

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



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

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



**Марат Барманқұлов және Гафу Қайырбеков
мәдени мұралары аясында**

**«ҚАЗАҚСТАНДЫҚ МАСС-МЕДИА НАРЫҒЫНДАҒЫ:
БІЛІМ – ҒЫЛЫМ – ӨНДІРІС ҮДЕРІСІ» атты**

халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция

МАТЕРИАЛДАРЫ

2015 жыл 27 ақпан

МАТЕРИАЛЫ

международной научно-практической конференции

**«ИНТЕГРАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС НА КАЗАХСТАНСКОМ МЕДИАРЫНКЕ:
ОБРАЗОВАНИЕ – НАУКА – ПРОИЗВОДСТВО»**

**в рамках культурного наследия
Марата Барманкулова и Гафу Кайырбекова**

27 февраля 2015 года

DAIGEST

of International scientific and practical conference

**«INTEGRATION PROCESS IN MEDIA MARKET OF KAZAKSTAN:
EDUCATION, SCIENCE AND PRODUCTION»**

in the frame of M. Barmankulov`s and G. Kayirbekov`s cultural heritage

27 February 2015



Ғ.Қайырбековтің «Жалғыз қол» туындысын тарихи баллада деп танығанымыз жөн. Өйткені кейіпкері тарихта болған, шынайы өмір сүрген адам. Кейіпкердің жан-күйі ақындық баға түйін жүйесінде түзілген.

«Отан туралы балладасы» шетте жүрген қазақ жігітінің туған жеріне деген сағынышын жырлайды. Алыста жүріп туған даласын, Сырдариясын, Аралдың ақ шабағын, үлкендердің ақылын, кішілердің ерке қылығын сағынған Сыр жігіті: «*Сен әлгі сағынышымды ешкімге айтпа, аударып қайтесін сол жұрт назарын*» [4, 88], – дейді. Оған жолаушы: – «*О, тәйірі-ай, ел сағыну кінә ма екен, Бір-бірін ер алыста сынай ма екен, Құдай да жерге түссе, көк сағынар, Сағынбас жұрттың бәрі құдай ма екен?!*» – деп жауап қайтарады. Балладаның соңғы бөлімінде (шығарма төрт бөлімнен тұрады) жүргізуші өзінің еңбегі жайлы баяндай келіп:

Қой, мені жеткіз, кеме, өз далама,
Даласыз шофер сөзі – сөз бола ма.
Отансыз ошақ бола ма, от бола ма,
Маңдайсыз жарқыраған көз бола ма? –
деген өмірден түйген ойын айтады.

Балладада диалог ұтымды пайдаланған. Өлеңді оқу барысында оқырманның отанға деген сүйіспеншілігі арта түседі десек, артық айтқандық емес. Қарапайым жүргізуші – қазақтың бейнесі, оның сағынышты көңіл-күйі арқылы туған жердің қадір-қасиетін біле бастайтын сияқтысың. «Қолда барда алтынның қадірі жоқ» демекші, кейіпкер басынан өткен талай-талай сындардан соң: «Отанды шетте жүрсең біледі екенсің», – деген тұжырым айтады.

Әдебиеттер

1. Қайырбеков Ә. Тәуелсіздік жылдарындағы қазақ поэзиясы: ізденістер, проблемалар (Канд. диссерт. автореф.). – Алматы, 2004. – 154 б.
2. Қайырбеков Ғ. Шығармалары. Көпшілік оқырман қауымға арналған. 1-т. – Алматы: Білім, 1998. – 216 б.
3. Алпысбаев Қ. Поэма және сюжет. Көмекші оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 1992. – 124 б.
4. Қайырбеков Ғ. Шығармалары. Көпшілік қауымға арналған. Том 2. – Алматы: Білім, 1988. – 232 б.

Тасилова А.А., Жұмабекова Г.А.

