ҚОЖА АХМЕТ ЯСАУИ атындағы ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАЗАҚ-ТҮРІК УНИВЕРСИТЕТІ

Садықов С.

ЖУРНАЛИСТІҢ ПСИХОЛОГИЯСЫ

ОҚУ ҚҰРАЛ

Түркістан 2019

Оқу құралы Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университетінің оқу-әдістемелік кеңесінде бекітілген (№8 хаттама, 21.04.2019 ж.) «АХМЕТ ЯСАУИ УНИВЕРСИТЕТІНДЕ БІЛІМ БЕРУ ҮДЕРІСІН ҰЙЫМДАСТЫРУ БОЙЫНША НОРМАТИВТІ ҚҰЖАТТАР ЖИНАҒЫНА» сүйеніп әзірленді.

Пікір жазғандар:

Р.Жақсылықбаева, филолгия ғылымдарының кандидаты, доцент (Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті)

Б.Сердәлі, филолгия ғылымдарының кандидаты, профессор (Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті)

Садықов С.С. (құраст.)Журналистің психологиясы / оқу құрал.
– Түркістан, 2019

Оқу құрал «Журналистика» білім беру бағдарламасы бойынша білім алып жатқан білімгерлерге дәріс өтуге оқулық ретінде пайдалануға болады. Оқулықта журналистің шығармашылығындағы психологиялық дағды мен түйсікті қалыптастыру, журналист шығармашылығының оқырман психологиясына әсері бойынша мәліметтер беріледі.

Журналист қызметіндегі қарым-қатынас психологиясы

Мажибаева Ж., Берикболова А.
С. Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан мемлекеттік университеті
Өскемен қаласы, Қазақстан Республикасы

Психология-адамзат ойлап тапқан кілттердің бірі, онсыз біздің мінез-құлық құпияларын ашу, біз бір-бірімізге, әлемге және өзімізге жіберетін сигналдардың кодтарын ашу мүмкін емес. Журналистика осы кодтардың көпшілігін пайдаланады және оны түсінудің қиындығы. Мұнда бір кілт емес, көптеген кілттер, бір тәсіл емес, зерттеудің көптеген аспектілері қажет. Әлбетте, ұзақ уақыт бойы "Журналистика психологиясы" пәні көптеген қалаулы, бірақ қол жетпейтін мақсат болатын. Біз қазір де "біздің брелокымызда бұқаралық коммуникация механизмдерін түсіну үшін қажет барлық нәрсе"деп айта алмаймыз. Алайда, біз "Журналистика психологиясы" – ғылыми және қолданбалы бағыт - "журналистика психологиясын" әзірлеуге табанды ұмтылыссыз, - маскоммуникациялық үдерістерді одан әрі тиімді зерттеу мүмкін емес деген толық түсінікке келдік. Соңғы үш жүз жылдықта БАҚ-тың біздің өмірімізге басып кіру дәрежесін ескере отырып және көптеген елдердің ақпараттық қоғамға көшуіне сілтеме жасай отырып, "журналистика психологиясынсыз" қазіргі заманғы қоғамның даму негіздерін түсіну мүмкін емес.

Пәнді қалыптастырудың алғашқы талпыныстары және осы бағыттағы негізгі еңбектері ММУ журналистика факультетіне тиесілі, оның оқытушылары медиапсихология саласындағы қазіргі заманғы зерттеулердің іргетасын қалаған. Әрине, "журналистика психологиясын" әзірлеу жолында әлі де көп жұмыс істеу керек және бұл оқу құралы түпкілікті әрі жан-жақты болуға талпынады. Адам рухын түсіну саласында мұндай кітаптың болуы мүмкін емес деп ойлайды. Мұндай кітап адамзат үнемі жаңартылып отырады. Бірақ оқу құралының ережелері медиялық сала қызметкерлеріне пайдасыз болады деп үміттенемін және олардың өз қызметін

түсінуіне және оған айналасындағыларға жауап беретіндігіне үміт артамын.
Осы жағдайды пайдалана отырып, мен бұқаралық коммуникацияны дамытудың терең механизмдерін зерттеу саласында қарапайым еңбек еткен барша азаматтарға алғыс білдіремін, филология ғылымдарының докторы, профессор Л. В. Полякованы, филология ғылымдарының докторы, профессор Н. Н. Н еске алып, өз ұстаздарымды – филология ғылымдарының докторы, профессор Л. В. Полякованы құрмет тұтамын.Л.Геология ғылымдарының кандидаты, профессор А. В. Еремин. Ерекше алғыс – дарынды және ойлайтын студенттерге, олармен жұмыс барысында көптеген ережелер түзетілді.

Е. И. Пронин "қазіргі журналистиканың психологиялық мәселелері" мақаласында әділ атап өтеді: "қазіргі бұқаралық коммуникацияда феномендер мен артефактілер үлкен маңызға ие болады, олардың басты факторы олардың психологиялық компоненті болып табылады".

Арасында бағыттары шетелдік психологиялық зерттеу XIX ғасырдың бірінші жартысында XX ғ. журналист үшін мүмкін әсіресе пайдалы психоаналитическое (З. Фрейд, А. Адлер, к. хорни, Э. Фромм, К. Г. Юнг), социотропное (У. Мак-Дугалл, С. Сигеле және т. б.), этологическое (К. Лоренц, Н. Тинберген), фрустрационно-агрессивті (Л. Берковитц, Д. Доллард, Н. Миллер), поведенческое (А. Басс, А. Бандура, Р. Сирс), социометрическое (Д. Мұздақ, Г. Гурвич, Э. Дженигс, С. аға оқытушысы), интеракционистское (Д. Мид, Т. Шибутани, Т Шпигель), когнитивтік (У. Найссер, Дж. Келли, Ч. Оскуд, П. Таниенбаум, Ф. Хайдер, Л. Фестингер және т. б.), бихевиоризм (Э. Торндайк, Дж. Және т. б.). Бұл бағыттар тек салыстырмалы бөлігінде ғана массмедиа процестерін зерттеуге қатысты болды, алайда олардың медиасекторға назары дамудың барлық кезеңінде өзгеріссіз қалды. Біз: масс медиа белсенді дамуының алғашқы жылдарынан бастап соңғылары психологтардың назарын аударады. Мысалы, 1910 жылы К. Марбе киносприятия психологиясы бойынша эксперименттерді сипаттады, ал 1916 жылы В. Х. Мюнстерберг түсірілген киноның аудиториясына әсерін зерттеді және ол тудыратын маңызды әлеуметтік-

психологиялық әсері туралы мәлімдеді. 1929 жылы Х. Загстың "кинофильм психологиясы туралы" кітабы жарық көрді. Көптеген ұтымды ережелерін қамтиды теория топтық динамика (К. Левин, Д. Креч, Л. Линдслей) және гештальтпсихология (М. Рефлекс, К. Коффка, В. Келлер). Осы мектептер өкілдерінің қатысуымен Журналистика психологиясы объектісі туралы нақты түсінік ресімделді. Бұл тәжірибені іске асыруда әртүрлі коммуникативтік және интерактивті байланыстар, адам өмірінің басқа салаларымен (экономика, саясат, құқық, мораль, ғылым, өнер, дін) өзара іс-қимыл жасауға бағытталған түрлі техника мен технологиялар орын алады.

Әдебиеттер тізімі:

1. Кропотов Л.А. Журналистика на путях социологии. Методы социологических исслеований в журналистической практике. Свердловск., 1986.

2. Свитич Л.Г. Эффективность журналистической дятельности. М., 1986.

3. “Журналист: социологические и социопсихологические исслеования”. Под ред. Л.Г. Свитич и В.В Ширяевой. М., 1994.

Журналистика психологиясы

Мажибаева Ж., Берикболова А.
С. Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан мемлекеттік университеті
Өскемен қаласы, Қазақстан Республикасы

«Міне, отыз сегіз жыл бойы менің әңгімелесуім, адамдармен сұхбаттасуым – жеп отырған наныма айналды»,- деп Л.Кинг өзінің «Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно» атты кітабының кіріспесінде жазған. Журналист қызметінде де ең бастысы адамдармен қатынас орнату, тіл табыса білу. Дегенмен адамдар бір – біріне ұқсамайтын түрлі мінезді болып келеді. Сондықтан журналист олардың тілін табу үшін тілші ғана емес психилог болуы керек дерсіз. Осы негізде журналистика психологиясы ғылымға еніп, зерттеле бастады.

Жалпы, журналистика психологиясы – бұл журналистика және психология атты екі ғылыми пәннің түйіскен жерінде қалыптасып, дамып отырған ғылым. Бұл ғылым бір мезетте аталған ғылым түрлерінің мәліметтеріне негізделіп отырғандықтан, журналистика психологиясы пәнінің мән-мағынасы да, кешенді құрылымыда ауқымды болып табылады.

Олардың арасында оптимальды пропорцияларды тауып, маңызды деген психологиялық проблемаларды анықтай отырып, бір жүйеге келтіру- журналистика ұғымын негізге алған жағдайда ғана мүмкін. Бірінші кезекте журналистің жеке тұлғалық қызметі ғана маңызды да анықтаушы буын қызметін атқарды. Алайда, бұл қызмет бір уақытта – негізгі психологиялық категория болып заңдылықтар да жеке барысында толыққанды, кешенді көрінетіндігін атаған жөн. Қызмет категориясының барысында журналистика мен психология теорияларының арасында байланыс пайда болып, журналистика психологиясы жеке ғылыми сала ретінде қалыптасады.

Журналистика заңдылықтарын, сұхбат берушімен журналист әрекеттерінің психологиялық ерекшеліктерін білу және де кәсіби құдіреттілік, ақпарат жасау, ұйымдастыру,

басқару заңдылықтарынан хабардар болу – нәтижесінде мұның барлығы журналист қызметтің тиімділігін, өміршеңдігі анықтайды.

Әрбір журналистің ең алғашқы сұхбаты, бойындағы қорқынышы оның есінде мәңгі сақталады. Жоғарыда аталған Л.Кингтен қарапайым ғана екі нәрсені үйренуге болады, және кез-келген уақытта ол ұғымды ұтымды пайдалана аламыз. Ең алғаш рет Л.Кингтің 1957 жылы 1- мамырда Майами-Бичтегі WAHR шағын радиостанциясындағы мүлдем сөйлей алмай кідіріп қалғандағы жасаған әрекеті. Радиостанцияның бас директоры Маршалл Симмонс, Л.Кингке оның даусы ұнайтындығын айтып, оны жұмысқа шақырады. Бірақ, әзірше бос орын жоқтығын айтады. Ларри өз қалтасында бір де бір цент болмаса да күнделікті радиоға келіп, жаңа түскен ақпараттарға, эфирдегі диск-жокеилер мен диктордың жұмысын бақылап, біреуіне қажет болып қалар деген ниетпен заметкалар жазып жүреді. Кенет, күндердің бір күнінде М.Симмондс әлі тәжірибесіз Ларриді ауырып қалған таңғы бағдарлама жүргізушісінің орнына шығуды тапсырады. Арман орындалды! Енді Ларри таңертеңгілік үш сағаттық бағдарлама жүргізу бақытына ие болды. Қуанышы қойнына сыймаған ол демалыс күндерінің барлығын мәтін жаттаумен өткізеді. Дүйсенбіде эфир уақыты келіп жеткенде, ол біресе су, біресе кофе ішіп әуре болады. Осы кезде директор оны кабинетіне шақыртып, сәттілік тілеп, эфирге Ларри Зайгес деген есімнің орнына алдында жатқан газеттен спирттік тауар сататын жарнамадан «Кинг» атауын оқып, енді сені Ларри Кинг деп атайтын боламыз дейді. Сонымен, Ларри өз орнына келіп, дайындаған әуенін жіберіп, сілейіп тұрып қалады, сөйлеуге бата алмай, біраз уақыт кетіп қалған соң: – Бұл жерде сөйлеу керек! - деген айғайдан тез арада ес жиып Ларри өз сөзін былай бастаған екен:

- Қайырлы таң! Мен бүгін эфирге алғаш рет шықтым және демалыс күндерімнің барлығында осыған дайындалдым. Он бес минут бұрын маған жаңа ат берді, өзім әуен де дайындағанмын. Бірақ, менің тамағым кеуіп кетті және абыржып тұрмын. Ал директор болса, есікті теуіп: «Бұл жерде сөйлеу керек!» - деді.

Аузынан күштеп болсын сөз шығара алған журналист ендігі уақытта еркін сөйлеп, болашақта ешқашан мұндай күйге түспеген. Бұдан байқайтынымыз, журналист өзі ашылып сөйлесе, басқа адамдар да оған сенім білдіріп, сырын ақтарады. Сіз сөйлескелі тұрған жанның да екі көзі, екі құлағы бар, яғни ол да сіз сияқты адам. Ендеше қымсынуға керегі жоқ.

Кейде сұхбаттасқалы отырған адамыңыз сөзге сараң болуы мүмкін. Алайда бізге өз керегімізді алып қалу керек. Мұндайда журналистер әр түрлі айла шарғылар жасау арқылы мақсатына жетеді. Осы орайда, нағыз журналист психологиясы бойынан табылған, Әзілхан Нұршайықовтың – мінезі алмастың жүзіндей Бауыржан Момышұлымен сұхбаттасқандағы тапқырлығын айта кетуге болады.

Сондай – ақ, ым (жест), бет құбылысы, интонация – дипломатиялық басқосуда, сұхбаттасуда ерекше рөл атқарады. Вербальды құралдан (сөз) гөрі вербальды емес (ым) мұндай қарым-қатынас көп жағдайда дипломатиялық келіссөз үстінде сұхбаттасып отырған адаммен әсерлі сұхбат орнатуда айрықша жәрдем беріп отырады. Кейде мынадай жағдай болады: сөйлеуші қаншалықты өз ойын жеткізуге тырысқанымен, бет жүзі өзгермей, ешқандай әсер тастай алмайды. Мұндайда әлденені бүлдіріп алмау үшін, жалпы сұхбаттасушыңды сендіру үшін ыммен сөйлескен анағұрлым тиімді болады. Австралиялық ғалым А.Пиздің пайымдауынша, сөз арқылы ақпардың тек 7 пайызын ғана жеткізуге болады екен. Қалған 38 пайызы интонация арқылы, 55 пайызы ым арқылы жетеді.

Ол мынадай бір оқиғаны мысалға алады. Әлдебір келіссөз үстінде бір фотограф басқосу барысын жиі-жиі суретке түсіре беріпті. Екі жақтың ортақ келісімге келуі мүмкін емес деп жорамалдаған ел ойда-жоқта шешімнің тез табыла қойғанына таң қалыпты. Кейін мұның сыры суреттер шыққан соң белгілі болыпты. Онда келіссөз иелерінің бет пішіндерінің айрықша рөл атқарғаны көрініп тұрған екен. Демек, сөз арқылы ғана емес, бет қимылдары арқылы да мәселе түйінін табуға мүмкіндік бар көрінеді.

Эфирге шығып тұрған журналистің де көгілдір экран алдындағы көрерменді баурап алу үшін оның бет – әлпеті,

дауыс ырғағы өте маңызды. Көп ақпарат ағынын жеткізу барысында көрерменді жалықтырып алмас үшін ымның атқарар рөлі ерекше. Сондай – ақ, ақпарат мағынасына қарай эмоциямен жеткізсе, яғни позитивті дүниені көңілді айтса, салмақты ақпаратта сабырлы болса. Былайша айтқанда ақпарат жеткізу барысында актерлік шеберлігі де маңызды. Камера алдында қақиып тұрып қалмай, ыммен, қолды қимылдату арқылы сөйлеу журналистің өзіне де сенімділік ұялатып, көрерменді де сендіре алады.

Қазір әлемнің ірі университеттерінде вербальды емес құралдарды оқытатын арнайы пәндер бар екен.

Ым мен бет қимылын ережелейтін әлдебір қатып қалған қағида жоқ. Ол сұхбаттасу барысына қарай әрқалай құбыла береді. Сондықтан ол жөнінде нақты бір тұжырымға келу күні бүгінге дейін қиындықтар келтіруде.

Соған қарамастан, журналистерге қажет-ау деген ең негізгі элементтеріне тоқталып көрейік. Әсіресе, бұл сұхбат алу барысында аса қажет элементтер болып табылады.

Вербальды емес компонент таныстықтың алғашқы сәтінде-ақ рөл ойнайды. Бір сөз айтқызбай-ақ қарсыласының қасиетін танып алатын адамдар бар. Ғалымдар алғашқы минөттерді дұрыс пайдаланған жөн деген пікірде. Келісім тағдырын сол санаулы минөттер шешіп кетуі әбден мүмкін екен. Американ зерттеушілері Л. және Н.Зуниндер кездесудің алғашқы 4 минөті маңызды дегенді айтады . 2 минөт те жетеді дейтін зерттеушілер бар.

Бұл сәтте не маңызды екеніне тоқталайық:

1. Ең алдымен, кездесуге ықыласты екеніңді бет қабағыңнан танытуың керек. Мұндағы әрбір тұрысың, көзқарасың, бет пішінің маңызды рөл атқарады. Мысалы, қара көзілдірік тағып алып, міз бақпай отырған адамды елестетіп көріңіз. Мына жайлардан қашқан жөн: қабақ түю, алға итініп отыру, стол үстінде жұдырықтарды түйіп отыру, саусақтарды қайшылап отыру, күнқағар қара көзілдірік тағу, т.б.

2. Өзіңді әріптесіңнен жоғары қоймау. Мысалы, ол орындық ұшында, ал өзің мамық креслода отырсаң, қалай болады? “Егер әңгіме үстінде сұхбаттасың иегіне сүйеніп отырса, сен де солай ет, – дейді зерттеуші У.Юри. – Бұл “мен де сен сияқтымын” дегеніңді білдіреді”

Ресми қабылдауға қатысушыларды отырғызғанда да психологиялық аспектілерді ескерген жөн. Әдетте жұмыс кабинеттерінде стол “Т” сипатта қойылады. Неғұрлым басшының қызметі жоғарылаған сайын, соғұрлым “Т”-ның құйрығы да ұзара береді. Жылы шырайлы басқосу үстінде басшының әріптесіне өз орнын ұсынуы да әңгіме ауанын көп өзгертеді.

“Дөңгелек үстел” өзара әңгімені жеңілдете түссе, журнал үстелінің басындағы сұхбат тіпті жақындастырып жібереді. Біздің қазақы психологиямыз үшін дастархан басындағы әңгіменің де маңызы зор.

Мұнымен қатар, ымның ақпараттық қызметі де бар. Мәселен, сәл еңкейіп, үстелге сүйену – тұруға ыңғайлануды білдіреді. Ал шекеге саусақты таяп отыру – ықыласпен тыңдаудың белгісі.

Зерттеуші Дэвид Левис ымның 4 түрін айрықша бөліп көрсетеді :

1. Ым-символ. “ОК” немесе саусақпен “О”-ны көрсету Америкада “Бәрі жақсы” дегенді білдіреді. Ал Жапонияда бұл ақшаның белгісі. Басбармақты тістелеу – ақшаның тауысылғандығын айғақтайды. Екі саусақты шекеге тіреу – өзін-өзі өлтірудің әрекеті. Бір ым-символдың әр елде әртүрлі мағыналары бар. Жоғары көтерілген басбармақ – бізде “бәрі тамаша”, Грецияда “үніңді өшір”, Америкада көлік тоқтату белгісі. Жалпы АҚШ-та ым-символдардың 100-ге тарта, Израильда – 250-ге жуық түрі бар екен. Сонымен қатар Араб әлемінде де ым тілі жақсы дамыған.

2. Ым-бейне (айтылған жайға түсініктеме беру). Бұл адамның көңіл-күйіне байланысты қол сілтеп сөйлеу, әңгіме үстінде ебедейсіз қимылдап кету сияқты әрекеттермен көрініс табады.

3. Ым-реттеу. Бұл көбіне әңгіменің басы мен аяғында рөл ойнайды. Біз кездескенде де, қоштасқанда да қол қысамыз. Неміс философы И.Кант қолды “мидың көзге көрініп тұрған бөлшегіне” теңейді. Қол қысу – сәлемдесудің немесе қоштасудың ғана белгісі емес, сенім білдірудің, құрмет көрсетудің айғағы. Құрғақ алақан – енжарлықтың, ылғал алақан – мазасыздықтың белгісі. Қолды сілкілеп, ұзақ қысып тұру да асқан құрметті байқатады. Мұнымен қатар, төмен

иілген қол – биіктікті, екі қолмен қаусыра қысу (“қолғапты амандасу”) – иілгендікті айғақтайды. Алғашқы кездесуде амандасудың мұндай түрлерінен қашқан жөн. Сонымен қатар, қол алып тұрып, бас шұлғи беру – асығыстықты, басты жай изеу – тыңдауға құлықтылықты, саусақ шошайту – әңгімені үзгісі, басқа тақырыпқа ауысқысы келгендігін, білдіреді.

