақталып, жадыңда қалып қояды. Көңіліңе қонақтап, бейнеқозғалыстың қимылдық иіндері мен кесек келбеттер тірі тұрады. Дүбара ойлар мен дүмбілез сөздер, дүдамал пікірлер мен даңғара айтыстардан арылып, сол қалыптың өзін ғана қабылдайсың. Сондықтан, бүгінгі күндегі адамзат баласының ой жүйесі мен іскерлік әрекетінің рухани модернизациялануы, сана интеллектісі мен адамгершіліктің басымдылығына бейнеанықтама құндылығын сіңіріп, бейнеморальдық идеяның тұтастығы телевизиялық идеологиямен әділ бағаланатындығын телеөмір өндірісі дәлелдеп берді. Әлеуметтік тұрмыстағы қарадүрсін оқиғалардың телемотивациялық тұжырымдары, интеллектуалды тәрбиенің стратегиялық тармақтары мен қоғамдық серпілістің негізгі тірегі де телеүрдіске айналды.

 Яғни, интеллектуалдылық деген – қабілеттілік мағынасындағы бәсекелестік. Неге жетелейтін бәсекелестік? Әрине, биік ой мен білім, ғылымға. Соның нәтижесінде қол жетерлік инновациялық мүмкіндіктерге, ұлттық әлеуеттілікке, державалық қосындардың қатарынан орын алуға, ірі индустриалды инфрақұрылымдық технологияның даму артықшылығын игеруге деген, рухани да саяси экономикалық, мәденилікке деген бәсекелестік. Бұл тұрғыда профессор Г. С. Сұлтанбаева «Қазақстанның бәсекеге қабілетті мемлекет ұлт, ел болуында адам капиталы сапасының артуы, ұлттық интеллектінің белсенуі, шоғырлануынан бастау алмақ Қазақстанның интеллектуалды әлеуетінің артуына, интеллектуалды ұлт қалыптасуында ақпараттық-коммуникативтік талдау, таяу болашағын айқындау тиімді жүзеге асыру механизмі ретінде бұқараға ақпараттық-коммуникативтік ықпал ету технологияларын әзірлеу қажеттігі күн тәртібіне қойылды»,- дейді. (Сұлтанбаева Г. С., Құлсариева А. Т., Жұмашова Ж. А. Интеллектуалды әлеуеттен – интеллектуалды ұлтқа. Ұжымдық монография.– Алматы: ИП Волкова Н. А., 2012. – 11-б.).

 Осы мақсатты көздей отырып, бүгінгі таңда Қазақстан телеарнасынан берілетін «Айтуға оңай» әлеуметтік жобасын интеллектуалдылық бағыт деп атауға болады. Бейсен Құранбек халық сұранысынан туындаған өткір мәселеге ойысудың тәсіліне машықтанған тележурналист. Сондықтан да оның көрермені мен хабарға қатысушыларының арасындағы ортақ қауышу ниеттестігі ізгілік пен мәдени қызығушылық тудырды. Б. Құранбектің телехабар барысында харизмдік қабілет қарымы аңғарылып отырады. Кез келген тақырып, кез келген ойды кезіп, кеуірсеніп қалмас үшін Бейсен әр хабарға шақырылған әрбір қонағына жеке дара көңіл бөліп, ықыласын білдіреді. Әрине, ықылас білдіру ығына жығылу деген сөз емес, қара жермен, таза аумен сырласқандай кейіптегі көзқарасы оның тақырыпқа тереңдей түскендігін танытады. А. Малахов әлеуметтік себептерді сюжетті оқиғалардан тартса, Б. Құранбек адамдардың ақыл, ой-сана көкжиегінен іздейді. Демек, әр нәрсені адами капиталдың ішкі дүниесіне үңіле түскен сайын жауабына кезігерің сөзсіз. Әлбетте, бұл сұхбаттың аудиториялық, психологиялық тәсілі. Тұлғаның ішкі рухани капиталына сүйене отырып, ақпараттық эмоциядан туындаған трансформациялық қатынас орнығады. Сұхбаттасушының бір мезетте,бірнеше ой орамын сана дербестігімен аралап шығуы рухани төзімділік тудырады. Яғни әңгімелесуші студиялық сауалды қабылдау арқылы жедел ой желісіне тартылып, жауапкершілік сезіммен сөйлеседі. Хабардың әлеуметтілігінің маңыздылығы да осында болмақ. Телесөзгер респонденттің психологиялық ерекшелігіне көңіл бөліп қана қоймайды, оған тікелей тәуелді де. Соның нәтижесінде белгілі бір мақсатты төзімділікпен іс-әрекетінің әлеуметтік құндылығына қол жеткізеді.Қорытындысында хабарға шақырылған әрбір қонақтың мынандай мүмкіндіктері қарастырылады:

**–Бірінші:** зейінін арттыру,

**–Екінші:** селқостығын жою,

**–Үшінші:** танымдылығын тарту,

**–Төртінші:** бейімділігін тану,

 **– Бесінші:** еріктілігін мойындау,

 **–Алтыншы:** тұлғалылығына сендіру,

 **–Жетінші:** Сауалгердің пікірін рахмет ілтипатпен бағалау.

 Бұл телехабар – қоғамдық құрылымдағы әлеуметтік жобаның негізгі критериесіне айналып отыр.