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Баспасөз және электронды БАҚ кафедрасының PhD докторанттары
Қазақстан, Алматы

ҚАЗІРГІ БАҚ ПАРАДИГМАЛАРЫ

Парадигмалардың шиеленісі. Мелвин Дефлер бұқаралық ақпарат құралдарын үш парадигманың қақтығысуындай көреді. Құрылымдық-функционалдық тұрғыдан келгенде, қоғам тұрақтылығына, ықпалдасуы мен тимді өндірісін қанағаттандыра алатын технология тірі қалып, дамып, өркендей алады. Эволюциялық парадигма тұрғысынан келгенде, жаңа медиажүйеде қоғамда пайда болған талаптарға бейімделе алатын технологияның мүмкіншілігі бар. Сондықтан да әлемдік экономика тәртібіндегі маңызды өзгерістерден немесе ақпараттық қызмет көрсету экономикасына өту кезінде пайда болған маңызды мәселелерді шешуде көмектесе алатын СМК-ның жаңа жүйесін құру қажет. Нәтижесінде өмір сүру жаппай қырып-жою қаруына байланысты келелі мәселе болып табылатын, табиғи ресурстардың таусылуы мен адамдар арасындағы қарым-қатынастың азаюы сияқты күрделенген әлем амандығы үшін қажетті халықаралық байланыс және алмасу жүйесі пайда болады. Жаңа массмедиа байланыс жүйесі ретінде толықтай орныққан кезде ескінің алдында сіңісу мәселесі тұрады. Газет, кино, радио және теледидардың дамуының тарихи тәжірибесінен белгілі «жаңа» БҚ «ескіргенде», олардың өмір сүруі олардың қоғам тарапынан төленетін немесе үкімет тарапынан қаржыландырылатын қызметтің жаңа түрлерін ойлап табу қабілеттілігіне тәуелді, байланысты болады. Символдық интеракционизм парадигмасы мәселенің өзгеруін қоғамды тұтастай емес (теоретик-эволюционистерден айырмашылығы), көбіне жекелеген, дербес деңгейде қарастырады. Символдық интеракционизм жақтаушылары екіұшты, көмескі және өзгермелі әлемдегі мәнді табуға