4. Ым-сезім. Адамның көңіл-күйіне байланысты туатын еріксіз қылықтар. Сырт қараған адамға ол оғаш көрініп те жатады.

Американдықтар ымдасудағы ең жақын арақашықтық деп 15 см мен 1 м 20см аралығын, ең алыс арақашықтық деп 1 м 20 см мен 3 м аралығын атайды. Бұл әріптесіңнің жынысына, қызметіне, шыққан тегіне байланысты да құбылып тұрады.

Орыстар мен жапондар американдықтарға қарағанда жақын тұрып ымдасқанды тәуір көреді. А.Пиз американ мен жапонның келіссөз үзілісі кезінде екеуара сөйлесе тұрып, залды бір айналып шыққанын айтады. Оның пайымдауынша, әр ұлттың ымдасу арақашықтығы төмендегідей екен:

жақын – араб, жапон, француз, грек, испан, негр, итальян, Оңтүстік Америка тұрғындары;

орташа – ағылшын, швед, швейцария тұрғындары, неміс, австриялық;

алыс – Солтүстік Американың ақ нәсілділері, Австралия тұрғындары, жаңазеландиялық.

Журналист түрлі адаммен, түрлі ұлт өкілімен сұхбаттасуы мүмкін. Сондықтан сұхбаттасу барысында арақашықтықты да, түрлі елдердегі ым мағынасын да ескергені жөн.

Кездесе тұрып жымиюдың да өзіндік салмағы бар. Біреу достық ретінте, енді біреу келеке етіп жымияды. Шын пейілмен жымиюда үстіңгі тіс көрінеді деп есептейді зерттеушілер. Астыңғы-үстіңгі тістердің тұтастай көрінуі – нағыз достықтың белгісі.

Адамның көзқарасы да көп нәрсені аңғартады. Мейірімді, өткір, ашулы, қуанышты көзқарастар бар. Әріптесіңнен бұрын көз алып кету – жасқаншақтықты, бір нүктеге қадалып қалу – тыңдауға құлықсыздықты, көз ала беру – жақтырмағандықты, асығыстықты білдіреді. Алғаш кездескенде немесе қоштасар сәтте көз айырмай қарап қалу – құрметті сездіреді екен.

Ақпарат көзі – адам, ұжым және деректер. Деректерді жинау кезінде журналист ақпараттарды түрлі көздерден алады. Ақпарат алу үшін адамдармен қарым – қатынас орнатады. Көп жағдайда ақпарат алу көзі ол – адам. Сондықтан олармен тіл табыса білу маңызды. Өзіңе керек дерек алу үшін дұрыс сұхбат құра білу қажет. Кейіпкерің айтары бар адам болу керек. Сұхбаттасу барысында жоғарыда айтылған дүниелерді ескерген жөн. Журналист мамандығы тікелей адамдармен қарым – қатынаста болғандықтан адам психологиясын жетік білгені дұрыс. Сондықтан журналистика мен психология егіз ұғым іспетті қатар жүруі тиіс. Өйткені психологияның журналистикада атқарар рөлі ерекше.

Әдебиеттер тізімі:

1. Кропотов Л.А. Журналистика на путях социологии. Методы социологических исслеований в журналистической практике. Свердловск., 1986.

2. Свитич Л.Г. Эффективность журналистической дятельности. М., 1986.

3. “Журналист: социологические и социопсихологические исслеования”. Под ред. Л.Г. Свитич и В.В Ширяевой. М., 1994.

4. https://szh.kz/student/598/zhurnalist-psikhologiyasy-zhane-diploma/

Еркіндік шығармашылықта көрініс табады

Сергей Николаевич Булгаков

Шығармашылықтың психологиясы – адамның әртүрлі салалардағы жаңа және түпнұсқалық жаратылысын зерттейтін психология бөлімі. Біз жаңа ғылыми жаңалықтар, өнертабыстар, өнер, технологиялар туралы, және тұтастай алғанда, біздің күнделікті өмірімізге жаңа нәрселер енгізу туралы айтуға болады. Сонымен қатар, шығармашылық психология адамның шығармашылық әлеуетін дамыту және құрылымын зерттейді. Бұл бөлім психологиядағы ең күрделі мәселе болып саналады, өйткені жаңалық пен өзіндік ерекшеліктер өте айқын және біркелкі емес. Бір жағынан, біздің өміріміздегі барлық нәрсе өздігінен жаңа және қайталанбайтын, сондықтан өмірдің өзі – шығармашылық. Сіз осы дүниеде мүлдем бірдей адамдар таба алмайсыз, себебі сіз олардың істерін бірдей жасай алмайсыз. Әрекеттер, сөздер, әр түрлі адамдардың идеялары – бір-біріне ұқсамайды. Екінші жағынан, әлемде бар нәрселерден ерекшеленетін, адамның туындылары сияқты, мұндай заттар бар. Және кейбір талантты адамдар өз өмірлерін өзгертуге көмектеседі. Сондықтан, жаңа және өте түпнұсқалық болып табылатын барлық нәрселер – шығармашылық жұмыс деп аталатын нәрсе.Мен сіздерге, қымбатты оқырмандарға, шығармашылықтың өзі адамның өте күшті жағы екенін айтқым келеді. Шығармашылық – бұл керемет сыйлық! Енді осы мақалада осы сыйлық туралы және оның шығармашылық психологиясынан қалай пайда болатыны туралы айтып беремін.

Біріншіден, бұл тақырып туралы айтқым келеді, өйткені шығармашылыққа байыпты қарау керек, өйткені ол адамның қолында өте күшті құрал, болашақта біздің өміріміз бүгінгі күнге тәуелді және ол тәуелді болады. өткен. Және шығармашылыққа елеулі болу үшін оны дұрыс түсіну керек. Бұл шығармашылықтың психологиясы, ол оны жасауға мүмкіндік береді. Барлық адамдар табиғатты жаратушыларымен жаратушылар болып табылады, бірақ бәрі де емес, бірақ әрқайсымыз өзімізге қандай да бір нәрсені

жасай аламыз, ол қалай біледі. Бірақ біз жоғарыда айтылғандай, ең алдымен, жаңа нәрсе ұсынатын шығармашылықты ғана тани отырып, екіншіден, ол кейбір, тіпті эстетикалық, қоғамға пайда әкеледі. Біздің басымыздағы жаңа ойлар мен жаңа бейнелер тудыратын барлық нәрсе, сонымен қатар, өзіміздің жеке субъективті көзқарастарымыздан ғана шығармашылық ретінде анықталатын болса да, бізге пайдалы.

Сонымен қатар, шығармашылық көзқарас өмірдің барлық салаларына қолдануға болатындығын және жаңа, түпнұсқалық, ерекше емес нәрселердің белгілі бір қызмет түріне, мысалы, өнерге қатысы жоқ екенін түсінуіміз керек. Тіпті күнделікті жұмыста да жаңашылдық пен өзіндік ерекшелігі бар, ол көбінесе еңбек өнімділігінің артуына және еңбек өнімділігін арттыруға, демек, осы жұмыстың жоғары қайтарылуына әкеледі. Егер адам ескі мәселелерге жаңа шешімдерді тапса және оларды тиімдірек шешсе, бұл жұмысқа және өмірге шығармашылық көзқарастың оңды мысалы болып табылады. Адам мұны істей алады, бұл ғажайып. Бұл біздің шығармашылық қабілеттеріміздің психологиясы – біздің белгілі бір шегінен асып, жаңа нәрселер ойлап табуға қабілеттілігіміз. Бірақ, айталық, компьютер алгоритм арқылы жұмыс жасайды және одан бас тарта алмайды, кем дегенде, кез келген жағдайда.

Өйткені біз, адамдар көбіне практикалық тұрғыдан алғанда, бізді осындай өмірге мәжбүр етеді, біз өзіміз үшін білім алу үшін емес, белгілі бір мәселелер мен тапсырмаларды шешу үшін және біздің өмірімізді жақсарту үшін осы білімді пайдалану үшін бір нәрсе білгіміз келеді .Сондықтан, шығармашылық болу үшін, біз оны пайдалануға болады қай салада, және ол жасалуы мүмкін дәл қалай түсінуге практикалық жағын жақындап керек. Сонымен, сіз өз шығармашылық қабілеттеріңізді өзіңіздің жұмысыңыздан бастап, жеке өміріңізге дейін пайдалана аласыз. Мен айтып өткендей, өмірге шығармашылық көзқарас – бұл ертеңгі табысты адам үшін міндетті шарт болып табылады, сондықтан барлық жаңа қажеттілігін іздеңіз. Ал осы жаңа таба – онда сіз біз кейбір білім үйренуге кезде өмірге алыс ескі көзқарас көшуіміз керек, кейбір схемасы, кейбір алгоритмдер,

және іс жүзінде оның бүкіл өмірі үшін оларды пайдаланады. Басқаша айтқанда, көпшілігіміз өмірімізде қолданатын білімнің ескі үлгісі ескіреді. Енді, сөзбе-сөз айтқанда, білімді алу керек емес – оларды жасау, ойлап табу қажет. Шығармашылық тұлға – робот емес, машина емес, механизм, механизмде емес, адам – бұладам. бұл жай ғана адам емес, бірақ, ол тіпті ерекше тұлғалық емес, – бұл аян ашқан, кейбір дәрежеде, өте батыл адам, және бір мағынада, тіпті ізашар болып табылады. Өйткені, адамдардың көбісі бұл үлгіге өмір сүреді,ол барлық қажетті емес деп ойлаймын кезде алдын ала ассимиляциялық схемасы, нақты бағдарлама бойынша – сіз жай ғана үйренді сабақ ала басшылыққа алуға, мен деді, басқа адамдардың нұсқаулар мен бұйрықтар орындауға немесе қажет. өмірге Мұндай тәсіл әлі өзекті болып табылады, және үйреніп емес, адамдар, сондықтан өздері үшін ойлауға қалай білмейді – толық. Бірақ әлемдік өзгеруде, ол қазірдің өзінде, жеке шығармашылық сүйене отырып, өзгерту үшін жеке басын бастады, ал қазір бұл процесс жеделдетті – және шығармашылық тұлға, барлық басқаларды бағындыруға, осылайша жаңа және құру қабілетті, бұдан былай ерекшелік болып табылады – бұл адамдарға, үшін өмірге мұндай көзқарас адамзаттың прогрессивті бөлігі арқылы жасалады.

Сондықтан, шығармашылық психология қайтып, мен достарының көмегімен, сіз өзіңіз жасай аласыз, бұл айтқым келеді – қабілетті және маңызды болып табылады ертең адам, тәуелсіз, шығармашылық жеке басын, Мен оның басы нәрсе ойлап ойлаймын, бірақ жаңа және жаңа өмірді өмірге енгізу. Адамдар-тетіктері ұзамай айтарлықтай қымбаттауы, көп тамаша, жаңа нәрсе жасауға, адамдар, ал, олар жасай алатын өз миы болады, оның басты артықшылығы машиналар, роботтар, машиналар, компьютерлік бағдарламаларды алмастырады.Өмір бір орында тұрмайды, және салыстырмалы айтқанда, кеше, ол оның барлық өмір жолымызда барып, бірақ бүгін бұл багажды тұрақты кеңейту және жаңарту, барлық ескі және тиімсіз құтылу керек лайықты білім қолданыстағы дүкен мүмкін болды, тіпті, егер. соңында, ол жастар ертеңгі әлемде өмір сүріп қалай туралы көбірек ойлануға тиіс, өйткені сізге кейбір үшін, бәлкім, ол,

соншалықты маңызды емес. Бірақ барлығы бірдей, ешқандай мәселе, сіз кім, сіз жұмыс істеді және сіз жыл болған жоқ қанша, сіз келісесіз болады ешқандай мәселе – өмірге шығармашылық тәсіл едәуір оны жеңілдетеді және ол көп қызықты етеді. немесе, керісінше, онымен ойлап мүмкін емес – Өйткені, біз қаншалықты жиі шын мәнінде, біз тек ол туралы біледі ешқандай қашып, бар, оның өлі-аяғына ретінде қабылданады осындай жағдайларда, өзімізді табуға болады. Сонымен, шығармашылық ойлау, өмірге шығармашылық көзқарас – бізді кез-келген тосқауылдан аулақ ете алады. Сондықтан, терең сіз осы тақырыпқа сүңгіп – адам шығармашылығына тақырыпты, шығармашылық психология зерттеу арқылы, оның ішінде – Сіз неғұрлым көп өздерін жақсартуға мүмкіндіктер болады.

Көптеген адамдар мені ғана емес, менің байқауым бойынша ғана шығармашылық идеяларды іске асыру тұрғысынан қиындықтарға тап болды.Басында жақсы, қызықты, жарқын идеялар, өмірде және өмірде көп нәрсені өзгерте алатын идеялар пайда болады, егер олар оны түсінсе. Бірақ адамдар мұны істеуге қорқады. Олар өздерінің қабілеттеріне күмәнданбастан, біреудің жақсы нәрсені ойлап тапқанына немесе олардың идеялары басқа адамдардың идеяларынан әлдеқайда жаман екендігіне және тағы басқаларға қауіптенеді деп қорқады. Басқаша айтқанда, өз-өзіңе күмәндану және төмен өзін-өзі бағалау – адамдар адамдардан қорқады. Бұл өте үлкен қателік, әдетте мәселе және шығармашылықтың психологиясын шешуге қабілетті адамдар үшін өте маңызды. Нақтырақ айтқанда, жақсы психолог бұл мәселені тудыратын ішкі тежегіштерден құтқара алады. Бұл психологиялық мәселе. Және бұл қорқынышты жеңу арқылы шешілуі керек. Қорықу болмауы керек, себебі қорқыныш шығармашылықты өлтіреді. Шығармашылық еркіндікті және тәуелсіздікті, сондай-ақ батылдық пен өзін-өзі сенімділікті талап етеді, әйтпесе ең жарқын ойлар жай өртеніп, ештеңені қалдырмайды. Сондықтан кез келген адамнан немесе ештеңеден қорықпа. әсіресе ештеңе істемей кім ескере отырып, өзгенің пікіріне назар аудару, бірақ тек басқаларға сын емес пе.Сыншылар әрқашан және сізді әрдайым сынайды, сіз не істесеңіз, соншалықты жақсы

немесе жаман емес. Сіз бәрібір, тіпті ештеңе жасамасаңыз да, көпшілік үшін жаңа нәрсе болатын нәрсе үшін әрдайым сынға аласыз. Адамдар жаңадан қорқады және басқалардан ерекшеленетіндерді ұнатпайды. Шығармашылық, әрине, бізді жасайды, бізді ерекше және бірегей етеді, бұл бізді адам етеді. Бақытымызға орай, қазіргі заманғы әлемде олар бұған дейін жазалауға болмайды, бірақ олар сынға алса да, таяу және болашақта шығармашылық адамдар өз салмағын алтынмен бағалайды. Сондықтан да қорықпаңыз. Иә, шығармашылық – бұл белгілі бір тәуекел, бірақ бұл өмір. Сіз құрған кезде ғана өмір сүресіз, тек бос журналдар сияқты ағынмен жүзіп жүрмеңіз. Сіз өмір сүріп жатқан кезде шынымен өмір сүресіз – сіз өзіңіздің өміріңізге жауаптысыз. Және бұл, сіз көріп, біраз қорқынышты. Тәуекелсіз өмір сүру және жасау мүмкін емес, бірақ сіз осы тәуекелді жақсы көріп, түсінуге қорықсаңыз, онда әлем сізді таныстырады.

Адам табиғаты бойынша жаратылыс, шығармашылық пен шығармашылық үдерістерді зерттеп, шығармашылықтың психологиясы адамның құдайлық мәні,ол тек жануарлардан айырмашылығы ғана емес, сонымен қатар әр адамның басқа адамдардан айырмашылығы бар татулық қасиеттеріне. Бірдей саусақ іздері мен көздің көздері жоқ болғандықтан, адамның бірдей жаратылымдары жоқ, олардың әрқайсысы байытылып, көбіне бұл әлемді жақсартады. Адам өз шығармашылығын еркін етеді. Шығармашылықтың психологиясына үлкен қызығушылық танытып, сіз, менің достарым, өзіңізді қоғамда атқарып жүрген ұстанымына қарамастан, өзіңізді еркін адамдар жасай аласыз. Шығармашылық, менің айтқанымдай, еркіндікті талап етеді, адамның жаны мен адамның басында еркіндік қажет, сондықтан егер сіз жасамаңыз, егер сіз жасауды ойласаңыз, сіз оны жасамақшы болсаңыз – сіз өзіңіздің қоғамыңызды жасаған сол қапшықтардан босатасыз. Шығармашылық арқылы өзін-өзі жүзеге асыруға ұмтылатын шығармашылық адам – еркінсезінеді. Өздерінеркінсезініп, еркінсезінужәнееркінсезіну–үлкенбақыт.
Көптегенадамдарөздерінеркінсезінбейтіндіктен, оларөздерінеркінсезінбейді, өйткені олар автоматты түрде машиналар жасайды, олар күнделікті «тірі» мемлекетте

тұрып, белгілі бір өмір сүру деңгейіне ие болу үшін қажетсіз және жиі мүлдем мағынасыз іспен айналысады. Бірақ бұл өмір емес – бұл өмір.Адам өзі бағдарламаны жүзеге асырған адамға жасаған кезде өмір сүрмейді, ол өмірін, яғни белгілі бір дәрежеде, оны күйдіреді. Өкінішке орай, көптеген адамдар өмір сүруге мәжбүр болады, олардың жұмысына қарамастан, қанша ақша және олар қанша ақша ала алады. Толық жеткіліксіз өмір толық жартысы болмайды, сіз бақытты бола алмайсыз, жай ғана қарындашты ұстап, үйіңізді әртүрлі қоқыстармен ұрып, қоғамдағы белгілі бір мәртебеге ие бола алмайсыз. Адам өзін шығармашылық арқылы жүзеге асыруы керек, ол сыртқы атрибуттармен емес, оның қабілеттері мен шығармашылығының көмегімен бірегейлігін ерекше атап өтуі керек. Ешбір нәрсе адамға емес, сыртқы атрибутқа емес, өзі де, ішкі дүниесін де емес.

Шығармашылық болу және шығармашылық белсенділік пен өмірге шығармашылық көзқарастың арқасында, бақытты табу үшін, барлығына, жақсы немесе дерлік әрбір адамға мұны жасай аламын, мен бұған сенімдімін. Мен ешқашан осы мәселе бойынша адамдарға көмектесе алмадым. Мен оларға тек механикалық күйден шығып, еркін өмір сүруді үйрендім, олар әрқайсысы сияқты емес, ерекше, ерекше болды.Адамдар мұны қажет етеді, олар ерекше және ерекше болғысы келеді – бұл олардың қажеттіліктерінің бірі. Сонымен қатар, адам өмірге шығармашылық жолмен келгенде, ол үшін көптеген қиындықтар басталады, өмір сүру үшін емес, әсіресе өмір сүру үшін емес, өмір деп аталатын ойын ойнайды. Ол қорқынышты қорқыныштан құтылып, әр іс-әрекет, әрбір шешім, әрбір ойдан ләззат алады. Оның көңілінен ләззат алады, себебі ол оның әрекеті, шешімі, ойы. Адам қайталанбайды, ешкімді салыстырмайды, ешкімге ұқсамауға тырыспайды – ол өзінің өзін танытып, шығармашылық арқылы оны жүзеге асырады. Сонымен бірге, қатаң белгіленген шеңберде құру туралы емес, мысалы, кез келген қажетсіз суреттер немесе мүсіндерді мүсіндер жасау. Барлығы әлдеқайда қызықты. Мен айтып өткенімдей, шығармашылықты неғұрлым кеңірек қарау керек, керісінше құру процесінде ешқандай шектеулі шеңбер болмауы керек, өйткені шын мәнінде ешкім жоқ. Мақаланы дамыту және

жетілдіру еркін болуы керек, содан кейін адам шығармашылығы жемісті және табысты болады.Мен қайталап айтатын болсам, ешқандай шектеулер жоқ. Сондықтан сіз өзіңіздің жұмысыңызда, бизнесіңізде, отбасыңызда жаратушы бола аласыз, кез-келген проблемалар мен тапсырмаларды шығармашылық түрде шеше аласыз, керісінше, шығармашылық тәсілді қолдану арқылы кез келген мәселені сіз үшін қызықты тапсыруға айналдыра аласыз және оны қуана шеше аласыз.