 Жалпы, телехабар үрдісінде, адамдардың көңіл-күйі мен мінез эмоциясын қадағалау машығында белсенділік таныту кәсіби телесөзгердің назарында болады. Себебі, телесөзгердің әрбір үн, дыбыс қаракеті мен ерекше қимылы адамдарға тікелей әсер етеді де микрофонды ұсынғанда қатты абыржып, айтар ойы жоғалады. Ал, көрерменге қызығушылық тудырады. Бірақ, микрофон ұсынылған адамның не айтары әзірше белгісіз. Сондықтан, телеайташының үні жұмсақ естілгенде ғана оның көңіл жайы орнығады. Осыған сәйкес, тікелей телеэфир ерекшелігін зерттеуші, ғалым Жидегүл Әбдіжәділқызы мынандай оңды пікір білдіреді. «Сөйленетін сөздегі логикаға сәйкес үн екпінін жоғары көтеріп, төмен түсіру арқылы өзгерту эфирді баиыта түседі. Себебі, дауыстағы әрбір екпін, әрбір іркіліс тыңдаушының қабылдауына әсер етеді. Бір ғана сөздің өзі дауыс ырғағына қарай әр түрлі әсер қалдыруы мүмкін»,-десе,(54 б.). Әбдіжәділқызы Ж. Тікелей эфир табиғаты: Оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2003. – 141б., осы ретте, сөйлеу техникасын зерттеуші ғалым Орынтай Ошанова, «Сөйлеуші...тыңдаушыларды жалпы ой түюге, тұжырым жасауға итермелейді»,-дей келе, дедукциялық және аналогиялық ой-тұжырымында «Оратор сөз басында жалпы мәселелерді талқылауды алға тартып, содан кейін олардың мән-мазмұнын нақты мысалдар мен дәйектер негізінде түсіндіреді..., әртүрлі құбылыстарды, оқиғаларды, деректерді салыстыру. Көп жағдайда қатарластыра салыстыру тыңдаушыларға таныс деректер негізінде жүргізіледі. Бұл баяндалатын материалдардың дұрыс қабылдануына, басты идеяларды нақты түсінуге, аудиторияға тиімді әсер етуге ықпал етеді»,-деген орнықты ойға тоқталады.(81 б.) Ошанова О. Ж. Сөйлеу мәдениетінің негіздері: оқу құралы. – Өңд., толықт. 2 басылым. – Алматы: Қазақ университеті, 2012. – 186 бет. Демек, әлеуметтік рухани игілікке бастау әкелетін тележурналистік айташылық қызметтің артықшылығы сана тағылымының әмбебаптылығына жетелері сөзсіз.Студиялық қонақтардың бір-бірін жатсынуы және тосырқау мінез танытуы заңдылық. Осыған орай әлеуметтік қымсынудан алшақтатуда телесөзгердің ықпалдастыру және жақындастыру қабілеті оның ерік-жігеріне ғана емес сөзгерлік әрі пікір ұқсастығымен сабақтастыру тәсіліне де жатады. Микрофон ұстаған адамды ой дағдарысынан арашалау да хабардың және телесөзгердің кәсіби әлеуметтік технологиясының артуына тиімділік әкеледі. Сонда ғана студиялық шығарылымдағы пікір алуандығы телеөнімнің біртектілігін құрайды. Яғни, телеөндіріс бірлестігіндегі қоғамдық, әлеуметтік жауапкершіліктің салмағын арттырады. Іскерлік пен әрекеттілік теориясының тәсілі дәлелдегендей әлеуметтік сана тежелісінен көрермен қауымды сақтап қалу, үміт-сенімді ақтап шығу, қилы дағдарыстар бөгетін бұза жарып, сөз өнерінің қуатымен қиялай шабу бірде жетістік әкелгенімен енді бірде еңселетіп тастайды. Олайы телехабарға қатысушы қонақтардың сөз саптаулары ілік-шалыс, ауытқу, толқу,текетірес-тақымдасу, мақұлдасу тәжірибесімен басымдық көрсетеді. Журналистік рухани жақындастырудың бейнеті осы арадағы жіліктесудің арасалмағында көрінеді. Демек, телесөзгер төрелік таныта ма жоқ әлде билік төрінен орын ала ма немесе телекоммуникатор, болмаса әкімшіл-кеңесші ме?- деген сауалға жауап іздеп көрелік. Бір өзі бірнеше миллионның, қала берді әлемнің әр түкпірін аузына қаратып, ортақ мәміленің орайын іздейтіндей ол қандай тұлға? «Журналист – қоғамдық тұлға, қайраткер», - дейді Намазалы Омашев. (Омашұлы Намазалы Жол үстінде – журналист. – Алматы: Атамұра, 1999. 144 бет.).

**Бақылау сұрақтары**

1.Әлемдік медиамәдениет тәжірибесімен отандық журналистиканы салыстыру арқылы талдау жаса.

2.Тележурналистің –әлеуметтік кеңістіктегі ақпараттық құндылықты арттырудағы рөлін анықтаңыз.

3.Қазақтың уақыт қашықтығының Нострадаумстары. Ақпараттық көрегенділік дегеннің мәнін ашыңыз.

 **Негізгі оқу құралы**

1.Тележурналистиканың интеллектуалды құрылымы: оқу құралы.

М. К. Абдраев.– Алматы: Қазақ университеті. 2020.– 238 бет.

2. Телехабар дайындау технологиясы: оқу құралы. М. К. Абдраев.–

Алматы: Қазақ университеті, 2014.–162 бет.

 **Қосымша**

1.әл Фараби. Әл Фараби «Философиялық трактаттар», 1973. «Ғылым баспасы», 446 бет.