олардың бірлесе күш салуында жеке адамдарға жаңа медиа қалай көмектесе алатындығын ойлайды. Олар үшін массмедиаға үнемі тәуелділік маңызды. Демек, жаңа медиажүйелі жеке адамдарда, оларға не болып жатқандығы туралы білуді қамтамасыз етіп қана қоймай, сондай-ақ ол нені білдіретіндігін түсіну маңызды екендігін ұғындыратын мықты тәуелділік қатынасы пайда болады. Осындай байланыс жүйелерін өндірушілерде табысқа жету мүмкіншілігі мол. Жалғаспалы фактор – адамдар мен халықтар арасында тиімді байланыс орнататын жалпы символикалық мәдениет пен ортақ мағынаның қалыптасуы үшін қажетті жаңа БКҚ-ның саны. Ұлттық экономиканың әлемдік экономикаға жол беретін фактісі елдердің ықпалды бірігуі «жаңа ақпараттық тәртіп» үшін әлемдік байланыс жүйесін құруға жаңа медиа іздестіретіндігін білдіреді. «Парадигма конфликта предлагает совсем другой взгляд, а именно: в системы массовой коммуникации разовьются те технологии, которые возникнут в результате столкновения групп влияния, каждая из них будет продвигать ту технологию, которая лучше всего служит ее собственным экономическим и политическим интересам. Особенно ярко этот процесс проявляется в исторической борьбе между сторонниками кабельного и эфирного сетевого телевидения» [1, 56 б], – деп жазады Дефлер 1989 жылдың өзінде-ақ. Осындай тенденцияларды талдаған көптеген теоретик-конфликтологтар символикалық интеракцио-нистердің қаупін жоққа шығармай пікірін қолдайды, байланыс жүйелерімен құрастырылған және таратылған әлемдік символикалық мәдениет пен қоғамдық шындықты белгілегенде қарулы күш маңызды бола түсетіндігін де баса көрсетеді. Ескі «қалам күшті қару» деген нақыл сөзге сүйенсек, символикалық интеракционистер жаңа массмедиаы кім бақылап отырса, ол әлемдік үндестікті немесе әлемдік үстемдікті пайдалана алады деп көрсетеді. Сонымен, танымдық парадигма жаңа медиажүйенің жеке адамды сендіруге, сезімі мен мінез-құлқына ықпалын алға тартады. Дұрысы жеке адамдар мен билікті ұстап отырғандардың көзқарасына ықпал ете алатын технология байланыс жүйесінде дамуына мол мүмкіндігі бар. Медиа кіріс көзі болып табылатын жарнамаға тәуелді болған қоғамда, егерде оны адамдардың басым бөлігі өздерінің мақсаттарына жету үшін пайдаланатын болса, бұл технология медиажүйе болып табылуы мүмкін. БКҚ үкіметтің тікелей меншігі болып табылатын немесе бақылауында болған елдерде ең маңыздысы әлеуетті байланыс жүйесіне, жеке адамдардың мемлекетке деген нанымын, сезімі мен тәртібінің қалыптасуына ықпал етеді. Осы аталған парадигмалардың барлығы жаңа технологиялардың қайсысы болашақ медиажүйенің негізіне жататындығын анықтауда санасуға қажетті факторларды үстіртін болса да береді. Мамандар байланысты іздеу мен пайдалануда адамдар нені басшылыққа алатындығын анықтау үшін когнитивті психология және қазіргі лингвистика сияқты білім салаларын зерттеу керек деп есептейді. Сондай-ақ байланыс технологияларының экономика мәселелері мен әлеуметтік өлшемдерін, мысалы, аудиторияның бірнеше жекелеген топтарға бөлінуі сияқты мәселелерді зерттеу қажет. Жаңа технологиялар ескіні анық көруге мүмкіндік береді. Маршалл Маклюэн: «Появление нового средства массовой коммуникации часто открывает новые свойства и гипотезы, как это было не раз, старого средства. Создавая новые конфигурации модели «источник – сообщение – получатель» [2, 132 б] деп жазғанда мұны мойындаған, жаңа байланыс технологиялары зерттеушілерді көпшілік аудиториясындағы, байланыс құралындағы және т.б. бұрынғы анықтамасын қайта қарауға мәжбүр етеді. Дэниел Белл «бұқаралық қоғам» терминінің бірмағыналы еместігін көрсетеді. «В этих разнообразных формах использования концепции массового общества больше всего поражает, как мало они отражают сложные, сильно расслоенные общественные отношения реального мира или связаны с ними» [3, 86 б]. Бұқаралық қоғам идеясы түбіріне кіретін «Массмедиа» терминіне анықтама беру қай кезде де қиындық туғызған. Дәстүрлі анықтаманы пайдалану белгілі мәселеде қолайсыз, оның бірі – соңғы жылдары бұқаралық аудиторияның жоғалуы сылтауынан үрей күшейді және либералдық плюралистік мемлекет үшін бұл құбылыстың салдары өсті. Компьютер болып табылатын байланыс технологиялары конвергенциясының үдерісі демассификация (жоғалу) үрейін туғызады. Массмедиа идеясы өзінің шегіне жеткендігін көрсетеді. БКҚ-ны зерттеудің сыни бағытын жақтаушылар дәстүрлі анықтаманы медианың эффектісі ретінде қоя отырып, нәтижесі медианың институционалдық концепциясы болып табылатын әлеуметтік, экономикалық және тарихи контекстерін талдаумен айналысады. Мұндай жол медианың аудиторияға ықпал ете алатын қабілеті туралы талас тудырмайтын болжамы тәрізді жаңа жиынтықтың пайда болуына сенеді. Ендеше массмедиа мен аудиторияның өзара байланысы идеясынан толық бас тарту медиаинституттардың адамдар пайдаланатын хабарламалар жасай білу қабілеттеріне күмән келтіруі мүмкін. Жаңа медиаға тән интерактивтілікке байланысты ақпарат алмасудың екіжақты үрдісі сияқты етіп конвергентті түрлерге біржақты үрдіс ретінде жол беру коммуникацияның сыртқы түріне тән. Бұл интерактивтілік баспаны коммуникацияның стандартталған мазмұнының орнына жан-жақтылықтан шектелмеген мазмұн келеді дегенді білдіреді. Қазіргі қоғамда ақпарат ең маңызды ресурс болып бара жатқанын адамдар мойындай бастады. Олай болса, адами коммуникацияның зерттелуі қоғамның зерттелуіне айналып барады. Бұл түсінік қазір ақпараттық төңкеріс жағдайында қалыптасып келе жатқан жаңа

қоғамдағы коммуникацияны зерттеушілердің беделін көтеру дегенді білдіреді. 1988 жылдың өзінде-ақ Маклюэн тарихтағы медианың кез-келген алға басушылығына төрт негізгі заң әсер ететіндігі туралы гипотезасын алға тартты. Жаңа БКҚ ескіше төрт ереже бойынша жұмыс істейді: күшею, картаю, синтез және қайта қалыпқа келу. Нақты мысал ретінде мәтінді редакторы бар жеке компьютерді қарастыру ұсынылады. Біріншіден, мәтіннің баспаға дайындалу үрдісін тездетті; екіншіден, жазба машинаны қажетсіз етті, үшіншіден, медианың жаңа синтезіне қатысты, бұл үстел баспасының пайда болуына алып келген медианың жаңа синтезіне қатысты; төртіншіден, баспа материал өнімінің орталықтандырылуын туындатты.