Мен, менің достарым, шығармашылықтың психологиясын құрметтеймін, себебі ол адамның шығармашылық қабілеттерін зерттеуге тартылады, тіпті, ол, әдетте, бұл тақырыпқа адамның назарын осындай адамгершілік қабілетін сыйлайды. Өйткені табиғат біз бәрімізді жаратушы және бұл біздің сыйлық, біздің артықшылығымыз, біздің қуанышымыз. Бірақ бұл сыйды дамыту керек, бұл артықшылықты пайдалану керек, бұл қуаныш сезімі, тәжірибелі, тәжірибелі болуы керек, содан кейін біз бақытты сезінеміз, бақытты боламыз, сондықтан ешқандай басқа дүниелік ләззат біздің Құдайдың мағынасын сезінбейді.

Мен үшін шығармашылық адам өмір сүру үшін ғана емес, оны күнделікті азықпен толтырып, жұмыс істеу үшін ғана емес, өмірде өмір сүрудің, өмірде өмір сүрудің, барлық мәні бойынша өмір сүрудің мүмкіндігі. Тіпті менің өмір туралы көзқарастарым көбінесе шығармашылыққа деген сүйіспеншілігім мен құрылу қабілетіммен айқындалады.Міне, мысалы, кейде менің әріптестерім туралы бәсекелестерім туралы айтатынмын, олармен бәсекелесуге тура келеді, мысалы, Интернетте. Мен, өз кезегімде, менің жұмысымның, өзімнің жұмысымның, өзімнің, маманның, тіпті одан да көп адамның көзқарасын әрдайым қабылдамаймын. Мен үшін біреуді өзіңмен салыстырып, біреумен бәсекелесу дұрыс емес. Еркін далада басқа адамдармен бір жерде басып, оны басып алуға тырысады. Неге қажет – барлық жерде шексіз орын болғанда? Менің бәсекелестерім жоқ және принципті болуы мүмкін емес, себебі мен жалғызмын, менің ісім басқа адамдардың ісіне ұқсамайды, мен ешкімге еліктеймін, оны ешкімге қайталамаймын, басқа ешкімге ұқсағым келмейді. Өмірде істейтінімнің барлығы бірегей және бірегей. Адамдар,

соның ішінде клиенттері, маған ұнайды немесе ұнатпайды, бұл олардың бизнесі. Менің жұмысымды жақсы көретіндер бар, ал бұл, менің айтарым, менің халқым, бірақ мен өзіме ұнамайтын нәрсені ұнатпайтын адамдар бар. Мен оларды ұстамаймын, оларды ештеңе өзгертпеймін, оларды өзіме сүйреп апармаймын және олар үшін өзгеріс жасауға тырыспаймын, өйткені бәрі де ақылсыз: бәріне ешқашан көңіл бөле алмайсың. Тек қана менің халқым емес.Басқа да мамандар бар, мүмкін олармен бірге бұл адамдар жақсы, қызықты болады, мүмкін олармен өмір туралы өз көзқарастары бір-біріне сәйкес келеді және олар бір-біріне пайдалы болады. Бұл жаман ма? Бұл қалыпты жағдай, осылай болу керек – бәріміз басқаша, әртүрлі болуға тиіспіз, сондықтан әрдайым бірге бола бермейміз. Сондықтан кез-келген бәсекелестік туралы бәсекелестік болмайды, әрқайсымыз басқаларға не бере алатындығын көрсетеміз. Және әрқайсымыз өзгелерден ол қалаған нәрсені және не істей алатындығын алады. Мұны түсініп, оны қабыл алыңыз және өмір сүруіңіз әлдеқайда жеңіл болады. Және сенің жаның бостандыққа ие болады, өйткені ол басқа адамдарға қысым жасамайды. Өзіңізді ешкіммен салыстырмаңыз, басқа адамдар сізді біреумен салыстыруға рұқсат бермеңіз – өзіңіз болыңыз, бұл керемет, бұл тек үлкен бақыт – өзіңіз болу керек. Бір жолда басқа адамдармен итермеңіз, қайда барса, сол жолды өз жолымен жүріңіз, содан кейін сіздің жолыңызды ұнататын адамдар, сіз өзіңізбен бірге барасыз.

Енді, шығармашылық деп санауға болатын мәселеге қайта оралайық. Достар, өзіңізді шешіңіз. Сіздің өміріңізде сіздерге шығармашылық, шығармашылық белсенділігі және не болмайтынын анықтауға болады.Тозақ айырмашылығы бұл туралы кім және не туралы ойлайды. Сіз қалай ойлайсыз, ғылым сіздерге қандай шығармашылықпен айналысады? Немесе басқа адамдар? Ешкім сізге жасаудың не екенін білдіруі керек. Бұл сіз өзіңізді сезінуіңіз керек. ол нәрсе істеп шығармашылық тұлға, Мен оның жұмысы бірегей және жаңа қаншалықты фактісі туралы емес деп ойлаймын. Ол жасаған істері бойынша жақсы. Ол шығармашылық үдерістің фактісін көрсетпейді – ол жай ғана сезінеді. Егер сіз қандай да бір проблеманы стандартты емес әдіспен шешсеңіз – оны өзіңіз

қалағандай шешіңіз, ең бастысы, шешіңіз. Ал егер кейінірек сіздің әдісіңіз біреудің көмегімен ашылып, қолданылған болса, онда бұл сіз үшін проблема бола ма? Сіз өзіңіз үшін оны таптыңыз және бұл маңызды. Егер сіз өзіңізді шығармашылық арқылы білсеңіз, онда басқа адамдар сіздің қызметіңіз туралы ойлайтыны туралы алаңдамаңыз. , Олар оны қабыл адамдарға нәрсе ұсынуға, содан кейін, әрине, сіз олардың шығармашылығымен адамдарға әсер жасауға қабілетті болуы тиіс, және мүлдем басқа – – өздері үшін жасауға, жан үшін, бұл бір нәрсе болып табылады. Өзіңнен жақсы көретін адамнан жаратқаннан бастап, жақсы жақтан бастау керек. Сіздің негізгі міндетіңіз өзіңізді кез-келген шеңбермен шектемеу.Сіздің шығармашылық қабілеттеріңіз өзіңізді еркін сезінгенде және ештеңеден немесе ешкімнен қорықпайтын жағдайда ғана жақсы көрінеді.

Мүмкін, сізді қызықтыратын мәселе – адам шығармашылығын үйрету мүмкін бе? Мен бұған қолжеткізіп қойдым, бірақ ақыр соңында мен сізге тағы бір рет айтып беремін, бұл адамға мемлекет оны одан әрі дамыту арқылы шығармашылық қабілеттерін оятуға көмектесетін мемлекет әкелуі мүмкін. Бұл дәл сіз жасай аласыз. Мен оны әртүрлі адамдармен және өзіммен бірнеше рет жасағаным үшін білемін. Дегенмен, менің ойымша, мүмкін емес нәрсені үйрету үшін жаңа, әдеттен тыс, адам құруға тура келеді, себебі сіз тек біреу үшін бір нәрсені қалай қайталайтынды үйрете аласыз, ал шығармашылық – мүлдем жаңа нәрсе туады, сол адам өз еркімен, ешкімнің көмегінсіз. Бірақ қайталап айтсам, сіз адамның шығармашылық қабілеттерін толығымен анықтайтын мемлекетке әкеле аласыз. Сондай-ақ, өзіңіздің бір нәрсені шығарып алу үшін адамға бар идеялар мен ұғымдарды өзгертуге үйретуіңізге болады. Бұл рәсімдер, негізінен, шығармашылықты оқыту деп атауға болады.Қымбатты оқырмандар, барлық күшін түсініп, қажет болғанда, шығармашылық табыстылығының арқасында сіз біздің осы сыйлыққа жеткілікті қызығушылық танытып, оны өзіңіз дамытасыз деп үміттенемін. Және шығармашылық психология өз кезегінде сізге көмектеседі.

Қандай бір қоғам саяси жүйе болсын оның дамуында жалпы ақпараттық қызметтің, бұқаралық ақпарат құралдарының атқаратын қызметі өте зор. Өйткені қоғамның қалыпты саяси әлеуметтік өмірін күнделікті ақпарат тарату қызметінсіз көзге елестету қиын. Әр түрлі ақпараттар күнбе-күн бұқаралық ақпарат құралдары арқылы таратылады.

Бұқаралық ақпарат құралдары дегеніміз- түрлі хабар-ошарды көпшілікке арнайы техникалық құралдар арқылы ашық, әрі жария түрде жеткізу үшін құрылған мекемелер. Бұқаралық ақпарат құралдарына: баспасөз, радио, теледидар, кино, видио, үн-таспа және көпшілікке арналған анықтамалар жатса, соңғы кезде олардың қатарына ғылым және техникалық соңғы жаңалықтары — спутниктик байланыс, кабельді теледидар және түрлі компьютерлік интернет байланыс жүйелері қосылып отыр.

Жалпы алғанда бұқаралық ақпарат құралдарының қоғамға қажеттілігі олардың тікелей атқаратын қызметтеріне тікелей байланысты. БАҚ- ның ақпараттық қызметі, яғни қоғам мен оның мүшелеріне күнделікті ақпараттар таратуы. БАҚ-ның ақпараттық қызметі адамдарға түрлі әлеуметтік процестер және оқиғалар тұрғысында ой түйіндеуіне ықпал етеді, олар жөнінде әр түрлі ақпараттар ағыны ішінде бағдар алуына жәрдемдеседі.

Өздері қабылдаған ақпарат негізінде адамдарда қоғамның саяси, экономикалық, мәдени-әлеуметтік, рухани өмірі, билік тармақтарының қызметі т.б жөнінде белгілі-бір пікірі қалыптасады.

Екіншіден, қоғамның дамуы, түрлі ішкі және сыртқы міндеттер мен саяси-экономикалық процестерді мақсатты түрде реттеп, шешіп отыруы, қоғам мүшелерінен басқа да қоғамдық институттармен ара қатынасы т.б күнделікті ақпарат алмасуынсыз, яғни БАҚ-ның коммуникативтік қызметінсіз мүмкін емес. Аталған қызметтерден барып адамдардың қоғамдағы әлеуметтік шындыққа табиғи бейімделуін қамтамассыз ететін олардың танымдық қызметі туындайды.

БАҚ-ның билік пен оның субьектілері арасындағы байланысты реттеп, қадағалап отыру қызметінің маңызы бүгінде тіптен арта түсуде. Бұл әсіресе дамыған демократиялық қоғамдарға тән қасиет. Олардың

қадағалаушылық бақылау қызметі өздері туғызатын қоғамдық пікірге арқа сүйенеді. БАҚ-ры мемлекеттік ресми қадағалау органдары секілді әкімшілік экономикалық шара қолдану құқығына ие болмаса да, олар болған оқиғаға оған жауапты адамдарға тек құқықтық тұрғыдан емес моралдық та баға беруге мүмкіндіктері бар.

Қоғамдық сананың өзгеріп, өсуі қоғам мүшелерінің мемлекет өмірімен күнделікті мол, әрі обьективті мағлұмат алу дәрежесіне тікелей байланысты, қоғамдық сана өз кезегінде қоғамдық пікір негізінде қалыптаспақ. Бұл екеуінің де БАҚ арқылы пайда болып одан әрі дами алатындығын ескерсек, оның жоғарыда айтылған қадағалаушылық қызметінің маңыздылығы тіпті күшейе түспек. Яғни қоғамдық пікір билік тармақтарының белгілі бір шешімінің терістігіне БАҚ арқылы көз жеткізсе, ол шешімді өзгерту үшін тағыда сол ақпарат қызметін пайдалана отырып ықпал ете алады. БАҚ-ның «төртінші билік» аталуы оның осындай саяси әлеуметтік қызметтерінің маңыздылығынан туындаса керек.

ҚСРО кезеңінде БАҚ-ры жоғары аталған қызметтерін толық атқара алмады. Өйткені ескі саяси жүйе баспасөз, сөз бостандығына , пікірлер плюрализімі мен қоғамдық ойдың қалыптасқан стандарттық нормасын бұзуға мүлде қарсы болды және бұл саясатты жүргізу үшін мемлекет өзінің барлық мүмкіндіктерін пайдаланғаны белгілі. Ол кезеңде тәуелсіз басылымдар мен электронды ақпарат құралдары турасында сөз қозғаудың өзі мүмкін емес еді. Аудандық, қалалық деңгейдегі БАҚ-нан бастап республикалық, одақ көлемдеріндегілеріне дейін СОКП- ның кәсіподақтарының және комсомолдық тікелей органдары ретінде қызмет етті. Ал олардың барлығының үстінен партиялық бақылау жасаушы СОКП- ның билігі, тоталитарлық саяси жүйе идеологиясын бұлжытпай орындауға қамтамасыз етті, сөйтіп қоғамның дамуынан бастап барлық ішкі сыртқы процестер әлемдегі сан алуан оқиғалар мен құбылыстар тек таптық идеологиялық тұрғыдан бағаланып халыққа үнемі бір жақты, көп ретте бұрмаланған ақпараттар таратылып келді.

Нәтижесінде утопиялық әсіреидиологияландырылған қоғамдық сана мен таным көзқарастар жиынтығы қалыптасты. Аталмыш қоғамдық пікірдің адамдар санасында берік орын

алғанын біз қәзіргі тәуелсіз мемлекеттер өміріндегі ескі көзқарастар өзгеруінен байқалады.

Сондықтан бұрынғы саяси жүйенің жіберген негізгі кемшіліктері мен стратегиялық қате бағыттарын ескерер болсақ, өтпелі қоғамды бастан өткеріп отырған жас тәуелсіз мемлекеттер “төртінші биліктің” қоғамдық қызметімен саяси ықпалы тереңдей түседі. БАҚ-ның маңызды рөлі қоғамнық қабілеттік өміршең жағдайын қамтамасыз ету. Қоғамда болып жатқан экономикалық, демократиялық саяси, әлеуметтік өзгерістерді түсіну, жаңаша қабылдап бағалау процестері енді қалыптаса бастаған Қазақстандық ақпарат кеңістігінен анық көрінуде.

Жалпы ақпарат қызметтік жүйесі өтпелі қоғамның әлеуметтік институттарының айрықша бір түрі ретінде ақпарат өндіріп оны адамдардың әлеуметтік кеңістігіне арнайы қызметтің формасына ие. БАҚ-ның жоғарыда аталып өткен түрлі саяси-әлеуметтік қызметтері демократиялық қоғамдарда мейленше толығырақ көрінеді.

Бұқаралық ақпарат құралдарының қоғамдық сананы қалыптастырудағы орны

БАҚ- ры азаматтардың жекелеген саяси құбылысымен оқиғаларды қабылдауына белсенді әсер етіп қана қоймай, оларды қоғамдағы жалпы саясатқа көзқарасын қалыптастырады халықтың белгілі бір мәселе бойынша саяси белсенділігі болмаса, керенаулығы БАҚ-ның әлгі мәселені ақпарат кеңістігінде таратуға қай қырынан келуіне байланысты.

Қоғамдағы соңғы жылдары болып жатқан саяси-экономикалық өзгерістерге байланысты БАҚ -ның журналистиканың мәні, маңызы, қоғамдағы орны қызметерімен, принциптеріне жаңа көзқарастар қалыптасқаннын ескеру қажет. Пікірлер мен ойлардың сан алуандығы мақсат, талап, пікір қайшылығы, саяси және әлеуметтік әр түрлі бағыт ұстанған ақпарат құралдарының маңызы артып отыр. Қоғам мүшелерінің рухани сұранысына таңдау мүмкіндігі туды.

Яғни шын мәнісіндегі ақпараттық қоғам принциптері мен негіздерінің обьективті алғышарттары толық қалыптасты деуге болады. Мәселен, Мәскеу университетінің профессоры

Е.П.Прохоровтың пікірінше журналистика бірнеше мекемелер жүйесінен құралатын қоғамдағы ерекше әлеуметтік институттың қалыпты жұмыс жасауын қамтамасыз ететін кешенді қызмет жүйесі.

Бүгінгі жаңаша даму жолына түскен Қазақстан халқы мен экономикасы үлкен өзгерістерді басынан өткеруде. Демократиялық жаңғарулар тереңдетіліп қоғамды жалпы трансформациялау процестерінің қажетті шарттары тұрақтандырылуда. Осындай өтпелі кезеңде БАҚ-нық қоғамдық санаға әсері ,саяси әлеуметтік күйі айқын байқалып отыр.

Егемен елде болып жатқан барлық оқиғаларға ақпарат құралдары тікелей араласа отырып, қоғамның басқа салаларымен бірге ақпарат қызметі де өз рыныгона шықты.

Меншіктің әр алуандығы ақпарат қызметін заң және экономикалық статусы және саяси- әлеуметтік көзқарасы бағыт арқылы жіктелуде.

Ақпарат қоғам дамуының барысында, әр түрлі өркениет өкілдері тарих тағылымы мен болашақты бағамдау мүмкіндіктері жөнінде ежелден ойланып келеді.

Жас мемлекет алдындағы қоғамдық дамудың бүгінгі кезеңде өркениеттің жетістіктерін материалдық және рухани игілік ретінде сақтау мәселесі туындап отыр.

Әр халық өз мемлекетінің ішкі мәдениетін шешуде өмір салтын , әдет ғұрпын дамыта отырып адамзаттық өзара түсінісуінің кепілі бола алатын планетарлық ынтымақтастықты естен шығармауы тиіс.

Қазақстанда бұқаралық ақпарат құралдарының қазіргі кезеңдегі даму үрдістері

Мемлекеттік тәуелсіздік жаңа экономикалық саясатпен құқықтық мемлекет құру міндеттері республика ақпарат кеңістігіне де үлкен өзгерістер ала келді. Ол міндеттерді жүзеге асыру қоғамның өмірін дұрыс түсініп қабылдап шынайы суреттеу мүмкіндігінен соң жүзеге аспақ. Егемендік алған Қазақстан үшін мемлекттікті бірегейлендірумен байланысты көптеген міндеттер мен проблемалар туды.

Жаңа мемлекетті құруды мақсат еткен Қазақстан ең алдымен ескі тоталитарлық жүйенің басты саяси

идеологиялық қаруы болған баспасөзге, радио, теледидарға т.б.ақпарат тарату құралдарына цензурадан бас тартты.

Сөйтіп азаматтардаң әлеуметтік саяси ақпараттардың кез- келгенін еркін таңдап қабылдау мүмкіндігі туды.

Демократиялық, құқықтық, азаматтық қоғам құруды баспасөз, сөз бостандығы мен пікірлер плюрализімінсіз көзге елестету мүмкін емес. Тәуелсіздіктің алғашқы жылдарынан ақ бұған дейін тегіс мемлекеттік болып келген ақпарат құралдары бірте-бірте либералдандырылып кооперативтік, комерциялық жекеменшік басылымдар шыға бастады. Жаңадан көптеген газет журналдар мен радио станциялар, телеканалдар ашылды.

Қоғамдық ақпарат құралдарына саяси цензураның алып тастауынан батыстық шетел елдерінен көптеген тиым салынған әдебиеттермен кинофильмдер т.б. Қазақстан рыногына ағыла бастады.

Бұл процесс өтпелі кезеңде азаматтардың сан-саққа бөлініп кеткен рухани құндылықтарына әр түрлі әсер етті.

Мемлекеттік және мемлекеттік емес ақпарат құралдарының қаражатпен және қажетті техникалық жабдықтармен қамтамасыз ету дәрежесінде бүгінде айтарлықтай айырмашылық жоқ. Мемлекеттік ақпарат құралдарының бұл салада көрсеткіштері жоғары болып келгенімен, нарық жағдайында өзіне де көрерменін оқырманын да жоғалтпай, экономикалық қаражат қиындығынан шыға білген меншіктің әр түріндегі ақпарат құралдарының қәзір кадрларды таңдап алу мүмкіндігі басым түсіп отыр.

Бұл үрдіс республикалық ақпарат кеңістігінде сөз бостандығынан туындайтын көптеген жаңа демократиялық нышандарды ала келді.

Қәзіргі таңда Қазақстанда бұқаралық ақпарат құралдарына мемлекет монополиясы жойылып отыр.

Алайда ақпарат тарату, тасымалдау, байланыс, транспорт, баспаханалық жүйе секілді ақпарат қызметінің құрамдас салалары бойынша ресми биліктің ықпал ету мүмкіндігі сақталып отыр.