2. әл Фараби әлеуметтік этикалық трактаттар, Алматы – 1975. «Ғылым баспасы», 418 бет.

**Телехабар дайындау технологиясы**

 **14. Лекция**

**Тақырып: Телевизиялық тұлға және журналистикадағы әлеуметтік құбылыс**

 Телевизиялық хабардың халықтық сипаты тек көріністік болып есептелмейді. Оның бейне тағылымы әлеуметтік мінез құбылысын тудырады. Көру – көз алдыңда сақталып, жадыңда қалып қояды. Көңіліңе қонақтап, бейнеқозғалыстың қимылдық иіндері мен кесек келбеттер тірі тұрады. Дүбара ойлар мен дүмбілез сөздер, дүдамал пікірлер мен даңғара айтыстардан арылып, сол қалыптың өзін ғана қабылдайсың. Сондықтан, бүгінгі күндегі адамзат баласының ой жүйесі мен іскерлік әрекетінің рухани модернизациялануы, сана интеллектісі мен адамгершіліктің басымдылығына бейнеанықтама құндылығын сіңіріп, бейнеморальдық идеяның тұтастығы телевизиялық идеологиямен әділ бағаланатындығын телеөмір өндірісі дәлелдеп берді. Әлеуметтік тұрмыстағы қарадүрсін оқиғалардың телемотивациялық тұжырымдары, интеллектуалды тәрбиенің стратегиялық тармақтары мен қоғамдық серпілістің негізгі тірегі де телеүрдіске айналды.

 Яғни, интеллектуалдылық деген – қабілеттілік мағынасындағы бәсекелестік. Неге жетелейтін бәсекелестік? Әрине, биік ой мен білім, ғылымға. Соның нәтижесінде қол жетерлік инновациялық мүмкіндіктерге, ұлттық әлеуеттілікке, державалық қосындардың қатарынан орын алуға, ірі индустриалды инфрақұрылымдық технологияның даму артықшылығын игеруге деген, рухани да саяси экономикалық, мәденилікке деген бәсекелестік. Бұл тұрғыда профессор Г. С. Сұлтанбаева «Қазақстанның бәсекеге қабілетті мемлекет ұлт, ел болуында адам капиталы сапасының артуы, ұлттық интеллектінің белсенуі, шоғырлануынан бастау алмақ Қазақстанның интеллектуалды әлеуетінің артуына, интеллектуалды ұлт қалыптасуында ақпараттық-коммуникативтік талдау, таяу болашағын айқындау тиімді жүзеге асыру механизмі ретінде бұқараға ақпараттық-коммуникативтік ықпал ету технологияларын әзірлеу қажеттігі күн тәртібіне қойылды»,- дейді. (Сұлтанбаева Г. С., Құлсариева А. Т., Жұмашова Ж. А. Интеллектуалды әлеуеттен – интеллектуалды ұлтқа. Ұжымдық монография.– Алматы: ИП Волкова Н. А., 2012. – 11-б.).

 Осы мақсатты көздей отырып, бүгінгі таңда Қазақстан телеарнасынан берілетін «Айтуға оңай» әлеуметтік жобасын интеллектуалдылық бағыт деп атауға болады. Бейсен Құранбек халық сұранысынан туындаған өткір мәселеге ойысудың тәсіліне машықтанған тележурналист. Сондықтан да оның көрермені мен хабарға қатысушыларының арасындағы ортақ қауышу ниеттестігі ізгілік пен мәдени қызығушылық тудырды. Б. Құранбектің телехабар барысында харизмдік қабілет қарымы аңғарылып отырады. Кез келген тақырып, кез келген ойды кезіп, кеуірсеніп қалмас үшін Бейсен әр хабарға шақырылған әрбір қонағына жеке дара көңіл бөліп, ықыласын білдіреді. Әрине, ықылас білдіру ығына жығылу деген сөз емес, қара жермен, таза аумен сырласқандай кейіптегі көзқарасы оның тақырыпқа тереңдей түскендігін танытады. А. Малахов әлеуметтік себептерді сюжетті оқиғалардан тартса, Б. Құранбек адамдардың ақыл, ой-сана көкжиегінен іздейді. Демек, әр нәрсені адами капиталдың ішкі дүниесіне үңіле түскен сайын жауабына кезігерің сөзсіз. Әлбетте, бұл сұхбаттың аудиториялық, психологиялық тәсілі. Тұлғаның ішкі рухани капиталына сүйене отырып, ақпараттық эмоциядан туындаған трансформациялық қатынас орнығады. Сұхбаттасушының бір мезетте,бірнеше ой орамын сана дербестігімен аралап шығуы рухани төзімділік тудырады. Яғни әңгімелесуші студиялық сауалды қабылдау арқылы жедел ой желісіне тартылып, жауапкершілік сезіммен сөйлеседі. Хабардың әлеуметтілігінің маңыздылығы да осында болмақ. Телесөзгер респонденттің психологиялық ерекшелігіне көңіл бөліп қана қоймайды, оған тікелей тәуелді де. Соның нәтижесінде белгілі бір мақсатты төзімділікпен іс-әрекетінің әлеуметтік құндылығына қол жеткізеді.Қорытындысында хабарға шақырылған әрбір қонақтың мынандай мүмкіндіктері қарастырылады:

**–Бірінші:** зейінін арттыру,

**–Екінші:** селқостығын жою,

**–Үшінші:** танымдылығын тарту,

**–Төртінші:** бейімділігін тану,

 **– Бесінші:** еріктілігін мойындау,

 **–Алтыншы:** тұлғалылығына сендіру,

 **–Жетінші:** Сауалгердің пікірін рахмет ілтипатпен бағалау.

 Бұл телехабар – қоғамдық құрылымдағы әлеуметтік жобаның негізгі критериесіне айналып отыр.