Дефиницияларды қайта қарастыру. Жаңа медиа ғалымдарды дәстүрлі дефиницияларды қайта қарауға мәжбүр етті. Медиа мен жеке тұлға немесе қоғам арасындағы қарым-қатынасты сөз еткенде, әрбір нақты жағдайда «медиа» сөзіне әртүрлі мағына беріледі. Айталық, зерттеуші «телеарна х-ті тудырады» деген қағиданы дәлелдеуге кіріссе, онда оның ғылыми мүдделерінің құралы не болып табылады: эфирдегі телевизиялық белгі, техникалық персонал, бағдарламалар қатысушылары мен құрушылары, телевизиялық бағдарламалар ма? Ақырында зерттеудің контексті мен шегі осындай дәстүрлі БКҚ-ның телеарна сияқты мағынасын нақтылауға көмектеседі, бірақ осы хрестоматиялық анықтамаларды жаңа медиаларда таратуға болады ма? Ортақ ұйымдастырылған интернет, жаһандық үлестірмелі компьютерлік желілердің жиынтығы әлемнің түкпір-түкпіріндегі миллиондаған адамдар қатысатын коммуникациялық форумды қамтамасыз етеді. Интернет адамдарды ақпарат алу құралымен, жеке және топпен, бұқара контекстінде қарым-қатынас жасаумен қамтамасыз етеді. Бірақ медианың осы ұғымын интернет бойынша коммуникацияны анықтау үшін пайдалануға болады ма? Зерттеушілер адамдардың компьютер көмегімен қарым-қатынас жасау мәселесін зерттеуге әртүрлі көзқараста. Біреулері коммуникациялық жағдайлардың жиынтығын зерттейді, оның ішінде: медиажүйе қасиеттері мен адамдардың сипаттары арасындағы өзара байланысын және оларды пайдаланушылар компьютерлік коммуникация үрдісі арқылы адамдық компонентке талдау жасайды. Бірақ эксперимент жүргізу жағдайына қатты тәуелді болғандықтан олардың жұмыс нәтижелері тұтас көрініс бермейді. Кейбір ғалымдар интерактивті медианың таралуын зерттеп, медиатеchnологияның қабылдануына әсер ететін факторларды, сонымен бірге адамдармен қолданылатын жаңа технологиялық модельдерді де туындатады. Ал басқалары қоғам мен жеке тұлға деңгейінде өзгерістерді табу үшін медианың дамуына талдау жасайды. Жақында ғана ғылыми ортада жеке және ұйымдасқан коммуникациядағы БКҚ-ны таңдау үрдісін зерттеуде «медианың ауқымдылығы» деген түсінік пайда болды. Онлайндық коммуникацияны зерттеудегі басқа бір маңызды нәрсе – шешендік өнер мен тілге ден қою болып табылады. Интернет технологиясы саласындағы қарқынды өзгерістерге байланысты теориялық ықпалдастықтың болмауы күшейіп барады. Егер бұрын желі бойынша коммуникацияның жалғыз түрі электронды пошта (e-mail) және Usenet конференциясы болса, ал бүгінгі күні жай ғана ақпараттың таралуы мен жазба түріндегі талқылауларға қарағанда ақпаратты алу, коммуникацияны және өзара әрекеттесу үшін құралдардың ауқымды ассортименті ұсынылады.

Жаңа медиалар автордың, оқырманның және мәтіннің өзіне күмән тудырады. «Біреуі қайдан басталып, екіншісі қайдан аяқталатынын білмеген кезде интерактивті бағдарламалық қамтамасыз ету «оқырман – мәтін» немесе «оқырман – жазу» деген оппозицияларға жұмылдырылады. Сызқты мәтінді ашу деңгейіндегі оқырманның құту мен реакциясының өзгерістерін алдын-ала білу бір басқа, ал жаңа реакцияларды және т.б. туындатата отырып тексттің өзіне әрбір реакция бірден өзгерістер енгізген кезде, мәтіндік интеракцияларды алдын-ала көрген бір басқа.