Тәуелсіз Қазақстанның демократиялық ақпарат кеңістігін қалыптастыру барысында транзитті қоғам басынан өткеріп

отырған мұндай сапалық жаңа өзгерістерді түптеп келгенде сол ортаға прогрессивті қызмет етері анық.

Бұл жолда қаншама кемшіліктер түсініспеушіліктер кездесері сөзсіз. Өйткені қоғам өмірін демократиялық трансформациялау үзақ уақыты, күрделі процесс. Бұқаралық ақпарат құралдарының экономикалық, саяси, әлеуметтік жағынан жіктелуі олардың қоғамдық пікір қалыптастыру арқылы қоғам мүшелеріне әсер ету деңгейлерінің әр қилылығын аңғартады . Қазақстан үшін дамудың тұрақты демократиялық моделін таңдауда қоғамды еркін және құқықтық демократиялық үлгіде трансформация жолдары мен әдістерін іздеу обьективті шынайы ақпараттардың маңызы зор.

БАҚ жаңа жағдайда қалыптасуы және жұмыс істеуіне саяси- экономикалық, мәдени-әлеуметтік, құқықтық негіздерінің сарапануы үлкен ғылыми ізденістерді қажет етеді.

Қоғамның саяси әлеуметтік өмірінде жүріп жатқан демократиялық өзгерістер оның ақпарат кеңістігіне де тән. Сөз бостандығы , баспасөз бостандығы, баспасөз бостандығы, пікірлер плюрализмі тәуелсіз жеке меншік ақпарат құралдарының пайда болуы Қазақстандық ақпарат кеңістігінде демократиялық үрдістердің нәтижелері.

70-жылдан аса уақыт бір идеологияның шеңберінде дәріптеліп келген рухани құндылықтардың елеулі бөлігі бүгін өздерінің бар мағанасынан айырылуға мәжбүр болды. Қазақстан халықтары алдында жаңа жағдай, жаңа құндылықтарды қалыптастырды, оларды қоғам өміріне енгізу міндеті тұр.

Бұл құндылықтарды ең алдымен республикамыздағы халықтардың мәдени, тарихи, рухани қазыналарын бүгінгі уақыттың күрделі өзгерістерді талап етер жаңалықтарымен сабақтастыра қарастырған абзал.

Адамның күнделікті өмірінің жаңғыруы, жаңа прогрессивті жетістіктеріне жетуі қоғамның жалпы мәдени деңгейіне байланысты. Ал қоғамның мәдениетін қалыптастырушы өзгертуші негізгі субьект адам, түрлі халықтар болып табылады.

Мәдениет әлеуметтік дүниедегі терең тарихи құбылыс және оның негізгі өзектері бағыттары салалары әлеуметтік

субьектінің жетілу процесстерімен негізделе дамиды. Ақпарат кеңістігінің пікірлер плюрализмі мен әр түрлі көзқарастар тоғысып жинақтала келгенде обьективтік қоғамдық пікір туғызып қоғамдық сананы қалыптастырып қана қоймайды, халықтың саяси-әлеуметтік белсендігіне де ықпал етеді.

Адамдар сапырылысқан сан алуан пікірлер төңірегінде өздерінің жеке түсінігін қалыптастырады. Бұл жеке көзқарастар қоғамның басқа мүшелерінен пікір алмаса келіп бұқараның көзқарасына ұласады. Одан әрі сұраптала келіп , қоғамдық пікір қалыптасады

Әлемдік тәжиірбеге сүйенсек БАҚ белгілі-бір адамдар немесе ұйымдардың, органдардың бақылап, қажет болса басқарып отыратыны белгілі.Жекелеген адамдардың меншігіндегіні болмаса коммерциялық ақпарат құралдарында бұл міндетті әлгі меншік иелері атқарып мемлекеттік ақпарат құралдарында онымен арнайы мемлекет органдары айналысады. Ал қоғамдық құқықтық негіздегі ақпарат құралдары бұл қызметті егер баспасөз құралдары мемлекеттік заңдар сақтап отырса, жұртшылық саяси ұйымдар мен бірлестіктер қадағалайды.

Әлемнің көпеген елдерінде БАҚ этикалық нормаларын және заңдылықты сақтауын жалпы қадағалап отыратын арнайы органдар бар. Мысалы Франция коммуникация құралдары жөнінде жоғары кеңес жұмыс істейді. Ол меншік түріне қарамастан елдегі барлық телерадиостанцияларының жұмысын қадағалап қана қоймайды, сонымен бірге эфирге шығуға рұқсат ететін мемлекеттік рұқсат беру құқына ие.

Қазақстанда әзірге мұндай демократиялық бақылау органдары қалыптасып үлгерген жоқ.

БАҚ қызметі негізінен мемлекеттік Конституциясы және Баспасөз туралы заңға ақпарат құралдарының жарғылық бағдарламалық құжаттарына сүйеніп жүргізілуде.

Әрине бұл айтылғандардан бөлек біздің пікірімізше өтпелі қоғамда үлкен рөль атқаратын фактор ақпарат құралдары өкілдерінің түрлі басылымдар мен теле, радио компанияларының саяси мәдениеті мен таным деңгейі, яғни бұқаралық ақпарат құралдарының өзін- өзі қадағалауда ең тиімді әрі демократиялық түрі ретінде саналады.

Өкінішке орай қоғамдағы жаңа рухани мәдени құндылықтар мен саяси әлеуметтік нормалардың қалыптасып үлгере алмай жатқаны секілді ақпарат құралдарында да бұл қадағалау жеткілікті болмауда.

Қазақстанда орыс және қазақ тілдеріндегі қатар таратылатын БАҚ ара тұра мәселеге екі түрлі көзқараспен келуі, бір- біріне мүлде кереғар түйін түйіп, ұсыныс білдірудің қоғамға пайдасы шамалы.

Бұл мемлекет ішіндегі күрделі міндеттерді айқындау және оларды шешуге жұмылдырудағы бірлік пен өзара түсіністіктің әлі де жетпеушілігін аңғартады.

Жас егеменді мемлекет алдындағы қоғамдық дамудың бүгінгі кезеңінде өркениеттің жетістіктерін материалдық және рухани игілік ретінде сақтап ел ертеңі үшін тиімді пайдаланудың артықшылықтарын халыққа тарату. БАҚ-ның рухани танымдық қызметіне сұраныс тумақ.

Қәзіргі кезеңде халық оқшауланған күйде өмір сүре алмайды.

Себебі жер шарының барлық түкпіріне хабар ошар бірнеше сағат ішінде тарайтындай бұл кезеңнің ең қымбат капиталы ақпарат болып отыр.

Республиканы мекендейтін халықтардың рухани бірлігі демократиялық құндылықтар мен мәдениетінің қалыптастырып, саяси -әлеуметтік және этнос аралық тұрақтылықты нығайту болып табылмақ.

Өтпелі қоғам дамуы бір орында болмай үнемі өсу үстінде болғандықтан бұл процесс ескі мен жаңаның күресімен ерекшеленеді. Әрқашан идеялық саяси өзгерістер алаңы саналатын ақпарат кеңістігі ерекше роль атқарып келеді әлі атқара бермек.

Тарихқа жүгінер болсақ жалпы мемлекеттің түрлі қоғамда саяси институттар және басқа да органдармен қарым-қатынасы үнемі мамыржай толық түсіністік жағдайда болмаған.

Мемлекет басындағылар іс әрекеті түрлі заң құқықтық нормалармен мен ережелерге сүйеніп қана қоғамдық процестерді реттеп жүйелеуге, басқаруға бағытталады.

Басқаша айтқанда билік басындағылар мен биліктің қол астындағылар арасындағы саяси-экономикалық, мәдени

құқықтық т.б толып жатқан қарым- қатынастар нормалар мен ережелер арқылы жүзеге асады.

Қоғамның саяси институттар қатарында айрықша мәні бар басқалармен салыстырғанда саяси әлеуметтік билігімен қызметі бөлектеу тұрғаны бұқаралық ақпарат тарату жүйелері болып табылады. Бұл жүйе тікелей өндіруші сала болмағанымен қоғамдағы саяси әлеуметтік ықпалы жағынан басым болатыны белгілі. Қоғам өмірінің қай саласында болсын мемлекеттің ақпаратты саясаты болады, ішкі және сыртқы саясаттың күрделі міндеттерінен бастап, күнделікті ауа райына дейін ақпараттық қамтамасыз етпейінше алдағы мақсатқа қол жеткізу одан күткендей нәтиже тосу қиын. БАҚ-ның қоғам өміріндегі ақпараттық, коммуникативтік, танымдық, қоғамдық пікір туғызушылық қызметтері мемлекет мүдесін қоғам мүшелеріне жеткізіп, олардың ой- пікірін байқатады, қоғамдық институттар арқылы оның жүзеге асуын қамтамасыз етеді. БАҚ-ның пәрменді саяси-әлеуметтік ықпалымен, мүмкіндіктерін осы себептерге байланысты да мемлекеттің үнемі пайдалануына тура келеді. Бұл екі жақты байланыс ауқымы және формаларына байланысты өзгеріп отырады.

Тоталитарлық қатаң авторитарлық саяси режимдер БАҚ тұтастай мемлекеттің бақылауында болады. Ондай қоғамдарда ақпарат кеңістігі мемлекет идеологиясына сай сол бағытта қана қалыптасады.

Баспасөз бостандығы, пікір алшақтығы болмайды. Қоғамда тек мемлекеттік ресми көзқарас таратылып, қоғамдық пікір де сол бағытта қалыптасады.

Ал демократиялық мемлекеттерде БАҚ-мен мемлекет арасындағы қарым-қатынас заңдылық негізде белгіленіп барлық мәселелер тек құқықтық нормалармен ережелер бойынша шешіледі. Бұндай саяси режимде баспасөз бостандығы, пікірлер алшақтығы және көзқарас еркіндігін мойындайды, сонымен бірге ар-ождан бостандығы да сақталады.

Баспасөз бетінде ұлттық кемсітушілік, елдің территориясымен егемендігіне қол сұғушылыққа, Конституцияны бұзуға тиым салынады. Міне осындай негізгі принциптерді басқа мемлекет БАҚ- ның қызметіне араласуды қажет таппайды. Ал осындай ақпараттық саясатты

жүргізу үшін белгілі- бір басылымдармен теле-радиокомпанияларының қызметі пайдаланады.

Мемлекет пен ақпарат құралдары арасындағы қарым - қатынастың тағы бір өзіндік формасы айқын байқалатын қоғам өтпелі кезеңдегі саяси жүйелер олардағы ақпарат құраладарымен арақатынас сипаты біршама өзгешелеу демократиялық негіздеуге бағыталғанымен өтпелі кезеңнің қиындықтарынан шығу жолында авторитарлық форма тәсілдерін пайдалану мүмкіндіктерінде жоққа шығармайды. Бүгінде тәуелсіз Қазақстан тап осындай өтпелі кезеңді бастан кешіріп отыр. Ақпарат құралдарымен мемлекет арасындағы байланыс өзара қарым қатынас формалары мен мазмұны құқықтық негіздері даму үрдістері әлі толық қалыптасып үлгерген жоқ.

Қәзіргі экономикалық қиындықтар жағдайында халықтың санасында үрей және пессимизм орын алғандығы белгілі. Еркін бәсекелестік принципті ұстанған ақпарат құралдары қәзір меншік төріне үстанған әлеуметтік саяси бағыты мен экономикалық мүмкіндіктеріне қарай бейімделуде.

Ақпарат құралдарының қоғамдағы әлеуметтік саяси қызметтері үнемі мемлекет мүдесіне сай қызмет ете бермейді.

Мемлекет тарапынан қаржылық қолдауға ие болғандары билік басындағылардың ресми көзқарасын жақтаса, тәуелсіз жекеменшік БАҚ-ры мемлекет саясатымен үнемі келісе бермейтіндерін аңғартады.

Қоғамдағы демократиялық өзгерістердің өсуімен бірге партиялар және қоғамдық қозғалыстардың олардың әрқайсының көпшілікке белгілі бір оқиғалар жөнінде өз көзқарасымен пікірін білдіруге талпынысын тудырады.

Мемлекет қоғамдағы хабар ошардың негізгі көзі бола отырып оның дұрыс түсіндірілуін мен таратылуына мүделі болғандықтан бұл процесте бейтарап қала алмайды. Ол ақпарат кеңістігінде түрлі көзқарас пікірлердің заңдылық шеңберінен шықпауы , жаңа мемлекетті нығайту қатыстылығы және мемлекеттің саяси әлеуметтік тұрақтылығына нұқсан келтірмеу.

Қазақстанда мемлекет пен ақпарат құралдары арасындағы қарым қатынасты айқындайтын құжат- “Баспасөз

туралы заңның" қабылдануы болды. Ол бойынша мемлекеттің ақпарат құралдары арадағы қарым -қатынасында қажеттілігіне қарай реттеушілік қызметі ғана сақталынады. Ақпарат құралдарының жұмысына орынсыз қол сұғу, басқару, бұйрық беру т.б араласушылықтарға тиым салынған.

Мемлекеттің ресми саясатына либералдық демократиялық көзқарастағы БАҚ- ры оныммен ішінара келіспеуі де мүмкін алайда негізінен алғанда ашық жақтамайды қарсылығын да білдірмейді. Қоғам дамуының демократиялық заңдылықтарын негізге ала отырып, өз ұсынысы пікірлерін көзқарастарына ресми мемлекеттік басылымдар мен оппозициялық бағытағылардың арасынан іздейді. Мұндай бағыттың Қазақстан секілді транзитті қоғамда үкіметпен арадағы қарым- қатынасты қалыптастыруда қолайлы тактикалық мәні бар. Өйткені саяси әлеуметтік экономикалық құндылықтар мен басымдықтары саяси күштер ара салмағы толық айқындалып үлгермей жатқан қоғамда әліптің артын бағып, оның даму үрдістерін бақылап барып қортынды жасауға мүмкіндік береді әрі артық кеткен іс әрекетен сақтандырады. Өзіне деген мұндай көзқарас ресми билікке де қолайлы Сондықтан да олардың арасында қатынас негізінен алғанда екі жақты қолайлылық ахуалмен сипатталады.

Ақпарат кеңістігінде ресми саясатқа қарсы оппозициялық немесе оның жекелеген тармақтарымен келіспейтін пікірлер көзқарастар жиынтығы құрайтын бөлігі мен мемлекет арасындағы қарым- қатынас өзінің күрделігімен не үнемі өзгеріп отыруымен ерекшеленеді.

Оппозициялық көзқарастағы немесе ресми саясатпен келіспейтін тәуелсіз ақпарат құралдары негізгі айырмашылығы мынада:

- Экономикалық жағынан толық тәуелсіздік.
- Кез-келген оқиғаға өз пікірлерімен көзқарасын білдіру мүмкіндігінің молдығы және біркелкілігі.
- Ресми биліктің саяси ықпалына мойынсынбау.
- Қоғамдық пікірді қалыптастыру тікелей әсерінің жоғары болуы.

Қоғамдық пікір ресми саясат пен мұндай биресми көзқарастың арасындағы өмірдің обьективтік көрінісін іздейді,

оларда салыстыра отырып, даму заңдылықтары мен қиыншылықтарын мән мағанасын түсінуге тырысады.

Қазақстан қоғамдағы демократиялық процестер БАҚ қызметін түбегейлі өзгеруде. Ақпарат құралдары тақырып таңдауда, оқиғаларға баға беруде еркін тәуелсіз бола түсуде.

Республикамызда баспасөз құралдары заң жүзінде құқық обьектісі ретінде мойындалған. Ақпарат құралдарының еркіндігі тәуелсіздігі жайында сөз еткенде мәселенің экономикалық жағы ескермеуге болмайды. Абсолюттік мағанасында тәуелсіз ақпарат құралы бола алмайды, әңгіме салыстырмалы тәуелсіздік жайында болып отыр. БАҚ- ның бүгіндегі нарық кезеңіндегі өмір сүрудің ең негізгі үш факторы бар.

Біріншіден ақпарат кеңістігіндегі еркін бәсеке де өзінің мүмкіндігі мен орнын анықтап алуы.

Екіншіден өзгелермен бәсекеде өзіндік үстанымы бағыты бет бедерінің болуы.

Үшіншіден қажетті техникалық қаржылық шығармашылық мүмкіндігінің деңгейі.

Бұл үшеуі де қоғамда қалыптасқан саяси -экономикалық жағдайға байланысты дамиды.

Тәуелсіздіктің алғашқы жылдары көптеп ашылған тәуелсіз

БАҚ- ры түрлі экономикалық қиындықтарға төтеп бере алмай біртіндеп жабыла бастады. Олардың ішінен өтпелі қоғамдағы экономикалық және творчествалық мүмкіндігі барлары ғана өмір сүру құқын сақтап қалды.

Қоғамдық пікірді ақшаға сатып алуға болмайтыны секілді оны қолдан қысым жасап өзгертуде мүмкін емес. Республика өзінің мемлекеттік тәуелсіздік жариялаған кезеңнен бастап жаңа саяси экономикалық жағдай қалыптасты. Алға қойылған негізгі міндеттер ел экономикасын жаңа жағдайда қалпына келтіріп одан әрі көтеру қоғамдық саяси тұрақтылықты нығайтып халықты әлеуметтік жағынан қорғау құқықтық демократиялық мемлекет құру болып табылады Алғашқы кезеңде Қазақстанның ақпарат құралдары тұтастай алғанда шын мәнінде қоғамның демократиялық өзгерістерге талпынуы мен тәуелсіз мемлекеттілігін қалыптастыруға белсене араласты. Ақпарат кеңістігінде мәдени, рухани жаңғыру процесі кеңінен көрініс тапты. Бұл процеске түрлі тілдерде

шығатын ақпарат құралдары қатысты. Өйткені тәуелсіздіктің эйфориясы бұрын жабық саналып келген көптеген жаңа тақырыптардың көтерілуі сөз жоқ “төртінші билік” иелерін творчествалық кәсіби қызығушылығын туғызғаны анық.

Елдегі бүгінгі саяси- экономикалық жағдайды қалыптастырудың бұқаралық ақпарат құралдарының атқарар ролі аз емес. Жаңа қалыптаса бастаған Қазақстандық ақпарат кеңістігінде түрлі пікірлер көзқарастар ағынына қарамастан түптеп келгенде қоғамды дұрыс қоғамдық пікір қалыптасты.

Баспасөз бостандығы деген ұғыммен қатар оның жауапкершілігін журналистикадағы әдеп мәселелері қатар туындайды. Жоғарғыда ақпарат құралдарының абсолюттік мағанасында еркіндігінің болмағандығын экономикалық жағынан түсіндірдік. Дәл осы секілді демократиялық еркіндіктің де шегі болады. Ақ түсті қараға бояудың қиындығы секілді ұлттық санаға түскен дақтан арылу жолыда тым ауыр.

Соңғы кездері ақпарат құралдарыны ар-ождан сотында жиі тартылуы соның айғағы. Бұл тек ақпарат құралдарының азаматтық позициясы мен саяси обьективтілігіне ғана байланысты БАҚ-ры мен ресми билік арасындағы қатынасқа нақты ықпал ете алар екінші фактор саяси жүйенің типі мен ондағы демократиялық өркениет ақпарат кеңістігінің қалыптасу мүмкіндігіне байланысты өтпелі қоғамда бұл мәселенің кейбір ерекшеліктері айталық мемлекет тарпынан қоғам ертеңімен ішкі саяси тұрақтылықтың сақталуы үшін экономикалық реформаларды шешуші сәтінде қоғамдық пікірді бөліп жармау мақсатында кейбір ақпарат құралдарын саяси экономиалық ықпал етуге тырысушылық мысалдарын өтпелі қоғам мүшелері әртүрлі қабылдауда. Біздің пікірімізше саясаттың түпкі мақсаты ғана емес оған жету үшін қолданар әдіс тәсілдер де қоғам дамуына үлкен роль атқармақ. Олай болса екі жақтың ара қатынасын реттеудің заңдылық негіздерін өркениет жолдарын қарастырған жөн.

БАҚ қоғамдық пікірді қалыптастырудағы орны

Қазақстанның саяси билік сипаты мен ел экономикасы халықтардың әлеуметтік жағдайы реформаларды көпшілік күткендей нәтиже бере қоймады БАҚ- ры арқылы қоғамдық пікірге елеулі әсер етіп отыр.