 Жалпы, телехабар үрдісінде, адамдардың көңіл-күйі мен мінез эмоциясын қадағалау машығында белсенділік таныту кәсіби телесөзгердің назарында болады. Себебі, телесөзгердің әрбір үн, дыбыс қаракеті мен ерекше қимылы адамдарға тікелей әсер етеді де микрофонды ұсынғанда қатты абыржып, айтар ойы жоғалады. Ал, көрерменге қызығушылық тудырады. Бірақ, микрофон ұсынылған адамның не айтары әзірше белгісіз. Сондықтан, телеайташының үні жұмсақ естілгенде ғана оның көңіл жайы орнығады. Осыған сәйкес, тікелей телеэфир ерекшелігін зерттеуші, ғалым Жидегүл Әбдіжәділқызы мынандай оңды пікір білдіреді. «Сөйленетін сөздегі логикаға сәйкес үн екпінін жоғары көтеріп, төмен түсіру арқылы өзгерту эфирді баиыта түседі. Себебі, дауыстағы әрбір екпін, әрбір іркіліс тыңдаушының қабылдауына әсер етеді. Бір ғана сөздің өзі дауыс ырғағына қарай әр түрлі әсер қалдыруы мүмкін»,-десе,(54 б.). Әбдіжәділқызы Ж. Тікелей эфир табиғаты: Оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2003. – 141б., осы ретте, сөйлеу техникасын зерттеуші ғалым Орынтай Ошанова, «Сөйлеуші...тыңдаушыларды жалпы ой түюге, тұжырым жасауға итермелейді»,-дей келе, дедукциялық және аналогиялық ой-тұжырымында «Оратор сөз басында жалпы мәселелерді талқылауды алға тартып, содан кейін олардың мән-мазмұнын нақты мысалдар мен дәйектер негізінде түсіндіреді..., әртүрлі құбылыстарды, оқиғаларды, деректерді салыстыру. Көп жағдайда қатарластыра салыстыру тыңдаушыларға таныс деректер негізінде жүргізіледі. Бұл баяндалатын материалдардың дұрыс қабылдануына, басты идеяларды нақты түсінуге, аудиторияға тиімді әсер етуге ықпал етеді»,-деген орнықты ойға тоқталады.(81 б.) Ошанова О. Ж. Сөйлеу мәдениетінің негіздері: оқу құралы. – Өңд., толықт. 2 басылым. – Алматы: Қазақ университеті, 2012. – 186 бет. Демек, әлеуметтік рухани игілікке бастау әкелетін тележурналистік айташылық қызметтің артықшылығы сана тағылымының әмбебаптылығына жетелері сөзсіз.Студиялық қонақтардың бір-бірін жатсынуы және тосырқау мінез танытуы заңдылық. Осыған орай әлеуметтік қымсынудан алшақтатуда телесөзгердің ықпалдастыру және жақындастыру қабілеті оның ерік-жігеріне ғана емес сөзгерлік әрі пікір ұқсастығымен сабақтастыру тәсіліне де жатады. Микрофон ұстаған адамды ой дағдарысынан арашалау да хабардың және телесөзгердің кәсіби әлеуметтік технологиясының артуына тиімділік әкеледі. Сонда ғана студиялық шығарылымдағы пікір алуандығы телеөнімнің біртектілігін құрайды. Яғни, телеөндіріс бірлестігіндегі қоғамдық, әлеуметтік жауапкершіліктің салмағын арттырады. Іскерлік пен әрекеттілік теориясының тәсілі дәлелдегендей әлеуметтік сана тежелісінен көрермен қауымды сақтап қалу, үміт-сенімді ақтап шығу, қилы дағдарыстар бөгетін бұза жарып, сөз өнерінің қуатымен қиялай шабу бірде жетістік әкелгенімен енді бірде еңселетіп тастайды. Олайы телехабарға қатысушы қонақтардың сөз саптаулары ілік-шалыс, ауытқу, толқу,текетірес-тақымдасу, мақұлдасу тәжірибесімен басымдық көрсетеді. Журналистік рухани жақындастырудың бейнеті осы арадағы жіліктесудің арасалмағында көрінеді. Демек, телесөзгер төрелік таныта ма жоқ әлде билік төрінен орын ала ма немесе телекоммуникатор, болмаса әкімшіл-кеңесші ме?- деген сауалға жауап іздеп көрелік. Бір өзі бірнеше миллионның, қала берді әлемнің әр түкпірін аузына қаратып, ортақ мәміленің орайын іздейтіндей ол қандай тұлға? «Журналист – қоғамдық тұлға, қайраткер», - дейді Намазалы Омашев. (Омашұлы Намазалы Жол үстінде – журналист. – Алматы: Атамұра, 1999. 144 бет.).

 **Бақылау сұрақтары**

1.Журналист интеллектуалды тұлға және әлеуметтік қатынастың іскер, белсенді сөзгері дегенді ашып жазыңыз.

2. Рухани идеологиялық өрістің қозғаушы күші ретінде журналистің кәсіби қасиеттерін атаңыз.