Гуманитарлық ғылымдар әдебиеттің, киноның және телеарнаның қалай әсер ететіндігі жөнінде теориялық негізде түсіндіре алса да, бұл жауап әлі де айқын емес, бағдарламалық қамтамасыз ету теориясы әлі құрылмаған». Интернетте философиялық және психологиялық концепциялардың жобасын, ондағы әрқандай бағыт өзінің бейнесін таба алады дейді, кино саласындағы атақты ойшыл Слава Жижек. Франкфурт мектебін қолдаушылар бізді энергия көзі ретінде пайдаланатын ішкі өмірімізді отарлайтын элеуметтік субстанциясын экстраплярлық бейнесін көреді. New age құрылымын бөлетіндер, әлемдік торда жүретін жаһандық Мимен туындаған бір елес – бұл біздің әлем деген идеяны қарастырады. Нарық хаостың, адамгершілік деградациясының және т.б. артында мақсатты стратегияның жасырын жатуын сезінуі күнделікті өмірдің дигитализациясының кеңеюімен күшейеді.

XXI ғасырдағы жаңа ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың дамуы жағдайында, Я.Н. Засурский дәстүрлі БАҚ-қа баспаға, радиоға, телеарнаға және олардың мазмұнына кең жол ашылып, сөзсіз, біраз өзгерістер орын алады деп жазады. Радио, көріп отырғанымыздай, өзінің болашағына алаңдамайды. Дыбыс тілі интернет арқылы оңай беріледі, радиобелгіні қабылдау үшін компьютерін мен оған дыбысты қондырғың болса болғаны. Засурскийдің пікірінше, телеарнаға қиынырақ – оны маңызды құрылымдық өзгерістер күтіп тұр. Интернет бағдарламаларға жол ашқанына байланысты, телеарна аудиторияның бөлек бір сегменттердің талғамына қарай дамиды. Жаңалық

бағдарламаларының тұрақты болашағы бар. Баспа мықты ұстанымға ие, өйткені біртұтас телевизиялық немесе компьютерлік нұсқадағы ақпараттардың әр түрлерінің бірігуі мәтінді жоғалтпайды. Газеттердің компьютерлік нұсқаларын немесе компьютерлік газеттерді жоғары кәсіптендірілген тілшілер дайындайды. Олардың басқа артықшылығы – дизайн, ол оларға гипермәтінді мінездеме береді. Телеарна мен радиодағы ақпаратты қолдану басынан аяғына дейін желі бойынша. Бір ғана түсініксіз нәрсе, ол – газет электронды немесе баспа түрінде болатындығында. Сондықтан Засурский «газет болашағының жарқын екендігін алдын-ала айтуға қорықпайды, газет бүкіл әлемде не болып жатқанын білгісі келетіндерге арналған» [4, 112 б]. Алайда барлығы оптимистік пиғылды емес және олар ақпаратының тез таралмайтындығын алға тарта отырып, газет басынан өтпей қоймайтын өмірден өтуін айтуда.

Қорыта келгенде, коммуникацияға жетілмеген құралдардың көп шындалғандарға ассимиляциялануы тән. Көркем сөйлеу деңгейінде коммуникация құралының басқа жетілген құралмен бейімделу қасиеті коммуникация табиғатына тән имманентті үрдіс, ал оның ығыстырылуы әлеуметтік, психология немесе физиологиялық механизмдерде кідіріп тұр және коммуникациямен ешқандай ортақтығы жоқ. Жаңа және ескі медиалар қарым-қатынасының тәжірибесі көрсеткендей, бір-біріне қарсы екі стратегия бар – бейімделу және конфронтация. Кейде дәстүрлі технологиялар бұл екі стратегияны да қолданады, оның безендірілуін өзгерте отырып және сонымен бірге жаңалық нарығында теңдей күресу үшін мазмұны бойынша бөлшектенеді.

Әдебиеттер:

1. DeFleur M. L., Ball-Rokeach S. Theories of mass communication. «White Plains», N. Y., 1989.
2. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширение человека. «Канон-пресс-Ц», М., 2003.
3. Белл Д. Социальные рамки информационного общества. Новая технократическая волна на Западе. «Прогресс», М., 1986.
4. Система средств массовой информации России. «Аспект Пресс», М., 2001.