Сонау дәуірден -ақ ұлт мемлекетті басқару өз үстемдігін орнатуға тырысуы белгілі-бір аймаққа жеке дара ықпалын жүргізуге құлшынысы анық байқалған. Сондықтан да соғыспен бейбітшілік тақырыбы күні бүгінгіге дейін адамзат өміріндегі басты мәселе ретінде сақталып отыр.Баспасөз, радио, теледидар секілді күнделікті ақпарат тарату көздері пайда болған кезеңнен бастап алдымен түрлі қоғамдардың бір-бірімен ақпараттың байланыс жасауда, хабар- ошар алысады бірте бірте ақпараттық ықпал етуге ауыса бастады. Ғылым мен техниканың бұл жаңа мүмкіндіктері түрлі саяси идеялармен мақсаттардың жүзеге асуын қамтамасыз ету құралдарына айналды саяси лексикада «идиологиялық экспанция" "Ақпараттық соғыс" секілді жаңа терминдер қосылды. Қайсыбір қоғамда саяси ықпал ету ақпарат құралдарында өз мемлектерінің қарапайым артықшылықтарын насихаттаудан бастап , көрші мемлекеттің қалыптасқан өмір салты мен ішкі даму заңдылықтарын бұзуға қабілетті идеологиялық ақпараттық араласушылыққа дейін барады. Ақпарат өнімін өндірушілер қоғамдық пікірді өздерінің идеологиясына сай өзгертуге тырысады, дамыған елдердің экономикалық мәдени ықпалы тәуелсіздік жолына түскен мемлекеттерге арта түседі.

Экономикалық идиологиялық қарсы тұру аштық соғыс әдісімен шешудің тым қымбатқа түсерін әрі оның екі жаққа қауіп қатерге толы себеп салдарының болатынын ең бастысы планетада ядролық қарудың пайда болуы саяси идеологиялық күрестің жаңа формасы ақпарт майданын ашуға итермелейді.

Сана мен жүйкеге түсер саяси идеологиялық салмақ ҚСРО құрамынан бөлініп шыққан бүгінгі жас тәуелсіз мемлекеттер өмірінде тіпті де артып отыр.

Батыстың алпауыт ақпараттық корпорацияларының мәдени ақпараттық экспанция жасау мүмкіндігі артып отыр. Ең жаңа техникалық үлгілерімен ақпарат таратудағы үлкен тәжиірбесінен өзінің экономикалық күш қуатына сүйенген олар мәдени тұтынушылық деңгейі төмен елдердің бұқаралық ақпарат құралдарына өзінің үстемдігін орнатады болмаса оларды сол елдердің ақпарат кеңістігінен мүлде ығыстырып тастайды.

ЮНЕСКО конференциясында бірнеше рет көтерілгендей трансұлттық ақпараттық корпорациялар ақпарат таратудың бостандығын желеу етіп әлгіндей мемлекетердің әлеуметтік экономикалық даму деңгейіне сай келмейтін сұраныстар мен құндылықтарды қалыптастырады. Сөйтіп елдің саяси тұрақтылығын шайқалтады халықтардың мәдени ерекшеліктерін жояды. Ақпараттық билік саяси экономикалық билік секілді қоғам тарапынан қадағалауды қажет етеді. Өтпелі кезеңдегі саяси жүйе мемлекеттің ішкі өміріндегі қоғамдық процестер обьективті ақпараттық қамтамсыз етіп қана қоймай , одан сыртқа таратылатын керісінше сырттан ішке тасымалдайтын ақпартаттар ағымының сөз бостандығы мен басқа да демократиялық құқықтық негіздерді сақтай отырып тепе-теңдігінің сақталуы қамтамасыз етуі тиіс. Яғни мемлекетке өзінің ақпараттық саясатын жүргізуге негіз боларлық дербестік қажет. Ақпараттық дербестік шеңберінде идеологиялық саяси оқшаулану қалыптасу тиіс.

Бұқалалық ақпарат құралдарындағы ақпараттық дербестік

Әлемдік байланыс жүйесімен коммуникация құралдарының техникалық шарықтау дәуірінде қашан да бір қоғамда болсын жабық ақпарат кеңістігі саясатымен жан-жақты гүлдену оның өскелең рухани мәдени сұранысын толық әрі сапалы қамтамасыз ету қиын. Тап осы себептерге байланысты дербес ақпараттық саясаттың транзитті қоғам ерекшеліктеріне сай әрі икемді, әрі болып жатқан өзгерістер үрдісіне бейім жүргізілуі үлкен роль атқарады. Бүгінде тәуелсіз Қазақстан мемлекеттілігін нығайту негізгі факторлардың бірі ақпараттық дербестік болып табылады.

Ақпараттық дербестік дегеніміз біріншіден мемлекеттің саяси экономикалық тәуелсіздігін қамтамасыз етіп отыр, оның құрамдас бөлігі, екіншіден ол мемлекеттің дамуымен тығыз байланысты, үшіншіден егеменді елдің халықаралық беделін қалыптастыруда әлемге таныстырады. Төртіншіден әлемдік саяси экономикалық процестерге араласуға ықпал етеді шет мемлекеттермен өзара түсінуді ақпараттық байланыс орнатады. Яғни әрбір тәуелсіз мемлекет өмірінің барлық саласында болып жатқан оқиғалардың көпшілік халыққа бұрмаланбай таратылып түсіндірілуі және проблемалардың

мемлекет пен ел мүдесіне сай қарастырылып обьективті шешілуі.

Бүгінде республикамыз халықаралық деңгейде кең ауқымды ақпарат алмасу процесіне кіріп отыр.

Қазақстанда сырттан ақпараттық экспанция мүмкіншілігі өте жоғары және ол болашақтан үлкен қауіп тудыруы да мүмкін.

Жас тәуелсіз мемлекеттер көбінесе сырттан таңылатын пікірлердің қатал қысымына ұшырайды нәтижесінде өз қисыны бар аса күрделі ішкі процестер сырт көзқараспен бағаланып, көбінесе үстірт, ал кейде бір жақты түсіндіріледі. Бұл көптеген мемлекеттердің шынайы тәуелсіздікті нығайту жолында өзіндік кедергіге айналды. Алайда сыртқы ақпарат көздерін жабу біз үшін өзімізді -өзіміз оқшаулау болар еді. Қоғамдық рухани келісім қарапайым адамдық өзара түсінісу этносаралық қатынастың жеткілікті жоғары мәдениетінсіз жүзеге аспайды.

Қоғамда мұндай мәдениетті тәрбиелеу оның белсенді өмірлік тұғыры мен қоғамдағы саяси өміріне қатысуын айғақтайтын жоғары және тұрақты адамгершілік сапалықтары мен сипаттарын тәрбиелеу.

Ақпараттық прогресс адамның тұрмыс бітімін өзгертіп білім, ғылым, мәдениет салаларын басым бағытқа айналдырып қана қоймай қоғам мүшелерінің ой санасын солай қарай бұрады.

Ақпараттық қоғам түрлі идеялар мен ілім, білім сан алуан өркениет пен құндылықтарды саралап адамдардың ой санасын кеңейтуге белгілі бір идеялар төңірегінде топтасуға, оларды тереңірек түсініп білуге ықпал етеді.

Егер экономика мемлекеттің жұлыны болса оның ұлттық рухы мен санасы жүрегі іспеттес.

Қоғамдағы әлеуметтік институттардың ерекше түрі саналатын БАҚ құралдары мемлекет жүрегі арқылы оның бүкіл денесіне қажетті нәр, азаматтардың мемлекеттік бірлігі мен мақсат мүде ортақтығына түйсінуін таратады.

Онсыз тәуелсіз мемлекеттің болашағын баянды ету қиын. Обьективті ақпараттар болмауы әдетте адамдардың идеалында қате көзқарас туғызып өміршең емес

заңдылықтарға қоғамды реформалауда үлкен қателіктерге ұшырауы мүмкін.

БАҚ- ры пайдалану арқылы қоғамдық саяси сананы жасырын түрде басқаруға талпыну адамдарды өз еркіндігінен тыс мақсаттарға жұмылдыру, қоғамның обьективті ахуалын жасыру демократиялық мемлекеттік құрылыммен оның азаматтарына үлкен қауіп тудырады.

Үлкен саяси экономикалық өзгерістерді бастан кешіріп отырған Қазақстандық адамдар санасында да күрделі өзгерістер мынандай:

- Ескіні ұмыта алмау
- Жаңаға үрке қарау
- Жаңаға бірден көндіге алмау
- Өз мүмкідігіне сенімсіздікпен қарау

Бұл орайда қоғамдық өзгерістерге сай болатын рухани ахуал туғызу керек. Мұның өзі мемлекеттің барлық салаларында оның ішінде идеология сияқты ерекше салада тек байсалды саясат арқылы ғана қолдау табады. Тап қәзір қоғамда өткенді қайта бағалап, ертеңгі күннің артықшылықтарын онымен салыстыра қарау процессі жүруде. Тәуелсіздіктің алғашқы жылдары тап болған талай қиындық, түсініспеушілік, шалағайлылық, ел арасына іріткі салушылық т.б. артта қалды көбісі оң шешімін тапты.

Қоғамның әртүрлі топтарының сана деңгейі әртүрлі. Ол әрине адамдардың жас ерекшеліктеріне , білімі мен қызмет түріне әлеуметтік материалдық жағдайына байланысты мемлекет ішінде болып жатқан жағдайларды бірі түсінсе, бірі түсінбейді. Осыдан барып ақпарат кеңістігінде хабар ошар әртүрлі қабылданып сан алуан пікірлер көзқарастар толғынын туғызады, міне осы себепке байланысты кез-келген ақпарат түрінің обьективтілігіне қоғамдық қажеттілік туындайды кез-келген ақпараттарды басқарып, белгілі-бір бағытқа бұрып отыру шындықпен санасуға әкеліп соғады.

Мемлекетімізді нығайтуға әсері зор саяси күш ретінде ақпарат құралдарының танымдық терең талдаушылық роліне сұраныс өсіп отыр.

Баспасөз рухани өсудің бағдаршасы іспеттес. Елде болып жатқан өзгерістер бұқараның санасын, мен қазақпын мен Қазақстандықпын деген патриоттық сезім өспейінше

тәуелсіздіктің саяси экономикалық жағдайының нығайа түсуі мүмкін емес. Бүгін ұлттық сана жетілмей тұрып ар- намыс шыңдалмауы, ар- намыссыз азамат өзгелердің көсегесі түгіл өзінің көсегесін көгерте алмайды.

Онсыз ұлттық сана мен ұлттық намыс тұл, онсыз қоғам дамуның даңғыл жолына түсе алмай үйреншікті ұрдістің солғын соқпағынан шыға алмай, заманалар шырғалауында басы айналып дағдарыс қал кешеді.

Баспасөз бостандығымен қатар бұқаралық ақпарат құралдарының жауапкершілігі журналистик этикасы қатар жүреді.

Журналистің әлеуметтік бағыт бағдары ең алдымен оның саяси мәдениетімен қоғамдағы болып жатқан процестерді ұғыну деңгейіне байланысты.

Журналист этикасы мен кодексі шынайылық, сенімділік, нақтылы ,өз қатесін мойындай білуі принциптеріне негізделінген.

Саяси демократия тәуелсіз бұқаралық ақпарат құралдарынсыз акылға сиымсыз болар еді. Сонымен бірге олардың обьективсіздікпен, теріс пиғылдылықтың бүлдіруші әрі тұрақсыздандырушы күшін сезінуі әлеуметтік жауапкершілігі болуы тиіс. Нақ сондықтан оларға бағдар үстана отырып мемлекеттік үкімет құрылымдарына қоғамдық пікірді зерттеуді және іс қимылын соған сәйкес түзетіп отырады. Кез-келген қоғамның өмірінде руқани саланың алар орны үлкен әсіресе бүгінгідей өтпелі қоғамның экономикалық, әлеуметтік салаларындағы тұрақсыздық жайсыздық орын алып отырған сәтте оның қоғамдағы ішкі қожыраудан сақтап қалуға қабілеттілігі анық байқалуда. Қоғамның рухани өмірінде бұған дейін жинақталған түрлі құндылықтарды сақтау ғана емес енді олардың қалыптасқан жаңа жағдайға сай гүлденуі мен бірін- бірі толықтыра түсуінің мәні терең нақты тәуелсіздікке жету күшті саяси интеллектуальды қолдауды қажет етеді.

Бұл бағыттарда бізге экономикалық ұйымдар, кадрлар мәселесіндегі ілгерлетушіліктер ғана емес қоғамды топтастыруындай ахуал қалыптастыру қажет. Қоғамның өркениеттілігі мен зайырлылығы мемлекеттің мәдениетке деген көзқараспен өлшенеді.

Ақпарат құралдарының өздері қоғамның ғылыммен мәдени жетістіктерінсіз белгілі-бір сатысында құндылықтарды құрайтыны сөзсіз.

Журналистік шеберлік пен тәжірибе

БАҚ – тың түрлеріне орай творчество да өзінше қалыптасып отырады. Журналист газет, радио, телевидениеге қай жағынан алғанда да материалды бірдей етіп дайындай алмайды, олай етудің қажеті де жоқ. Бұл ретте оның әрқайсының ерекшеліктері мен өзгешеліктерін ескеру бұлжымас шарт. Мысалы бір ғана очерк жанрын алайық. Осы очеркті газетке жазғанда басқаша, радиода басқаша, телевидениеде басқаша қалыпта беруге тура келеді. Өйткені мұның әрқайсысының өзінің табиғатын, сипатын аңғару қажет.

Газет очеркінде әбеби – көркем сөз нормаларын сақтаудың әдіс – тәсілі бөлек болса, радио, телевидениеде бұл жай техникалық құралдарды пайдалануға байланысты басқаша қырынан келуі мүмкін. Баспасөзде оқиға, факті сөзбен суреттеліп, оқырманның оқуына негізделсе, радиода тыңдаушы мүмкіндігі ескеріледі. Себебі, радионың материалын газеттегідей әркім өзі қолына ұстап оқымайтыны түсінікті. Радио хабары көру, оқу арқылы емес, тыңдау арқылы қабылданады. Оның материалдары диктофонға жазылып, не диктордың оқуымен ғана беріледі. Онда кейіпкердің өз сөзі, дауысы жанды түрде жазылып алынса, газетте кейіпкер сөзін автор диалог, монолог арқылы прозаға түсіреді. Ал телевидениенің бұл екеуінен де айырмашылығы бары белгілі. Теле хабарлар адамның көру қабілетіне негізделеді. Экрандағы бейнекөріністердің берілуінің өзіндік әсері бар. Мұндай көріністерді газет баяндау, бейнелеу арқылы сөзбен жеткізсе, телевидение ондай сөздерді баяндап жатпай – ақ киносуреттерді көрсетудің өзі жетіп тұр. Жас журналистер мұны үнемі ескере жүрулері керек. Бүгінде журналистика ел шеңберінде қала алмайтындығы. Оның аясы кеңейіп, халықаралық дәрежеде жұмыс істейтіні туралы. Тәуелсіз Қазақстан енді жер жүзілік өркениетке қосылу үшін шетелдер мен журналистика салаларында да жан – жақты байланыстар орнатып жатқандығы. Осы ретте журналистік творчествода дамыған елдер журналистикасымен тәжірибе алмасу қажет екендігі. Европа, Америка, Шығыс елдері журналисьтикасымен қарым – қатынас жасап, әлемдік ізденістерге қосылу керектігі. Әлемнің ірі ақпарат құралдары қазірдің өзінде Қазақстан хабарларын және өздері де бізге хабар беріп жатқандығы жөнінде. Мұның пайдасы мен тврчестволық әсерлері туралы. Бірақ олардың кемшілік жақтарын қабылдамауымыз шарт екендігі. Жер жүзілік құндылықтардан шет қалмауды қазірден ойластыру қажеттігі. Бұл орайда ұлттық БАҚ – н дамыта отырып, творчестволық ізденістер жасаудың артықшылығы.

Бүгінгі күнде тағы бір үлкен проблема – халықаралық журналистика тәжірибесіне назар аудару болып отыр. Шындығында журналистика шекараны білмйтін сала. Әрбір ұлттың, халықтың өз мәдениетін дамытып, өз

журналистикасын өркендетуі үлкен болыш болуымен бірег, өз шеңберінде, өз аясында қалып қоюына да болмайды. Онсыз өсу- өркедеу, алға басу болмақ емес. Томаға – тұйықтық жараспайды. Басқа да дамыған елдердің жақсы жағын үйреніп, нашар жағынан жиреніп отырудың артықтығы жоқ. Осындайда айта кетер нәрсе – журналистикадағы халықаралық байланыстардың арасында творчествоны байытуға мол мүмкіндік ашылады. Қазіргідей барыс – келіс, алыс –беріс орнап жатқан заманда мұның өзі керек жағдай. Бұдан былай да қарым –қатынастар жиілемесе, азаймайтыны рас.

Қорыта келгенде, журналистің шеберлік лабораториясы жайлы көп айтуға болады. Күнделікті өзімізбен қатар өмір сүріп, редакцияларда еңбек етіп жүрген есімдері елге белгілі журналистердің творчестоволық лабораториясына ден қойып, олардың қалай жазып, ұқалай еңбек ететінін білу – болашақ жас журналистерге үлкен сабақ боларын сөз басында айттық. Әрине, творчество теңіздей терең, таудай шың – құздары бар мол қатпарлы, көп сырлы болғандықтан барлық мән – маңызын ашып тастау да мүмкін емес. Шеберлік үнемі даму, өзгеру, жаңару үстінде болғандықтан да оған біржолата «нүкте» қойып қорытындылау да келісімсіз болары ақиқат . Бір сөзбен айтқанда – творчество шексіз!… Сондықтан біздің мақсатымыз – оның кейбір қырларын ғана студенттерге бағыт – бағдар ретінде ұсыну еді.

Шеберлік туралы ұғым. Ол қалай пайда болатын жайлы. Шеберлік жолындағы ізденістер. Тәжірибе жинау шарттары. Көрнекті журналистер еңбектерінен мысалдар келтіру. Қаламгерлік машықтың өсу сатылары. Журналистің кәсіби тұрғыдан толысуы. Білім мен білік. Жақсы шығарма қалай жазылады? Тартымдылық, әсерлік, қызықтылық. Құнды матеиал дегеніміз не? Творчестолық шеберлік мәні.

Әдебиет:

1. Амандосов Т. Публицистика-дәуір үні. Алматы,1974
2. Амандосов Т. Журналистика және өмір.. алматы,1967
3. Авраамов Д. Профессиональная этика журналиста. Москва,1991

Шығармашылық өнімінің әлеуметтік механизмге бейімделуі

Шығармашылық іс-әрекет – жаңа нәрсені жасауға бағытталған іс-әрекет. Адам іс-әрекетінде екі түрлі белсенділік орын алады:

- қайта жаңғырту (репродуктивті), бұл ес процессімен тығыз байланысты – өткен тәжірибені салыстырмалы түрде айнытпай қайталау;

- шығармашылық – алдынғы тәжірибені негіз ретінде ала отырып жаңа бейнелер, заттар немесе әрекеттер жасау.

Шығармашылық іс-әрекет адамды болашаққа бағытталған, өмір сүріп отырған ортасын өзгерте алатын жан етеді. Шығармашылық – таңдаулы адамдар, даңышпандар мен талланттыларға ғана тиесілі емес, ол адам қиялдап, құрастырып, өзгертіп және жаңа нәрсе жасауға қабілетті жердің барлығында бар болады.

Бізді қоршаған күнделікті өмірде шығармашылық тіршілік етудің қажетті жағдайы болып табылады, әдеттіге айналған заттар шеңберінен кішкене болса да шыққан және аз болса да жаңалығы бар заттың барлығы адамның шығармашылық процессінен туындайды (Л.С.Выготский).

Көбінесе шығармашылық іс-әрекет адамның танымдық қабілеттеріне негізделеді: шығармашылықтың құрамдас бөліктері сезімдік елестердің құрамында да, ақыл-ой түсініктері мен бейнелерінде де орын алады.

Шығармашылық философиямен қатар көптеген ғылымдардың зерттеу объектісі болып табылады: психология, ғылымтану, өнертану, ақпарат теориясы, педагогика және т.б. Сәйкесінше шығармашылық көріністерінің көптеген түрлері топтастырылады: көркем шығармашылық, ғылыми-шығармашылық, өндірістік-техникалық шығармашылық, діни шығармашылық, күнделікті-тұрмыстық шығармашылық – басқаша айтқанда адамның практикалық және рухани іс-әрекетінің барлық түріне қатысты. Қазіргі күндері адамның шығармашылық іс-әрекетін арнайы зерттейтін ғылымды жасау мәселесі туындап отыр. Субъектінің әлемге деген қатынасының іске асуы танымда ғана жүрмейді. Танымның өзі мақсаты бойынша шығармашылықпен тығыз байланысты. Таным мен шығармашылықсыз адам өзінің универсалды өмірлік жолында жүзеге аспай қалуы мүмкін еді. Таным мен шығармашылық адамның қандай да бір қажеттіліктерін қанағаттандыратын құрал емес, ол адамды адам ететін зат.