 3.Дала академиктерінің идеологиялық сөздері дегенде кімдерді атар едіңіз?

 **Негізгі оқу құралы**

1.Медеубекұлы С. Шешенсөз: оқу құралы, Алматы: Қазақ университеті, 2015.- 152 бет.

 **Қосымша**

 1. Қожекеев Темірбек. Таңдамалы шығармалар. 7 том. Алматы: ҚАЗақпарат. 2007. – 346 бет.

2. Совет-Хан Ғаббасов. (Ұлы тұлғалар. Алматы 2011 жыл. – 380. бет.

 **Телехабар дайындау технологиясы**

 **15. Лекция**

 **Тақырып: Журналистика – рухани бостандық**

 Адамзаттың рухани бостандығын қамтамасыз ету үшін тәуелсіз сана қажет. Еркін күрескерлік пен ерен өркениеттіліктің есігін ашу үшін ерікті күш-қайрат, еселі еңбек, құндылықтармен өрілген өрісті мәдениет пен бүгінгі күнге тән вибрациялық сезіну қабілеттерінің жаңаша әлеуметтік күйін қабылдау ләзім. Дейтұрғанмен, әр кезеңнің келбетіне жауап берерлік көзқарас, пікірлер мен кереғар қайшылықтардың туындауы қоғамдық өмірдің ауыспалы айырмашылықтарынан пайда болады. Осы тұрғыда сана эволюциясының түзілімі ескіліктің шырмауын үзіп, жаңаша бағыт-бағдарды анықтау кестесі түзіледі. Оны «европалық стандарт» күйінде қабылдау, еліктеу түйсігін оятқанымен, табиғи қажеттілікті қанағаттандырмайынша, қоғамдық үрдістер тарапынан сезілетін талап-тілектер мақұлданбайынша әлеуметтік санаға орнығуы мүмкін емес. Тарихи ойлардың жиынтығынан құралған әфсәнә дәйектемелер кем-кетігін уақыт өткен сайын толтырып отырады. Және адам еркіндікті қалайтын құбылыс болғандықтан, әлеуметтік құралдар дүниесін жасаушы жаратылыс иесі. Сондықтан, әлеуметтік әлсіздікті қаламайды әрі үнемі үздіксіз күрес үрдісіндегі ұлы «пенде». Соған қарамастан, дүниетанымы мол, бақытты тума. Міне, осындай қоғамдық үрдістің талабынан туындаған сұраным адамдардың әлеуметтенуіне, түйсігіндегі мұқтаждық туындыларын қанағаттандыруға мүдделендіреді. Бұл үрдіс кез келген тарихи формацияның табиғи заңдылығы екендігін өмір өзі дәлелдеп берген. Алайда, қоғамдық эволюцияның негізгі формаларын тудырушы тұлға – Адам. «Жер бетінде адамнан артық ешнәрсе жоқ...»,-деп М. Горький айтқандай бүгінгі күнге дейін адамдар өздерінің өмір сүру ортасына лайықты талап-тілектерін саналы түрде ойластырып, аман қалудың алуан түрлерін тауып келеді. Демек, Жаратушыдан соң, адамның ақыл-парасатынан асқан, мейірім-шуағынан артық сәуле жоқ. Руханият әлеміндегі ізгілікті іс әрекеттер адамзаттың игілігі. Әлеуметтік енжарлықтың кереғарлығын тез аңғарғыш журналист-қаламгерлер мен интеллегенциялық тұлғалар, қоғамның нығаюына кертартпа анемиялық кедергілерді жою үшін белгілі бір идеялық ұсыныстарын ортаға салып, халықтық талқылау сүзгісінен өткізе білді. Бұл тәсіл дәйім өзгерістерге дайын болуға, ақпараттықағындарға құлақ түру мен саралай білуге жалпыкөпшілік тарапынан басымдық тапты. Әлеуметтік алауыздық нигилизмінен азаматтық пен адамгершілік іскерлігін сақтау, «рухани тәуелсіздік» пен «адамзаттық мүдделерді» озық ұстау, «рухани максимализмнен» сақтану сияқты алуан қырлы моралдық-рухани ресурстар ақпаратшыл журналистер қауымының этикалық мінез-құлқының қалыптасуына, дербес демократиялық ой-сана түйсігінің белсенділігіне мәдени ықпалын тигізді. Тіпті, адам ағзасындағы орталық ядро – жүректің өмір сүрудегі атқарар рөлін айтпаса да болады. Бүгінгі қоғамдағы журналистиканы да солай деп танимыз.

 Демек, журналистика тұрақтылық пен татулықтың, келісім-бейбітшіліктің кепілі іспеттес. Елшілік пен ақпараттық қатынастың дәнекер дәйекшісі ретінде, қоғамдық, экономикалық-саяси жүйелер мен әлеуметтік құрылымдардың ішкі мазмұнын саралау, таразылау, бағалау, пікір, көзқарас, ұсынысайтып, идеялық сенім көрсету және сабыр – тұрақтылықтың кейпін сақтауға мақсат мүддесі мен абырой беделін қатар тігеді. Саралап айтар болсақ, журналист – халықтық тұлға, қоғамның сыншысы, әлеуметтің жанашыр шипагербілімгері, ол қалың бұқараның қызметшісі. Журналистика мен журналист турасында көптеген қаламгер-ғалымдарөз пікірлерін ашық айтып та, жазып та жүр. Сондықтан, журналистика жанрының кез келген түрінде журналистің ащы да шыншыл қолтаңбасы көрініп тұрады.

 Бүгінде журналистика – ғылым. Саяси журналистика, әлеуметтік журналистика, әлемдік мәдениет журналистикасы, интернет журналистика, мультимедиалық журналистика тұрпатындағы жүйелік сатысы ғалымдардың ғылыми зерттеу нысанына айналды. Демек, журналистің ерекше тұлғалық сипатын ашу үшін оның болмысын қоғамдық, әлеуметтік, бұқаралық өмірден және таразылау, зерттеу тұрғысынан қарастырған жөн. Оның қоғамдық келбеті – журналист жазушы, журналист елші, журналист қаламгер, журналист ұстаз, журналист халықтық мінберде, журналист депутат, журналист саясаткер, журналист ғалым, журналист ел ішінде, журналист жақсылық пен жаңалықтың жаршысы, журналист зерттеуші, журналист қызметкер болып өрістей береді. Ал, дәл қазіргінің сұранысы – заңгер журналист, эколог журналист, экономист журналист, программист журналист, өңдеуші журналист, режиссер журналист, продюссер журналист, «арт журналист», «Дата» журналистика, «Рюкзак» журналист талабы қойылды. Бұл журналистік қызметтегі қоғамдық қатынас пен әлеуметтік іргеленудің биік көрінісі. Мұның мәнісі халықаралық бейбітшілік пен түсіністіктің, келісімдік пен кереге көтеріп, уық шаншудың жалпыға тән мақсат үйлесімін келтіру. Ақпараттық құлақтандыруды – сақтандыру, планеталық жаңалықтарды игеруді – өрістену, бизнес ток шоу мен дәстүрлі рухани құндылықтар тақырыбындағы телерадиохабарларын – жаңару, жанрлық, ақпараттық пішіндік өңдегі жарнама көрсетілімдерін – бәсекелік тойтарыс және өрлеу кезеңі деп қабылдауды журналистикадағы жаңашылдық бетбұрысы деп танимыз. Телеарналардағы «Іскерлер уақыты», «Ақылды қала» телекөрсетілімдері соның айғағы. Қазіргі таңдағы жаппай айтысып, жапырыла таласып жатқан өзекті түйіндердің де сауалына жауап іздестіруші қауым «Мен журналистпін» деушілер болғандықтан, қолындағы қалам-қаруын интеллектуалды ой-сана мен ізгі ниетке сілтеп келеді.Демек, журналист бейбіт қаламының иесі, әділет пен әлеуеттілік ілімінің, ғибрат құндылығы мен ғаламдық кеңістіктіңшолушысы.

 Жиырма бірінші ғасыр метрополиямен ықпалдасу ғасыры, еларалық тарихи дипломатиялық, әріптестік ғасыры. Кешенді қатынастардың саяси әлеуметтік, экономикалық және мәдени мүдделестік пен технологияның, мемлекеттік инфрақұрылымның инновациялық дәуірі туды. Бұл журналистердің жаңа келбеті мен тың қырларының ашыла түсуіне зор ықпал деген сөз. Демек, журналист тұлға ретінде өзіне жедел талап қоя білетіндей даралықтың жолына түседі. Олардың халыққа қызмет көрсету адалдығы мен кәсіби даралығы да айшықталып, шығармашылық ой қуаты арта береді.

**Бақылау сұрақтары**

1.Еркін әңгімелесудің психологиялық жағымдылығы дегеніміз не?

2.Жазу мен айтудың категориялық ерекшеліктерін түсіндіріңіз.

3.Сөйлеушінің түр әлпетіндегі реакциялық өзгерістердің иірімі дегенді түсіндіріңіз.

**Негізгі оқу құралы**

 1. Медеубекұлы С. Шешенсөз: оқу құралы, Алматы: Қазақ университеті, 2015.- 152 бет.

**Қосымша**

 1.Өзбекова Г. С. Энциклопедиялық-анықтамалық басылымдардың ерекшеліктері:Оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2007. 214бет.

**Практикалық сабақтардың үлгі тақырыптары**

 **Телевизия және теледидар туралы жалпы түсінік**

Коммуникациялық терминологиямен, теледидар терминологиясымен танысу.

 **Телехабар дайындау технологиясының құрылымдары**

**Бақылау сұрақтары**

1. Хабардың жанрлық ерекшелігі деген не?

2. Жаппай коммуникация, оның ерекшелiгiн түсіндіріңіз.

3. Теледидар, оның спецификасы туралы айтыңыз.

### Көмекші оқу құралы

### 1. Сұлтанбаева Г.С. және т. б. Интеллектуалдық капитал – білім қоғам дамуының негізі: монография, Г. С. Сұлтанбаева, С. Н, Велитченко, О. П. Ложникова. – Алматы: Қазақ университеті,2014.– 201 бет.

2.Телевизия журналистикасы: теория және практика [Мәтін] : монография / Қ. Шамахайұлы, Алматы : Эверо, 2015 . - 220 б.

 **Телетаралымның шығуы мен дамуы**

Әр түрлі жылдардағы бағдарламалармен танысу:

**Бақылау сұрақтары**

Тәуелсіз телеарналардың телехабар әзірлеудегі мақсатты жоспарын қалай бағалайсыз?

1. Кеңес ТД-ның алғашқы шығарушылары жөнінде қысқаша ақпарат айтыңыз.

2. Б. Розинг – ТД-ның негізін салушы, жасап шығарушылар жөнінде айтыңыз.