Қазіргі кезде әрбір адам күн сайын күрделілену процессінен өтіп жатқан және иерархияланған әлеуметтік рольдер мен функционалды байланыстар жүйесіне енеді.

Адамның рольдік мінез-құлығы стандартталуға ұшырап, онда әрекеттер мен сананың жақсыз дайын бейнелері көбейе түсуде. Жақсыз функцияларды атқарудың өзінде де жеке тұлғалық-адами шыңда болу үшін – адам әлемге және өзіне деген шығармашылық қатынастың жоғары деңгейіне ие болуы тиіс. Басқаша айтқанда индивид жоғарыда сипатталған жағдайларда адам бейнесін сақтап, ситуацияны басқаруға қабілетті болуы үшін оның шығармашылқ деңгейі жоғары болуы қажет.

Сонымен шығармашылық дегеніміз – бұл әлемге деген өзіндік бейнелі қатынас. Және бұл қатынас танымдық қатынасқа қарсы келуі мүмкін. Егер де дәстүрлі гносеологияда танушы субъект үшін әлем және жасанды жолмен жасалған болмыс берілген ретінде, ол ешкіммен жасалмаған ретінде қарастырылса, шығармашылық шындықты қабылдайды, мұнда әлем адамның терең қатысымен қайта түзілуге қабілетті. Шығармашылық қатынас үшін бүкіл әлем аяқталмаған, бүтін емес болып қабылданып, осы позициядан субъект өзіне әлемді әрі қарай құрастыруға деген міндет пен жауапкершілік алып, оны жақсартуға ұмтылады. Осы жерден әлемдегі түпкілікті жаңалықтарды өзі үшін емес әлемдік жақсартуға бағытталған қабілеттілік туындайды. Адам толықтай болмысқа тереңдей түседі. Сондықтан да шығармашылық қатынас біріншіден – болмыстық қатынас, екіншіден – ойлаулық когнитивті. Адамның танымы жеке практикалық қызығушылықтардан босап, толықтай шындыққа қызмет етуі үшін адам әлемге өзінің антропологиялық модельдерін міндеттемей әлемді шығармашылық арқылы құрап, әлемнің бір бөлшегі ретінде өзін-өзі дамытып отыруы қажет.

А.Маслоудың қажеттіліктер пирамидасы адамның шығармашылыққа қажеттілігінің басқа қажеттіліктеріне қатынасын ашады:

1. Рухани қажеттіліктер

(шығармашылық арқылы өзін-өзі дамыту)

2. Престиж қажеттіліктері

(құрмет, өзін-өзі сыйлау, статус)

3. Әлеуметтік қажеттіліктер

(ұжым, жақын қарым-қатынас, достық, махаббат)

4. Экзистенциалды қажеттілікте
(қауіпсздік, тәуелсіздік, қожайын екенін сезіну)
5. Физиологиялық қажеттіліктер
(ашығу, шөлдеу, секс, демалу және т.б.)

Шығармашылыққа деген мотивацияның негізгі екі түрі:

- ішкі (шығармашылық қабілеттермен еркін ойнаудан қанағат алу, өзін танытуға, сынауға құштарлық, рухани қажеттілік, өмір салты);
- сыртқы (тіршілік үшін күрес, практикалық пайда, ерекшелену немесе басқаларды таң қалдыру).

Сыртқы қажеттіліктер шығармашылыққа стимул бола алатындығы анық болғанымен, олар соңғы нәтижені бүтіндей шарттай алмайды. Біріншіден сыртқы қажеттілік ішкіге айналуы қажет.

Шығармашылық процессте негізгі рольді қиял процессі иеленеді. Принциптік түрде жаңаны ескіден логикалық жолмен шығаруға болмайды.

Қиял түрлері:

- ырықты-ырықсыз (А.А.Ухтомскийдің доминантасы);
- қайта жаңғыртушы-шығармашылық;
- өнімсіз-өнімді.

Қиял іс-әрекетінің кейбір жақтары:

1. Талдау – күрделі бүтін заттың жеке элементтерін бөлшектеу;
2. Сол элементтерді өзгерту;
   - бір бейненің басқа бейнемен қосылуы, бір бейненің басқа бейненің бітістерімен толықтырылуы;
   - бір бейнені басқа бейнеге ұқсату;
   - бейнені бүтіндей немесе жеке элементтерін айырықша көрсету;
   - толық қарама-қайшылыққа дейін баратын контрасттық өзгерістер;
3. Синтез – өзгертілген элементтерді біріктіру;
4. Жеке бейнелерді құрастыру арқылы күрделі жүйе құру;
5. Ішкі бейнелерді сыртқыға айналдыру.

Психологиялық инерция – бұл тапсырманы орындау кезінде қандай-да бір әдісті басшылыққа алып, ең алдында кездескен шешімнен басқа мүмкіндіктерді қарастырмау.

2. Шығармашылық деңгейлері. Шығармашылыққа бейім тұлғалардың сапалары.

Біздің шығармашылыққа бейім тұлға жайлы ойларымызды әдетте екі қарама-қарсы стереотиптер арқылы беруге болады:

Біріншісі – жүз процентке табысты: ойлы көзқарас, кенет ойға келген идея, аз уақыт ішінде мойындау, табыстар, қызықты адамдармен кездесулер, ұлылармен достық, халықаралық конгресстер, мадақтаулар;

Екінші стереотип қайғы қасіретке толы: шығармашылықпен байланысты еңбек жұмысшылар-дыкінен қиын – қаржының жетіспеушілігі, мойындатумен байланысты таусылмас күрес; Бұл пікірлердің қайсысы дұрыс екеніне таласпауға да болады, себебі мұның бәрі өмірден көрінісін табуда.

Соған қарамастан шығармашылық әлемі алуан түрлі және оны әр түрлі жақтарынан қарастыруға болады. Шығармашылықпен айналысатын тұлғаға келетін болсақ, бұрыннан бері оның келесі көріністерін келтіретін болған: гениалдылық, талант, қабілеттер. Генийлер шығармашылық қиял мен интуицияны терең меңгерген адамдар болады. Тек қана гений тікелей шындыққа көз жеткізуге қабілетті. И.Канттың жазуы бойынша: «Гений табиғаттың өзі сияқты әрекет етеді… Гений арқылы табиғат адамға өз заңдарын жеткізіп отырады».

Шығармашылықпен белсенді айналысқан 2000 адамның өмірбаянын зерттеу арқылы ғалымдар шығармашыл жеке тұлғаның келесі сапаларынң тізімін беріпті:

1. Шындыққа жанаспаса да мақсатты жасқанбай таңдай алу, және оны өз өмірінің басты векторына айналдыру;
2. Қойлыған мақсатты жету жолындағы шешілуі қажет проблемаларды көруге деген қабілеттілік;
3. Жоспарға сәйкес жұмыс істеуге деген қабілеттілік. Айлық, жылдық, өмірлік жоспарлырдың болуы. Сол жоспарлырдың орындалуын қадағалау.

4. Жоғары жұмыс өнімділігі.

5. Мәселе шеңберіне енетін шығармашылық міндеттерді шешуге бағытталған жақсы техниканың болуы;

6. Кез-келген жағдайларда өз идеяларын қорғай алу. Табыссыздықтан қорықпау.

Шығармашылық көп деңгейлі екені анық. Техникалық шығармашылық пен өнертапқыштық міндеттеріне байланысты шығармашылықтың келесі деңгейлері ажыратылады (Г.А.Альтшуллер бойынша):

1. Белгілі әдісті белгілі мәселені шешуге қолдану. Мұнда не берілген мақсат үшін тікелей арналған тәсілдер қолданылады, немесе мәселені шешудің альтернативалық варианттарының біреуі таңдалады.

2. Белгілі шешімнің жаңаша қолданылуы немесе шешімі бұрыннан белгілі мәселені берілген аймақта шешуге қолданылмаған тәсіл арқылы шешу.

3. Ғылым аймағы үшін жаңа мәселе үшін барлық жағынан жаңа шешім табылады. Мұндай шығармашылық алыс келешекке жұмыс жасайды.

Техникалық шығармашылық философиясы. Техникалық шығармашықтағы эвристикалық және алгоритмдік бағыттар.

Шығармашылықты қарастыруда екі шеткі бағыттарды атап көрсетуге болады:

– шығармашылықты басқаруға болмайды және ол адамның еркіне тәуелді емес;

– шығармашылықты бағдарламалауға болады және оның тиімділігін арттыру мақсатында оны саналы түрде басқаруға болады;

Шындығында шығармашылық іс-әрекетке айтылғандардың екеуі де тең дәрежеде тиесілі. Бір жағынан спонтандық элементі бар болса, екінші жағынан адам шығармашылық жұмысқа өзін саналы түрде дайындап, оның тиімділігін өзін кемелдендіру арқылы жоғарылата алады.

Техникалық шығармашылықта шығармашылық іс-әрекетке ықпал ететін бірнеше жүйелер мен теориялар жасалған.

Ол әдістер өз алдына екі үлкен топқа бөлінеді:

– психологиялық;

– алгоритмдік.

Психологиялық әдістер ойлау, қиял әрекеттерін белсенді ететін психологиялық әсер ету құралдарын қолдануды білдіреді. Оларға ми штурмы, морфоанализ, бақылау сұрақтары және т.б. жатады.

Әдетте шығармашылықты адамның іс-әрекет сферасына қарай айырады:

– ғылыми;
– техникалық;
– көркем өнер;
– қолөнерлік және қолданбалы;
– діни;
– мистикалық;
– күнделікті-практикалық және т.б.

Шығармашылық ізденіс ретінде.

Адамды шығармашылыққа қозғайтын түрткілер табиғаты ең басты мәселелер қатарына жатады. Психоаналитикалық пікірлерге сүйенетін болсақ шығармашылықтың негізінде сублимация механизмі жатыр. Моральдық шектеулерге байланысты іске асырылмай қанағаттандырылмай қалған қажеттіліктер, әсресе айтқанда либидолық қажеттіліктер әлеуметпен еш шектелмейтін шығармашылықтан көрінісін табады. Бұдан логикалық түрде шығатын қорытынды шығармашылыен айналысатын адамның ішкі кикілжіңі ауыр болған сайын, оның қажеттіліктері қанағаттанырылмай ығыстырылған сайын әсіресе махаббатқа деген қажеттілік – оның шығармашылық белсенділігі де өнімді бола түседі.

Мұндай көзқарасты растайтын жағдайлар тарихта аз емес, көптеген талантты адамдардың өнердегі шыңға көтерілген кездері өз өмірлерінің ауыр кезеңдерінде немесе аур психикалық науқастықпен қатар жүрген. Бұл концепцияны растау үшін көптеген ғылыми жұмыстар жазылса да, олар тура соған қарама – қарсы жағдайларды байқамай қалатыны өкінішті.

Соңғы жылдары психоаналитикалық әдебиеттердің өзінде шығармашылық белсенділік невротикалық бұзылыстарды компенсациялаудың механизмі ғана емес, ол жеке тұлғаның дербес ішкі қажеттілігі деген пікірлер айтылуда. Бірақ соның

өзінде бұл қажеттіліктің негізі бар ма, болса оның ролі қаншалықты деген мәселе ашық қалуда.

В.С.Ротенбергтің пікірінше шығармашылық дегеніміз ізденістік белсенділіктің түрі ал ізденістік белсенділікті ол өз алдына былай тұсіндіреді: “белсенділіктің жағымды нәтижелері болжанбаса да субъектінің өзін немесе ситуацияны өзгертуге бағытталған белсенділігі”. Ізденістік белсенділіктің мидағы механизмдері жайлы әлі мәлімет аз.

В.С.Роттенбергтің жануарлар мен адамдарға жүргізген эксперименттерінің нәтижесі ізденістік белсенділік әр түрлі зиянды факторларға деген адамның қарсы тұра алушылығын жоғарылататындығын көрсетті. Бұл эффект ізденіс белсенділігімен қатар жүретін эмоциялардың жағымы не жағымсыз болуына тәелді емес: екі жағдайда да ауруларға деген төзімділік деңгейі жоғарылайды. Бұған қарама-қарсы күй – субъектіні ситуация қанағаттандырмаса да ізденістік ситуациядан бас тартса – индивитің реистенттілігін төмендетіп өлімге алып келуі де ықтимал. Бұл жерде өте маңызды нәрсе ситуация индивидпен орташа ретінде бағаланып, ізденістік белсенділік деңгейі төмендетілген жағдайда да организмнің теріс әсерлерге резистенттілігі төмендейді. Бұл ізденістік белсенділіктің бар не жоқ болуы, ситуацияны эмоционалды бағалаудан да маңызды екенін көрсетеді.

Ғалымдардың пайымдауынша ізденістік белсенділіктің мұндай маңызды болуы оның негізгі биологиялық функциясымен анықталады. Мұндай белсенділік біріншіден әрбір индивидтің өзін өзі дамытуының қозғаушы күші болса, екіншіден бүтіндей популяция прогрессін анықтайтын болғандықтан әр индивид ізденістік белсенділікпен жоғары деңгейде айналысқаны дұрыс.

Сондықтан П.В.Симоновтың пікіріне сәйкес қиындық туған жағдайда ізденістен бас тартатындардың табиғи сұрыпталу жолымен жойылуы биологиялық жағынан қалыпты жағдай. Ізденіске деген қажеттілік қанағаттандырылмау принципінің арқасында прогресстің қозғаушы күшіне айналады – себебі бұл қажеттілік үнемі өзгеріс процессінде болады.

Адамдар мен жануарлардың мінез құлығын бақылау дербес ізденіс белсенділігіне деген қажеттілік бар екенін

көрсетеді. Жануарларда олардың алғашқы қажеттіліктері қанағаттандырылған кезде айқын көрініс береді. Бірақ бұл феномен экперимент жағдайында ғана бақыланған.

Салыстырмалы түрде өзінің алғашқы қажеттіліктерін қанағаттандыра алатын адамда ғана ізденіс белсенділігі таза түрінде көрініс береді. Бұл жерде адамнан талап етілмесе де ол ситуациядан жоғары деп аталатын өзіне қоятын міндеттерін айтады. Прагматикалық тұрғыдан қауіпсіз емес ситуацияларға бару да осыдан болуы мүмкін. “Соғыс үстінде мастаттану” ізденіс белсенділігінің механизмінің бір көрінісі болып табылады.

Сонымен шығармашылық – ізденістегі қажеттіліктің іске асуының ең табиғи формаларының түрі. Сонымен қатар шығармашылыққа түрткі болатындар өзіне сенімділікке ие болуға деген қажеттілік, қоғамның басқ да мүшелеріне өзін мойындатуға деген қажеттілік және т.б. Бірақ мұндай мотивтерді ірі суретшілерге қатысты айтуға болмайды. Шығармашылық потенциалы төмен адамдар үшін “еркін мамандықтар” қиын болғандықтан олар әлеуметтік іс әрекеттің басқа жолдарын таңдайды. Ал шығармашылық жағынан дарынды адамдар үшін психофизиологиялқ заңдылықтарға сәйкес ізденіс процессінің өзі материалды құндылықтр мен нәтижелерден қымбат болады.

Егер шығармашылықтан басқа кез-келген ізденіс түрі табысқа әкелмесе оның теріс нәтижелерінің эмоционалдық маңыздылығы өте жоғары болып мақсатқа жетуге ұмтылысты тежейді. Ізденістен бас тарту күйінің дамуының механизмі осындай болп келеді. Ең жақсы деген жағдайда ізденіс басқа бағытт жалғастырылады. Бірақ шығармашылық процессінде жалғыз мақсат пен қуаныш бір нәрсенің мәнісіне жету болғандықтан ізденісті тоқтатуға әкелетіндей мұнда табысқа жетпеуден пайда болатын психотравмалар орын алмайды, себебі теріс нәтиже де – нәтиже, және ол ізденіс аумағын кеңейту керектігінің белгісі. Бірақ егер де бұл процессте жалғасатын іс-әрекетке емес адамның өз сезімдеріне баса көңіл аударылса онда бұл жағдай психотравмаларға алып келіп, ішкі кикілжің тудырып жеткілікті түрде бастан өткізілмеген комплекстердің активизациясына алып келеді.

Сонымен қатар бас тарту процессі иррадацияға бейім болып келеді, адамның бір іс-әрекет аймағына екіншісіне ауысады. Бұл невроз негізінде жатқан мотивациялық кикілжіңдерді шешу жолында ізденістен арнайы түрде бас тартуда көрініс береді. Невроз шығармашылық өнімділікке теріс әсерін тигізетіні белгілі. Ізденістен бас тартудың иррадациясы ос жерде толық көрінеді.

Енді жоғарыда айтылғандарды қорытындылай отырып шығармашылық орындалмай қалған қажеттіліктердің сублимациясы деген пікірді қайта қарастырайық. Егер де субъект қандай да бір қажеттіліктерін қанағаттандырудан бас тартуға мәжбүр болса, егер соның салдарынан ізденіс белсенділігі еріксіз түрде ығыстырылса, компенсация ретінде шығармашылықтағы ізденіс күшеюі ықтимал. Бірақ бұл жерде басқа мүмкіндік те бар – маңызды қажеттіліктерді қанағаттандырмау қатты психотравмаға әкелетін болып, бас тарту типі бойынша мінез-құлық адам і-әрекетінің барлық сфераларына ауысады, солардың ішіне шығармашылық та кіреді. Сонмен қатар шығармашылыққа деген бағдар ерте жастан бастап бала бойында тәрбиеленетін болса субъект барлық өзін өзектендіру формалардың ішінен шығармашылықты таңдауы үшін өмірлік белсенділігінің аймағын кішірейтуі міндетті емес болып шығады. Міне сондықтан да, фрустрация мен шығармашылы белсенділік арасында байланыс болуы мүмкін емес, және сублимация концепциясы қолда бар фактілердің барлығына түсіндірме бола алмайды, және оны универсалды ретінде есептеуге болмайды.

Түс көру және шығармашылық

Бұл мәселеге деген қызығушылық ұйқы кезінде болған «инсайт» жайлы мәлімдемелермен әр қашан да қызықтығын жоғарылатып отырды. Қазіргі уақытта түс көру мезетіне сәйкес физиологиялық көрсеткіштер анықталған (мидың биоэлектрлік белсенділігінің десинхронизациясы, көздің жұмылу қалпында жылдам қозғалыстары, бұлшықет тонусының төмендеуі және т.б.) Кешенді түрде бұл көрсеткіштер жылдам ұйқы фазасы аталатын бейнені құрайды. Дені сау адамдарда бұл фаза тең интервалдармен түгіге 4-5 рет болып, ұйқының 20-25% алады. Жылдам ұйқы

фазасын ашу арқасында түс көрудің функциональды ролін зерттеудің мүмкіндігі туды. Шығалмашылық потенциалы жоғары адамдардың түстерінде бақылауға қарағанда ойлаудың алғышқы процесстері (вербальды емес бейнелі ойлау белсендірек) айқын көрініс табатыны анықталған. Ойлаудың конвергентті типіне жататын адамдар шығармашылық потенциалы төмендеу келеді және дивергенттілеріне қарағанда түс аздау көреді. Адамды жылдам ұйқы фазасынан айырса шығармашылық ойлау тестілерін орындауды (Гилфорд тесті) нашарлатқанымен, еске сақтауға арналған тапсырмаларды орындауға еш қандай зақым келмейді.

Бұл мәтіметтер шығармашылық акті түс көру кезінде бейнелі ойлаудың басымдығынан іске асады деген болжамның расталуына алып келетіндей болып көрінеді. Және бір қарағанда шығармашылық процесстегі бейнелі ойлаудың маңыздылығы жайлы пікірмен сәйкес келеді.

Бірақ шындығында жылдам ұйқы мен түс көрудің шығармашылық процессіне тигізетін оң әсері әлі ғылыми тұрғыда анықталған емес.

Шығармашылық акті түс көру кезінде іске асады ма және түс көрудің негізгі функциясының өзі осы ма? Бұл көзқарасқа бірқатар теориялық және эксперименталдық қарам-қарсы пікірлер келтіруге болады. Осылайша зерттелінушілерге шығармашылықта талап ететін тапсырма беріліп, оларды жылдам ұйқы фазасында оятыпалынған мәліметтер тіркеліп отырған. Анықталғаны ұйқыдан кейін зерттелінушілердің тапсырманы шешкендері мен шеше алмағандарының айырмашылығы болмаған. Ал шешім табу процессі түс көру кезінде болатын болғанда айырмашылықтар көрініс беруі қажет еді. Шығармашылық экстаз бен максимальды өнімділік кезеңі әдетте түске бөлінетін уақыттың азаюымен сипатталады. Егер түс көруге шығармашылық актіде ең маңызды орын беретін болсақ парадокстық ситуация орын алады: максималды шығармашылық өнімділікке жету кезінде қажетті түс көру кезеңі азаяды.