###  Көмекші оқу құралы

 1. Омашев Н.О. Радиожурналистика. – А., 2005
3. Тұрсын Қ. Көгілдір экран құпиясы. – А., 1998
4. Барманкулов М.К. Телевидение: денги или власть - А.,1997

 **Бүгінгі күн және ТД-ның даму тарихы**

Қазақ теледидарындағы айтулы бағдарламаларды көру, талдау, оның әлеуметтік маңызына мән беру.

 Қазіргі телебағдарламалардың ерекшелігі.

**Қазақстандағы телевизиялық көрсетілімдердің жанрлық дамуы**

**Бақылау сұрақтары**

1. Қазақстан ТД-ның негізін салушылар туралы айтыңыз.

2. Қазақ ТД-да хабар дайындаудың ерекшелігін түсіндіріңіз.

 3. Ақпараттық жаңалықтарды дайындаудың артықшылығы.

**Көмекші оқу құралы**

1. Сұлтанбаева Г.С. және т. б. Интеллектуалдық капитал – білім қоғам дамуының негізі: монография, Г. С. Сұлтанбаева, С. Н, Велитченко, О. П. Ложникова. – Алматы: Қазақ университеті,2014.– 201 бет.

**Тәуелсіздік дәуіріндегі телеарна және тақырыптық ерекшеліктер.**

Тәуелсіздік дәуіріндегі телебағдарламаларды сараптау: Әр түрлі тақырыптағы бағдарламаларды сараптау: әлеуметтік, қоғамдық, мәдениет, экономика, бизнес, спорт және тағы басқа тақырыптағы көңіл көтеретін, сазды, жастар, мәдени-ағартушылық бағытындағы хабарлардың заманауиылығы.

**Бақылау сұрақтары**

1. Тақырыптық бағдарламалар, олардың әр түрлілігі дегеніміз не ?

2. Жастар хабарының спецификалық маңызы жайында айтыңыз.

3. Сазды, мәдени-ағартушылық бағдарламалар мәнін түсіндіріңіз.

4.Хабардың қоғамдық, әлеуметтік принцптілігі, мақсаты туралы сипаттама айтыңыз.

**Көмекші оқу құралы**

**Телевизия, радио және жаңа медиаға мәтін жазу**

**Авторы:** Роберт Хиллиард

**Тілі:** ағылшын

**Баспа:** Cengage Learning

**Басылым жылы:** 2015

**Бет саны:** 528

**ТД-ның қазіргі тенденциясы**

ТД-ның қазіргі тенденциялары: хабардың көкейкестілігі, децентрализациясы, демонополизациясы, аймақтануы, хабардың мамандануы, таралымы, ақпараттың жергіліктілігі, ақпараттың персонализациясы, жанр бойынша ақпарат, тақырып бойынша, телесөзгердің жеке басы туралы ақпарат, ақпараттық технологиялардың конвергенциясы.

**Бақылау сұрақтары**

1.Хабардың децентрализациясы деген не?

2.Телерадиохабардың дербестігін түсіндіріңіз.

3. Хабардың демассификациясы жайында айтыңыз.

4. Телерадиохабардың коммерциялануы және оның нарықтық сипатына тоқталыңыз.

**Көмекші оқу құралы**

1. Қазақ журналистикасы 3 – том: «Қазақ тележурналистикасы»

 **ТД-ның көркем-бейнелеушілік құралдары**

Телесюжеттің жазылуы, ТД-ның көркем-бейнелеушілік құралдарын қолданған телебелгілер: мәтін (сөз), саз, шу, арнайы эффектілер, монтаж, жарық, түс. Теледидардағы сөз бен бейненің арасалмағын айқындау.

**Бақылау сұрақтары**

1. Хабардың көркем-бейнелеушілік құралдарына тоқталыңыз.

2. Саздың рөлі, мәтін, сөз, дауыс ырғағы, дыбыстық иірім, эфирдегі шу және олардың көркемдік артықшылығына мысал келтіріңіз.

3. Хабардағы монтаждың рөлі жайында айтыңыз.

4. Монтаждың әр түрлілігі: композициялық, көркем, техникалық және т.б. турасында мысал айтыңыз.

**Көмекші оқу құралы**

1. Медеубекұлы С. Шешенсөз: оқу құралы, Алматы: Қазақ университеті, 2015.- 152 бет.

**Телесюжеттің жазылу ерекшелігі.**

Телесурет салуды дайындау, телесюжет,телебелгілер, телесұхбат.

**Бақылау сұрақтары**

1. Телесюжет деген не, оны дайындаудың ерекшелігін түсіндіріңіз.

2. Сурет салудың сұхбаттан айырмашылығы неде?

3. «Мәтін және оны жазудың ерекшелігін түсіндіріңіз.

**Көмекші оқу құралы**

1. Сұлтанбаева Г.С. және т. б. Интеллектуалдық капитал – білім қоғам дамуының негізі: монография, Г. С. Сұлтанбаева, С. Н, Велитченко, О. П. Ложникова. – Алматы: Қазақ университеті, 2014.– 201 бет.

**Телесұхбаттың ерекшелігі**

Сұхбаттың дайындалуы мен жазылуы, телеәңгіме, телешолу, жобаланған эфирде телепікірсайысты өткізу.

**Бақылау сұрақтары**

1. Сұхбат деген не? Оның әр түрлілігі дегенге тоқталыңыз.

2. Телеәңгіменің ерекшелігі.

3. Телешолу, оның ерекшелігі, тақырыбы жайында айтыңыз.