Теориялық аргументтерге келетін болсақ, бейнелі ойлау шығармашылық шешімнің пісіп жетілу процессінде немесе «инсайт» этапында шешуіш роль ойнайтыны анық . Кез-

келген шығармашылық актінің қорытынды этапы – бейнелі ойлау белсенділігінің нәтижелерін ұйымдастырып, сыни талдау жасап, реттік жүйеге келтіру болып табылады. Бұл этапсыз шығармашылық акті хаостық бағытта қрзғалатын идеялар мен ойлар болып қалып, еш қандай әлеуметтік мағынасыз қала береді. Шығармашылықтың бұл соңғы этапы үшін вербальды және вербальды емес ойлаудың өзара әрекеттестігі шешуші болып табылады.

Түс көру кезінде мұндай өзара әрекеттестік жағдайлары бұзылған. Сананың түс кезіндегі өзгеру ерекшелігі оның өзіндік диссоциациясында жатыр. Психикалық дені сау адам қалыпты жағдайда болса сана объективті шындықтың бейнеленуін қамтамасыз етіп, өзін таным субъектісі ретінде ортадан бөліп қарастыруын береді.

Түс көру кезінде субъкт өзін түс көруші ретінде қабылдамайды, басқаша айтқанда объективті шындықты бейнелеу мен өзін таным субъектісі ретінде бөліп қарастыру дұзылады. Вербальды ойлаудың талдаушы және бағалаушы функциялары жоғалтылады. Нәтижесінде қабылданатын жағдайларға сыни қатынас та болмайды – ұйқы үстіндегі адам еш қандай ғажап жағдайларға қуанбайды, оларды мүмкін емес деп түсінбейді.

Қазіргі кезде ғылым үшін шешілуі ең қажетті мәселелердің бірі шығармашылық қабілеттерге деген әр түрлі әсер етулер арқылы шығармашылық өнімділігін арттыру мәселелері (оларға гипноз, медитация, психологиялық тренингтің арнайы формалары жатады).

Коммуникация түсінігі және әлеуметтік коммуникацияның қазіргі қоғамдағы рөлі

Аңдатпа. Мақалада автор коммуникация ұғымына түсініктеме береді. Ақпараттық технологияның бүгінгі таңда қоғам санасын қалыптастырудағы орны туралы пікірлер айтады. Ғаламтор желілерінің жаһандық деңгейде дамуы, оның тек бір мемлекеттің ғана емес, әлемнің тұтастығына

жасайтын ықпалы, пайдасы мен тигізер зияны туралы мәселелер көтереді.

Бүгінде ғылыми технологияның қарыштап дамыған дәуірінде коммуникация ұғымы көпшілікке таңсық емес, санаға сіңісті түсінік болып кеткен. Латын тілінен енген бұл терминнің аудармасы communicatio жалпы жасаймын, байланысытырамын деген мағынада келеді. Ал жалпы кең мағынада әртүрлі ақпаратты қабылдау және тарату мүмкіндігі бар қарым-қатынас тәсілдері деп түсіндіре кетсек те болады. Коммуникация тек бірнеше гуманитарлы пәндердің объектісі ретінде ғана емес, сондай-ақ нақты ғылымдардың объектісі екендігін білуіміз қажет.

Күнделікті тіршілігіміздегі, қоғамдық-әлеуметтік ортадағы адамдардың бір-бірімен өзара қарым-қатынасы, тіптен ауызша сөйлесуінің өзі коммуникацияның алғашқы формаларының бірі болып саналады. Біздің күнделікті өмірімізде коммуникацияның бұл түрі жиі қолданылады. Бұл жерде коммуникация тікелей болғандықтан мұнда ең алдымен ауызекі тіл қолданысқа түседі, бейвербалды амалдар, яғни мимика, ым, ишаралар сөзбен теңдей дәрежеде молынан қолданылады. Мәселен, бас изу – белгілі бір нәрсемен келісуді білдірсе, таңғалу – иығын көтеріп, ауызын ашуды білдіреді т.б. Күнделікті өмірде мұндай бейвербалды амалдарды көптеп кездестіреміз. Бұл контактілі қарымқатынастың негізгі ерекшелігі. Және де сонымен қатар тікелей қарым-қатынаста уақыт пен кеңістік факторы және «көз контактісі» бірлікте көрініс береді. Көз контактісі – коммуниканттың бір-біріне деген көзқарасы, олардың ішкі жай-күйінің жағдайы. Мысалы, көзін ары-бері жүгіртіп сөйлеу – коммуниканттың өзіне деген сенімсіздігін көрсетеді. Осы ретте зерттеуші лингвист Л.П. Буева: «Личный контакт обладает большой силой эмоционального воздействия, внушения, в нем непосредственно действует социально-психологический «механизм» заражения и подражения» деп тұшымды пікір айтады [1, 447].

Тарихи жағынан коммуникация туралы ілім ағартушылыққа қарай өрлейтін қоғамдық шарт доктринасына қарама-қарсы қалыптасты. Коммуникация теориясын жақтаушылар қатарында К. Ясперс, Б. Больнов, Э. Мунье

секілді теоретиктер қоғамдық шарт ұғымын контракт, мәміле деп атап көрсетеді, бұл мәмілеге қатынасушылар екі жаққа бірдей міндеттемелермен шектелген: олар бір-бірін осы міндеттемелерге сай, яғни абстрактілі, бейнесіз түрде ұғынады. Шарт дегеніміз – адамдардың іс жүзіндегі бытыраңқылығында жатқан байланыс. Ал коммуникация шартқа қарама-қарсы, саналы түрде орнатылатын өзара тәуелділік ретінде қарастырылады. "Контрактының орнына жанасым" (Ф. Кауфман). Коммуникация орнатудың құралы пікір-сайыс деп жария етті [2, 344].

Әлеуметтік коммуникация деп қоғамда әлеуметтік маңызды бағалармен нақты жағдайлар, коммуникативті салалармен қарым-қатынас нормалары бекітілген адамдардың коммуникативті іс-әрекеттерін айтамыз. Бүгінгі күні коммуникациялық принциптегі ең ұшқыр форматтағы интернет немесе жаһандық желі тек ақпаратты (мәліметті) жеткізу құралы ғана емес, сондайақ дүние әлеміндегі адамның бағыт-бағдарын айқындап отыратын маңызды құралдардың бірі болып саналады. Осыған сәйкес адам өмірінің қарқынды ырғағына үнемі сәйкес болып отырады. Адам желі арқылы пайдалы ақпараттарды аша алады, өмірлік серігін, саяхатқа шығатын жолсерігін табады, ұтымды сатып алу, сату әрекеттері болады, жұмыс жасап пайда табады, әскери келіміс-шарт жасайды, әйгілі немесе танымал болады, қызығушылық мүдделері ортақ жандармен сұхбаттаса алады т.б. Адамның осылайша түрлі әлеуметтік желілер жүйесі арқылы ықпалдасуы, тікелей қатыстылығы әртүрлі білім мен ғылым саласындағы зерттеушілердің қызығушылығын тудырып жатады.

Компютерлік желілердің ақпарат алмасуға арналған бүкіләлемдік қауымдастығы, бірбірімен телекомуникация арналары (телефон, радио, жасанды жер серігі көмегімен байланыс) арқылы мәлімет алмасатын әртүрлі аймақтағы компьютерлік желілердің біріктірілген торабы интернет деп аталады.

Қазіргі біздің контексіміздегі «ғаламдық» ұғымы теориялық және практикалық дәстүрімізде бұрынан бар интернационалдық, әлемдік және планетарлық бұқаралық коммуникация құралдары деген түсінікті ығыстырып

шығарды. Коммуникация тарихы – бұл жаңа техникалық байланыс құралдарының, оның ішінде спутниктік байланыс құралдарының, ақпаратты жолдау арналарының, ғаламдық ақпараттық желілерінің, трансұлттық мультимедиалық құрылымдарының даму тарихы.

Осы кезеңге дейін белгілі бір дәрежеде шектеулі ақпараттық шеңберде өмір сүріп, өзгелерден саяси, тілдік, мәдени, идеологиялық, әлеуметтік әрі психологиялық тұрғыдан да, техникалық-коммуникациялық және басқа да тұсаулармен тұйықталған ұлттар мен халықтар жаңа дәуірдің жаңа ғылыми жетістіктерімен танысып, сана көкжиегін кеңейте бастады. Адамзат тарихында тұңғыш рет тек бір аймақтық шеңберде ғана емес, жалпы планетарлық коммуникативті-қызмет жүйелері қалыптастырудың мүмкіндігі пайда болды. Прогресс пен технология арқасында адамзаттың таным көк-жиегі кеңейе түсті. Жаһандық бұқаралық ақпарат құралдарының пайда болуы қазіргі мәдениет сипатын ғана емес, сонымен қабат реалдылық сипатын да анықтап берді, тіпті реалдылықтың орнын виртуалдылық басып ала бастады.

Ғаламдық коммуникациялық кеңістік әлемдегі философияның, әлеуметтанудың, психологияның мәдениеттанудың, журналистиканың және техникалық ғылымдардың өрістеуімен, ілгерілеуімен тығыз байланысты. Жаңа коммуникациялық жүйелердің пәрменді ықпалы нәтижесінде «реалды виртуалдылық» мәдениеті дүниеге келді. Виртуалды әлем билігі адамзат санасының типін, рухани әлемін, құндылықтар мен әлеуметтік қарым-қатынас жүйелерін өзгерте бастады. Виртуалды дизайн адамның психофизиологиялық жүйесін қайта құруға ден қойып, ақпаратты бивербалды сипатта алуға дағдыландыруда, ой-санасы мен коммуникациясын логикалық конструкцияға емес, энергетикалық кванттарға, визуалды образ-бейнелерге бейімдеуде. Сайып келгенде, ақпарат көлемінің, оның таралу жылдамдығының күрт арта түсуі адамның социумға, басқару құрылымдарына қарайлата бастайды.

Коммуникацияның гуманитарлық-әлеуметтік саласы қоғамдағы адамдар коммуникациясын өз зерттеу нысанына

алып қарастырады. Оның объектісі – әлеуметтік коммуникация. Коммуникология – бүкіл коммуникация тармақтарын жинақтайтын ғылыми жүйе. Ол – қоғамдағы, табиғаттағы және техникалық жүйелердегі жалпылық мәні бар коммуникациялар жөніндегі интегративті ғылым. Коммуникология өз бойына әлеуметтік-гуманитарлық, жаратылыстық-ғылыми және техникалық білім кешенін жинақтайды. Сонымен қатар коммуникологияға әлеуметтік коммуникация теориясы, био және зоокоммуникациялар теориясы, сонымен қабат техникалық ғылымдар коммуникациясының теориясы кіреді.

Біздің қоғамдағы қатынастар әлеуметтік коммуникация деп ұғынуымыз керек. Коммуникация – бұл жанды және жансыз табиғат жүйесі арасында ақпарат алмасу барысындағы байланыс. Адам санасы қамтитын жаратылыс, табиғат әлемі. Қазіргі журналистиканы, масс-медиа құбылысын ақпараттық қоғам, ноосфера және ноосфералық өркениет, ақпараттық кеңістік және киберкеңістік, ақпараттық орта, виртуалдық реалдылық контексінде қарастыру керек. Адам санасы қамтитын жаратылыс, табиғат әлемі және бар. Ғаламтор осы бұқаралық аудиторияны өзіне қаратуы жағынан еш ақпарат құралын алдына салар емес. Мұндай жылдамдық бұқаралық коммуникация және ақпарат құралдары тарихында әзірге болып көрген емес.

Бүгінгі таңдағы үлкен мәслелердің бірі осы кабельдік-спутниктік телевизияға, видео және компьютерлік тораптарға жай ғана эфирлік хабарлардың ауқымы кеңеюі ретінде ғана бағаламай, оның тереңіне бойлау керек екендігін түсініп, жете зерттеу жайы болып отыр. Осы аталғандардың енді өзіндік бет-ажары айқындалған бұқаралық коммуникация құралдарына айналғанын ұғынсақ та, олар осы күнге дейін зерттеуші теоретиктер еңбектерінде лайықты деңгейде зерттелмей отырғаны ақиқат. Әрине, оған біршама уақыт күшінің талап етілетінін де қаперде ұстауымыз керек. Зерттеушілер осы күнге дейін медианың хабар таратушы және басылым форматындағы дәстүрлі түрлерін зерттеуді місе тұтуда. Олар, әлбетте, тиісті теориялар мен модельдердің тұрпатына жараса кетеді. Егер жаңа реалдылықтан біз осылайша сырт айнала беретін болсақ, біз

қазіргі бұқаралық коммуникация теориясының құнды бір бөлігінен көз жазып қалуымыз да әбден мүмкін.

Өнер, әдебиет және ғылымның ұшан-теңіз әлеуеті тек кітапханалар мен мұражайларда ғана сақталмайды. Медицина мен әлеуметтік сервис интерактивті режимде жүзеге асырылады. Осының бәрі электронды магистраль арқылы жедел іске қосылады. Шағын фирмалардың өзі электронды тәсілмен әлемнің түкпір-түкпірінен тапсырыс ала алады. Әрбір тұтынушының өз үйінде отырып банкпен, дүкенмен қарым-қатынас жасауға толық мүмкіндігі бар. Мемлекеттік мәні бар ақпаратты тікелей немесе жергілікті кітапхана желісі арқылы ала алады. Мемлекет мекемесіндегі қызметкерлермен байланыса алады. Сонымен қатар мемлекеттік, іскерлік құрылымдармен электронды әдіспен ақпарат алмаса алады. Қағаз-бастылық, бюрократизм, шенеуніктер тегеуіріні азаяды.

Коммуникология терминін қазақ тіліне тікелей аударатын болсақ, қатынас туралы ғылым, коммуникация тану болып шығады. Техникалық қатынас болған жерде өркениет ілгері басады, қоғам құрылымы кемелденеді. Осыдан келіп коммуникация құралдарының әрі технологиялық-өркениеттік, әрі мәдени-тілдесу функциялары өріліп шығады. Коммуникация арқылы біз әлемді танимыз, әлем бізді таниды. Яғни екі жақты танымдық процесс жүріп отырады. Белгілі бір дәрежеде түсінсу, ұғысу процесі дамиды. Оның бәрі қазір тікелей тілдесу, көзбе-көз сөйлесу арқылы емес, дистанциялық информация алмасу түріне аударылып барады. Ақпарат алмасу тек сананы ғана өсіріп қоймайды, сұрыптау, іріктеу механизмерін іске қосады (бұл да – қорғанудың, сақтанудың бір парасы). Оның үстіне мемлекеттердің экономикалық, саяси, ғылыми-технологиялық, ақпараттық әлеуеті бір іс-шараға жұмыла бастайды.

Әлеуметтік коммуникация эволюциясы дегеніміз – ол әртүрлі ақпарат пішіндерін өндіру мен таратудың пайда болуы мен бірте-бірте дамуының тарихы. Петроглифтен әліпбилік жазуға, кептер тасымалдайтын пошта, қоңырау дабысынан телеграф пен мобильді байланысқа дейін. Бұл реципинеттің (лат. recipens – алушы, қабылдаушы) өзінің

өзгеріске ұшырауы, адамдардың ақпаратты қажет етуі; бұл коммуникациялық институттар ажарының әрленуі – кітапханадан, газет пен баспалардан бастап жарнама агенттіктері мен паблик рилейшнз институттарына шейін. Саналы жандар арасындағы коммуникацияның жетілуі – бұл, әлбетте, бір жағынан пікір алысу – кітап оқу, оңаша шүйіркелесуден өрбіген электронды пошта интерактивтілігі.

Әлеуметтік коммуникация типологиясында оның түрлері әртүрлі қоғамдық сала бойынша және кәсіби қызметке қарай, сонымен қатар экономика, саясат, әлеуметтік сала ерекшеліктерін еске ала жіктеледі. Мәселен, өндіріс, сауда-саттық, финанс-қаржы қызметімен байланысты бизнес-коммуникация түсім алуды, табыс табуды көздейді. Саяси коммуникациялар саяси билікке ұмтылу үдерісімен тығыз сабақтасып жатыр. Коммуникацияның әлеуметтік салалары адамның күнделікті тұрмыс-тіршілігімен қабысып жатады. Ғылымдағы коммуникация, ұжымдардағы немесе ұйымдастырушы коммуникация. Ал жалпы осы ретте әлеуметтік коммуникацияның адам санасының, оның психологиялық жағынын жетілуінде, ой-санасының өсуінде, қоғамдық қатынастарды реттеуде бүгінгі күнгі әлеуметтік қоғамда маңызды рөл атқаратынын есте ұстауымыз керек.

Әдебиеттер

1. Буева Л.П. Общение. Философский энциклопедический словарь/Под.ред. Л.Ф. Ильичева, П.Н. Федосеева, С.М. Ковалева, В.Г. Панова. – М., 1983. – С. 447.

2. Биекенов К., Садырова М. Әлеуметтанудың түсіндірме сөздігі. – Алматы, 2007. — 344 б.

БАҚ-ның психологиялық пәрменділігі

1 БАҚ-тың қоғамдық пікірге әсері

2 Сөзбен сендіру және өзін-өзі нандыру

3 Адресанттың (журналисттің) ақпаратты жеткізудегі психологиялық аспектісі

Санада сендіру. Қоғамдық санадағы стеротиптер. Әлеуметтік және саяси типтер.Имидж; Образдылық жағынан және түр жағынан бейнелеу.Нақты психологиялық зерттеудің бағдарламасы мен жүргізілуі,түрлері,кезеңдері.Нақты зерттеудің социология мен журналистикадағы әдістемелік негізі. Құжаттарды талдау, бақылау, сұрақ, эксперимент-нақты психологиялық зерттеудің негізгі әдістері.

БАҚ «инфо-ноо» аясындағы көрініске айналды деген сөз жиі естілетін болды. Ақпараттық қатынас жүйесінің жаһандануы бүкіләлем халықтары мәдениетінің өзара ықпал етуіне, байытылып дамуына, ақпаратты дүниенің қай бұрышына да жедел жеткізуге лайықталған ашық қоғамның қалыптасуына қолайлы жағдай тудырып отыр. Сонымен қатар елдер мен халықтардың мәдениетін, салт-дәстүрін, өзіндік ерекшеліктерін жоғалтуына, санасын бір қалыпқа салып теңестіруіне ықпал етуі де ғажап емес.

Бұқаралық ақпарат қарым-қатынасының тарихи дамуы қайшылыққа толы, күрделі болса да қазіргі өркениет үшін оның алар орны, маңыздылығы ерекше екендігі дау тудырмаса керек. Журналистика адамзат тағдырына маңызды ықпал жасаумен қатар оның ақпаратының жаһандық кеңістігі қалыптасып келеді.

Ақпараттық қарым-қатынастың жаһандық жүйесі пайда болып, іс қимылының қарқын алуы адам қолымен жасалған жаһандық аумақтың белгілі бөлігі дербестеніп «ноо сфера»-ны, оның ақпараттық аясын тудырып отыр. Бұл жайында ресейлік ғалым Е.А.Корниловтың «Ақпараттық ноо-сфера — адам баласының жасаған білімі, танымы секілді руханияттың, өркениеттік дамудың, жаңа технологияның жетістігі, қоғамдық мәдени дамудың нәтижесі әрі журналистика теориясының мен кейбір нақты ғылыми зерттеудің кешенді нысандарының бірі болуға тиіс» — деп ерекше атап көрсеткені бар.

Соңғы кездері БАҚ-тың іс-әрекеттеріне байланысты барлық проблемаларды заң жүзінде атқарушы биліктің құзыретінен алып, арнайы қоғамдық ұйымға беру туралы ұсыныстар айтылуда. Бұл әлемдік озық тәжірибеде кездеспейтін және еліміздің ішкі тұрақтылығына нұқсан тигізуі мүмкін жаңалық. Атқарушы биліктің міндеті қабылданған заңдар шеңберінде мемлекет жұмыстарын орындау, заңды

және жеке тұлғалардың арақатынасын реттеу, тиісті инфрақұрылымды дайындау болып табылады. БАҚ-ты атқарушы биліктің қарамағынан шығарып, «қоғамдық» ұйымға бағындыру практикада мүмкін емес. Ал, Қазақстан сияқты күрделі трансформациялық процестер қарқынды жүріп жатқан алуан этникалық топтар уә мәдениеттерді, тілдер уә діндерді қамтитын, әлемдік деңгейдегі қақтығыс аймақтарының кіндігінде орналасқан мемлекетте бұл қадамның қауіпті нәтижелер беруі әбден мүмкін. Осындай ахуалда БАҚ-тың қоғамдық пікірге әсерін ескеруге міндеттіміз.