4. Эфирдегі телепікірсайыс, олардың ерекшелігіне мысал келтіріңіз.

**Көмекші оқу құралы**

1. Қабылғазы Клара. Журналист шеберлігін қалыптастыру жолдары. Оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2012. – 185 бет.

**Құжатты телефильмдер**

Құжатты фильмді көру. Қазақстан эфиріндегі айтулы хабарларды, құжатты фильмдерді көру, талдау. Тақырып пен мазмұндық сипатының сәйкестілігін бағалау.

**Бақылау сұрақтары**

1. Қазақ ТД мен РТ-дағы құжатты фильмдерге сараптама жасаңыз.

2. Құжатты фильмге арналған сценарийді жазу ерекшелігін түсіндіріңіз.

3. КСРО-дағы құжатты киноның даму тарихы жайында айтыңыз.

4. Қазақстан деректі телеқұжаттамасының даму тарихын түсіндіріңіз.

**Көмекші оқу құралы**

1.Сұлтанбаева Г. С. Саяси коммуникацияның негіздері мен тәжірибесі: монография / Алматы: Қазақ университеті, 2017ж. – 434 бет.

2.Абилбакиева Ғ.Т. «Cөйлеу шеберлігі және тіл мәдениеті».

**ТД мамандықтары**

Теледидардағы мамандықтармен танысу: редактор, оператор, режиссер, продюсер, артдиректор, режиссердің ассистенті, дыбысрежиссер, декоратор, суретші-көркемдеуші, жарық беруші, дизайнер, продюсер, оператор,т.б..

**Бақылау сұрақтары**

1. Хабар дайындаудағы редактордың рөлін түсіндіріңіз.

2. Бағдарлама жүргізудегі режиссердің рөлі мен маңызын айтыңыз.

3. Режиссердің ассистенті мен көмекші мамандардың атқаратын қызметі туралы мысал келтіріңіз.

**Көмекші оқу құралы**

1. Есенбекова Ұ.М. Тележурналистика: телехабар жасау технологиясы. – А.,
2011.

**Теледидарлық сценарий**

Теледидарлық тапсырысты дайындау, сценарлық жоспарды, сценарийді, әр түрлі тақырыпқа телесюжет жазу.

**Бақылау сұрақтары**

1. Сценарлық жоспар қандай мақсатта жазылады?

2. Сценарлық тапсырысты жазу мен сценарлық жоспардың айырмашылығы неде?

3. Телесюжет мәтінін жазудың ерекшелігі дегенді түсіндіріңіз.

**Көмекші оқу құралы**

1. Әлімжанова А. Б. Блогтық журналистика: оқу құралы / – Алматы: Қазақ университеті, 2016.– 112 бет.

2.Әлкебаева Д. Сөз мәдениеті: оқу құралы. Алматы:Қазақуниверситеті, 2014, 214бет.

**Теледидарлық бағдарлама**

Таңдау бойынша кез келген телеарнаның,телерадиокомпанияның бір күндік таралым сеткасын жазу. Осы компанияның бір күндік хабарларын талдау.

**Бақылау сұрақтары**

1. Таңдау бойынша кез келген телерадиокомпанияның бір күндік таралым сеткасын жасайтын маманның жұмыс тәжірибесі деген не?

2. Апталық таралым сеткасын жазу дегенді мысалмен түсіндір.

3. Түрлі компаниялар мен станциялардың таралым сеткасының ерекшелігін айтыңыз.

 **Көмекші оқу құралы**

Тележурналистиканың интеллектуалды құрылымы: оқу құралы.

 1. М. К. Абдраев.– Алматы: Қазақ университеті. 2020.– 238 бет.

 **Қосымша**

1. Қабылғазы Клара Журналист шеберлігін қалыптастыру жолдары. Оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2012. – 185 бет.

**Теледидар және аудитория**

ТД хабарларының тақырыптары бойынша анкета мен сұхбат жүргізу.

1. Анкетаның түрлері: таратылатын, интернеттік, желілік, сайттар мен браузер пошталық және баспасөздік.

2. Сұхбат жүргізудің кәсіби ерекшелігін мысалмен түсіндіріңіз.

3. Телехабар барысында аудиторияны бақылау тәсілін түсіндіріңіз.

 4. Сұрау салудың әр түрлілігі деген не?

**Теледидарлық сұрау салудың ерекшелігі**

Аудиторияға теледидарлық сұрау салуды таратылатын анкета жолымен және теледидарлық сұхбат жүргізу арқылы дайындау.Студенттер жұптарымен бөлінеді де сұхбат үшін анкеталар мен сұрақтар дайындайды.

**Бақылау сұрақтары**

1. Мақсатты аудиторияның ерекшелігі дегеніміз не?

2. Анкетаны дайындау және жазу айырмашылығын айтыңыз.

3. Анкетаға арналған сұрақтарды құрастыру дегенді түсіндіріңіз.

 **Көмекші оқу құралы**

1. Харари Ювал Hoah. Sapens: Адамзаттың қысқаша тарихы – Алматы: «Ұлттық аударма бюросы» қоғамдық қоры, 2018 жыл. – (368 бет.).

2.Сұхбаттың сардарлары: Сұхбаттар. Құрастырушы С. Қалқабаева. Алматы: « Қазығұрт» баспасы, 2012. – 320бет.

3.Қазіргі кездегі журналистік білім беру: инновациялар, жаңа технологиялар. – Алматы. «Асыл кітап» баспасы, 2012, 168 бет.