Сөзбен сендіру және өзін-өзі нандыру

Қызыл тілімен даңқы жайылған ежелгі грек софисі Георгий былай деген екен: “Сөз деген – ұлы әмірші, қол-аяғы, денесі болмаса да ол аса ғажайып іс атқара алады. Өйткені сөз үрейді де басады, қайғыны да тарқатады, қуанышқа батырып, аяныш сезімін оятады… Айтылған сөздердің бірі – қайғыға шомдырады, екіншісі – қуанышқа бөлейді, үшіншісі – қорқытады, төртіншісі – өзіңді мадақтап, мақұлдайды, ал қайсыбіреулері жаныңды уландырып, сиқырлап алады, сөйтіп, оны басқа жолға да бұрып жібереді”.

Адамға сөзбен әсер етуді «сендіру, көндіру» деп атайды. Нерв жүйесі әлсіреген, әсерге соншама беріле кететін адамдар біреудің сендіру, иландыру сияқты әрекетін ерекше тез қабыл алады. Мұндай кісіні, мәселен, бірдеңеден қорқыту онша қиындыққа түспейді. Не болмаса оның көңілін көтеру, мүлде жадыратып жіберу де оңай болады. В.М.Бехтеревтің бейнелеп айтуы бойынша, иландыру (көзін жеткізуден өзгеше) адам санасына “есіктен емес, тесіктен кіріп алады”.

Сол сияқты, өзін-өзі иландыру, нандыру организмге бұдан әлдеқайда күшті, тіпті мейлінше әсерлі ықпал жасай алады. Оның әсерімен белгілі бір адамдардың ауруға шалдығуы немесе дертінен айығуы – әбден мүмкін нәрсе. Сонда ол қалай болады дейсіздер ғой? Жүйкесі тозып жүрген, әр нәрседен күдік ала беретін адам сәл ғана дімкәстанды делік. Бірақ ол аса елеулі науқас жайында ойлана бастайды. Мәселен, оның жоғары тыныс мүшелеріне суық тиіп, тамағы ептеп қарлығыңқырады делік, ал өзіне дауысы мүлде шықпай қалған сияқты болып көрінеді. Бұл ой күдікшіл адамның соңынан қалмайды, біраздан кейін ол өзін-өзі “үнсіз

қалмасам жарар еді” деп иландыра бастайды. Ақыры келіп ол дауысынан айырылады да!

Өлім жазасына кесілген бір қылмыскер жайындағы мынандай әңгіме бар. Оның көзі орамалмен байланып, “күре тамырың кесілді, енді қансырап өлесің” деп сендірілген екен. Бірнеше минуттан кейін ол, шынында да, өліп кетіпті. Бірақ оның күре тамырын кескен ешкім болмаған, денесіне тек сыздықтатып жылы су құйылып тұрған.

Бір дәрігер адамның өзін-өзі сендіруіне байланысты мына бір таңғаларлық жағдайды баяндайды. Ол жүрек аурулары жайында лекция оқып тұрып, өз жүрегінің соғуына құлақ салады. Сонда лектор жүрегінің бірқалыпты соғып тұрмағанын сезгендей болады. Дәрігер жүрегінде ауру барын қатты ойланып, сол жайында қам жей бастайды. Оның бұл қорқынышы организмге жетпей қоймайды, шынында да, дәрігердің жүрегі ауруға шалдығады.

Белгілі совет актері И.Н.Певцов тұтықпасы бар кісі екен, бірақ сахнаға шыға келгенде оның бұл кемістігі еш уақытта білінген емес. Қалай дейсіздер ғой? Актер “сахнада тұрған және онда әртүрлі қимыл көрсетіп жүрген мен емеспін, басқа адам – пьесаның кей3кері, оның тұтықпасы жоқ” деп өзін-өзі кәміл сендіріп қойған. Бұл оған қашанда әсер ететін болған. Париждің туберкулезге шалдыққан сырқаттар жататын емханаларының бірінде дәрігер Матье мынандай тәжірибе жасайды. Ол өзі емдеп жүрген ауруларға: “Германиядан жақында жаңа дәрі алдыратын болдым, ол туберкулезді заматта-ақ жұлып алады екен» деп жариялайды. Ол кезде бұл ауруға қарсы ешқандай дәрі әлі табылмаған болатын.

Дәрігердің сөзі науқастарға қатты әсер етеді. Мұны “дәрігердің ойдан шығарып алған қулығы” деп ешкім, әрине, ойламайды. Дәргердің жұртты сендіруі науқас адамдарға шипа болады; ол «дәріні алдым» деп ауруларды емдей бастағанда солардың көбінің жағдайы күннен-күнге жақсара береді, ал қайсыбіреулері құлан-таза жазылып кетеді. Сонда дәрігер науқас адамдарды немен емдеген? Кәдімгі жай сумен! Міне, осындай мысалдар адамға қандай да бір жағдайды сөзбен сендіру болатындығын дәлелдейді. Ендеше, БАҚ-да ең негізгі қару – сөз, оны адресатқа психологиялық аспектіде қолданып, оны тиімді қолдана білгені жөн.

Адресанттың (журналисттің) ақпаратты жеткізудегі психологиялық аспектісі

Аудиторияның мәтінді барынша дұрыс түсінуі үшін адресант ақпаратты жеткізу барысында оқырман қауымның қажеттіліктерін, мүдделерін, білім деңгейін, әлеуметтік ұстанымдарын ескереді. Сөз субъектісі коммуникативтік ниетін жүзеге асыру үшін мәтін түзбес бұрын адресаттың а) тілдік біліміне, ә) дәстүрлі біліміне сүйенеді . Осыған байланысты мәтіннің психологиялық — прагматикалық сипаттамасын арнайы қарастыру қажеттілігі туындайды. Өйткені мәтіннің прагматикалық компоненті тілдік құралдардың жұмсалуына қатысты заңдылықтарды анықтауға мүмкіндік береді.

Газет мәтінінде адресанттың белгілі бір прагматикалық ұстанымы көрініс табады.

Зерттеушілер оны 3 түрге жіктейді:

Ақпараттық ұстаным (мәліметті іріктеп ұсыну); Фатикалық ұстаным (материалды оқырман назарын аударту үшін пайдалану); Манипулятивтік ұстаным (мәтінде баяндалатын оқиғаларға қатысты оқырман көзқарасын қалыптастыруды мақсат ету) [7,21].

Мәтінде прагматикалық ұстаным бірнеше саты арқылы жүзеге асырылады.

Болмыстағы оқиғалар БАҚ арқылы реципиент санасында белгілі бір бейнеде көрініс табады. Осы бейненің қалыптасу жолдарын былайша көрсетуге болады:

Мәтін ақиқат болмыстағы қандай да бір оқиғаға, фактіге негізделеді; ол фактілерге қатысты материал іріктеледі; адресант ақпаратты іріктейді және оған өз субъективті бағасын береді; ақпараттың мәтін түрінде ұсынылуы үшін белгілі бір тілдік құралдар таңдалып, модельге түсіріледі, сөйтіп мәтін түзіледі;

5. Дайын мәтін реципиентке ұсынылады.

Газет мақаласына арқау болған ақпарат бастапқы, пайда болған сәтінен оқырманға ұсынылғанға дейін осындай басқыштардан өтеді. Мұнда негізгі күш те, жауапкершілік те адресантқа (журналистке) түседі.

Яғни публицистикалық мәтінге баға бергенде біріншіден, журналист шешімін табуды мақсат еткен нақты проблемалар

мен мақала жарияланғаннан кейін қол жеткізілуі тиіс нәтижелер ескерілуі тиіс; екіншіден, мәтінде көрініс тапқан идеологиялық ұстанымдар мен этикалық нормалардың рөлі дұрыс түсінілуі қажет; үшіншіден, материал аудиторияға тән мәдени дәстүрмен байланыста алынуы керек.

Қазіргі қазақ баспасөзінде жарияланған оқырмандар хаттарына, әртүрлі сауалнамалар нәтижелеріне шолу жасай отырып және жеке тәжірибе нәтижесіне сүйене отырып, бүгінгі қазақ оқырманын шартты түрде мынадай топтарға бөлуге болады деп ойлаймыз:

1. Ымырашыл топқа жататын оқырман мәтін авторының ой-пікірімен келісе отырып, ондағы ақпаратты немесе ұсыныстықабылдауға дайын екендігін білдіреді, сөйтіп, мақалаға арқау болған проблемаға қатысты өзіндік ой-пікірін де ұсынады.
2. Шартты түрде даукестер деп аталатын топқа адресантпен қайткен күнде де келіспеуді мақсат ететін, мақала авторының әрбір сөзінің астарына үңіліп, оны жағымсыз мәнде интерпретациялауға ұмтылатын оқырмандар жатқызылды;
3. Бейтарап оқырмандар тобын газетті уақыт өткізу үшін парақтайтын, ондағы материалдарға көз жүгіртіп шыққанымен, ден қоймайтын, оны талдап-саралап жатпайтын пассив адресат құрайды;
4. Төртінші топқа жеке бас мүддесін бәрінен жоғары қоятын, өзінің немесе отбасының әлеуметтік жағдайына тікелей қатысы бар проблема жайында сөз қозғалған мақалаға ғана көңіл бөлетін, өз шеңберінде ғана қалуды жөн көретін шектеулі оқырмандар жатқызылды.

Ұсынылатын әдебиеттер:

1. Аитов Н.А. Основы социологии. Алматы.,1990.
2. Буданцев Ю.Г. Социология массовой коммунации. М.,1995.
3. Габдуллина К.Г. Социология и социальная жизнь. Алматы., 1996.
4. Баркер А. Как еще лучше… управлять людми. М.,2002

Шығармашылық ойлаудың дамуына ықпал ететін ақпараттық оқыту технологиялардың мүмкіндіктері

Л.С.Выготский педагогиканың негізгі міндетін тұжырымдады, ол: «Біздің әрбір ойлау, әрбір қимылымыз жаңа шынайылықты құруға ұмтылу болып табылады», -деп атап өтті. Шығармашылық тұлғаны тәрбиелеу –мектепке дейінгі білімнен жоғары білім жүйесіне дейінгі қойылатын негізгі талап болып табылады. Бұл жерде жоғары білім жүйесінің рөлі жоғары, себебі осы кезеңде тұлға алдағы жіберген қателіктерін жоя алады.

Шығармашылық қаблеттер.Шығармашылық түрлері өз табиғатына сай әртүрлі – олар көркемсуретті, ғылыми, техникалық, педагогикалық шығармашылық болып бөлінеді. «Әлеуметтік қатынастаршығармашылығы», яғни «шығармашылық қаблетті тез және іскер әлеуметтік бағыт» анықтайтын Л.С.Выгодскийдің көзқарасы бойынша комуникативті және адаптивті шығармашылықты бөліп алуға болады.

Егер танымдық, когнитивтікіс-әрекет саласына тоқталатын болсақ, онда қазіргі жантану жалпы интеллектуалдық қаблеттер контексінде шығармашылық қаблетті немесе креактивтілікті анықтайды.

Креактивтілік әр-түрлі көрінуі мүмкін: тұтастұлғалық деңгейде(ғылыми, көркемсуреттік, педагогикалық шығармашылық) және танымдық іс-әрекеттің жекелеген құрауыштары ретінде, яғни шығармашылық тұрғыда берілген тапсырмаларды орындау немесежобаларға қатысу. дегенмен, қаблеттіліктің көрінуі тұлғаның әлеуметтік қоғаммен және басқалармен қарым-қатынас жүйесін құруда байқалады. Міне осыны ең маңызды деп қарауымыз керек, әрине соңғы нәтиженің маңыздылығын жоққа шығаруға болмайды. Сонымен, педагогикалық тұрғыда шығармашылықтың білім алушының танымдық шығармашылықтың іс-әрекет барысында «өмірді түрлендіруші» сапасын өзінің маңыздылығын түсінуі болып табылады, бұл жерде ол өзін жеке тұлға ретінде жүзеге асырады.

Танымдық іс-әрекет контекстіндегі креактивтіліктің маңызы неде? Бұл түсінікті талдауға болады. Мысалы, Дж. Гилффу креактивтілікті дивергентті ойлау деп анықтайды (латын divergennia –бөліну, түрлі бағыттағы ойлау типі), яғни қандай да бір мәселені шешуде дұрысшешімге сай дәрежедегі идеяларды ұсыну қабілетін сипаттайды. Е.Торренс проблемалар мен қарама-қайшылықтарды сезіну қабілетін атап көрсетеді, сонымен бірге жетіспейтін алғашқы деректерге салыстырмалы түрде берілетін болжамды тұжырымдайды. Креактивтілік өлшемісапасында танымдық шығармашылықтың іс-әрекеттің ерекшелігін

сипаттайтын қасиеттер тобы пайдаланылады. Дивергенттік ойлау сипаттамасы, олар:

· Жылдамдығы – қандай да бір мәсенлені шешудің көптеген жолдарын ұсыну қаблеті, бұл жерде олардың сапасы емес көлемі маңызды;

· Икемділік – әр-түрлі ойларды ұсыну мүмкіндігі, мысалы объектілермен, әдістердің байланысы;

· Ерекше – стандартты емес жаңа ойлардың туындауы, күнделіктіден басқа ерекше жауаптар табу;

· Нақтылау – шығармашылықты жетілдіруқаблеті, оны яқтауға ұмтылу.

Егер әр адамға қандай да шамада креактивтілік деген көзқараспен санасатын болсақ, яғни креактивтіліктің дамуына ортаның қысымы қарсылық білдіредідесек, онда ашық білім беру жүйесінің элементтерін былай тұжырымдауға болады, яғни білім алушылардың өздік жұмысын күшейту қажет. Міне, осының негізінде жоғары сынып оқушылары мен білімгерлердің креактивтілігін дамыту дегеніміз шығармашылықтың потенциялдық бұрынғы «қысымын» басуы болып табылады. Сонымен қатар сыртқы ортаның араласуы позитизті әсерін тигізе алады.

Креактивтіліктің дамуына бастапқыдан сыртқы ортаның ықпалы, «анықталмаған жоғары деңгейі және потенциалды көп нұсқалылығы және де креактивтілік іскерліктің үлгілері мен оның нәтижесінен» тұратынын ғалымдар дәлелдеген.

Еліктеумен байланысты сәтіне тоқталайық. Үлгілерге мән беру шығармашылық деңгейдің дамуына ықпал етудегі маңызды фактор болып табылады. Шығармашылық іскерліктегі еліктеудің ерекшеліктері репродуктивті мінездің шығармашылық еліктеу арқылы өзіндік шығармашылық ауысуына ықпал етумен сипатталады. Алайда бұл процесс мұғалімнің басқаруымен болуы керек, себебі еліктеуге таңдалған үлгі білім алушыларда қиындық тудыру мүмкін. Тәжірбиенің нәтижесінде, білім алушылардың о бастан-ақ жоғары крективтілікпен жақсы үлгілерді еліктеуге мақсат етіп алады.

В.В.Давыдов айтқанындай, «шығармашылық жұмыс тәрбиелеу мен оқытуда шығармашылық деңгейдің

тереңдігін түсінуге болмайды, себебі өмірдің басқа жағдайларында және басқа да білім беру мен тәрбиелеу жүйелерінде бұл потенциал өзгеруі мүмкін».

Шығармашылық қаблеттерді дамытуға ықпалын тигізуші формалар мен әдіс-тәсілдер. Адам өзін шығармашылықтұлға деп тану-шығармашылық актінің ең маңызды шарты (кез келген мамандық иесінің мақсаты – оны өз ісінің шебері деп атауы).

Бұл жағдайда өз ісінің нәтижесіне көңілі толмау мүмкін, тек ол жаңа істі жобалағанда емес, жасап болғансоң ғана білінуі керек. Нақты айтқанда өз ісінесену адамныңшығармашылық қаблетінің дамуына дұрысәсерін тигізеді (бұл жағдайда адамның басқа адамдардың алдында өз кереметтілігін көрсету жатпайды).

Креативтіліктің дамуы (төмендеуі және жоғарлауы) көптеген жағдайларға байланысты, мысалы оқу-тәрбиелеудің ұйымдастыру процесі де маңызды орын алады. Білім алушылардың шығармашылық қаблеттерін дамыту мақсаты етіп алған мұғалімдер, дивергетті ойлауға аса назар аударуы тиіс. Дұрыс ойлауға , тең шешім қабылдауға, жылдамдықты күшейтетін арнайы тапсырмаларды іріктеу арқылы, мұғалім шығармашылық ынтаны дамытуға мыналарды қолданса болады:

1) Жақсы атмосфера қалыптастыру. Мұғалім тарапынан ізгі ілтипаттар креативтіліктің дамуына ықпал етуші қоғамның қосылуы.

2) Жаңа объектілер қосу арқылы білім беруді жаңашаландыру.

3) Білім алушыларды қызықтыру. Оның сұрақ қоюына мүмкіндік беру. Ойының нақтылығына қарай оны мадақтап отыру.

4) Мәселені шешуде мұғалімнің өзі мысал келтіру керек. Креативтіліктің басқа үлгілерінің болуы. Шығармашылыққа еліктеуге, ұмтылуға жағдай жасау.

Білім беру ортасы. Креативтіліктің пайда болуы және оның дамуы үшін білім беру ортасының ықпалы бар. Креативтіліктің дамуының «локальді» деп аталатын әдістері, өте тиімді. Бірақ оларды қолдануда білім

алушылар тек жаңа әдіс-тәсілдерді ғана үйренеді. Бұл жағдайда креактивтілік сыртқы ортаның әсеріне жауап ретінде көрінеді. Срндықтан креактивтіліктің қалыптасуына арнайы орта қажет.

Потенцалды көп нұсқалық жаңашыл білім беру оқу орнының ең негізгі ортасы болып табылады.

Көп нұсқалық мына құрылымдық жоспарда іске асады: электронды кітапханалар, бір немесе екі кітап емес, көп мәліметтер беретін Интернет желісі. Аудармашы программалардың мүмкіндіктерінң көмегімен білім алушылар тіл мәселесінен қиналмайды.

Қазіргі заманғы электронды оқулықтар ақпаратты – мәтін, графика, дауыс, видео түрінде ьбере алады.

Креактивтілік іскерліктің үлгілері және оның нәтижесі оқу орнынның ақпараттық жабдықталуына және глобальды Интернет желісінің арқасында қол жетімді. Бұл электронды конференциялардың, вертуалды семинар мен форумдардың, электронды оқулықтардыңғ ғылыми орталықтардың Web-сайттарының материалдары.

Көп жағдайда бұл лаболаториялардың немесе ғылыми орталықтардың жұмыстарымен тек танысып қана қоймай, олардың нәтижесімен де танысуға болады. Оқу орындарының сайттарына ең үздік жасалған оқушылардың (студенттердің) жұмыстары да басылады.

Шығармашылық белсенділікті көтеру және дамыту жолдары. Жоғарыда аталған ақпараттық және комуникабельді технологиялардың шығрмашылық белсенділікті көтерудегі ұсынған пікірлерін қарастырайық.

1. ОАТ технологияларын қолдану қашықтықтан білім беруде мұғалім мен студенттердің қарым-қатынас жасауына ықпал етеді. Шығармашылық процесстің бейнесі, оның нәтижесі электронды конференцияда тыңдалып, электронды оқулықта басылу мүмкін және де білім беру мекемесінің Web-сайтына кірістірілуі мүмкін. Мысалы, университеттер мен қатар, көптеген мектеп, гимназияларда, лицейлерде қолмен толтырылатын тақырыптық журналдардың орнына электронды журналдар пайда болуда. Кез келген оқырман Интернет арқылы ол материалдармен таныса алады.

2. ОАТ білім беру ортасын әр түрлі бағдарламалармен қатар білімалушыларда креактивтіліктің дамуына ықпал етеді. Осындай бағдарламалар қатарына: модельдеуші бағдарламалар, іздестіру бағлдарламалары, интеллектуалды оқуту, эксперттік жүйелер жатады.

Қазіргі заманғы барлық электронды оқулықтарда шығармашылық ойлауды дамытуға көңіл бөлінген. Осы мақсатпен ол электронды оқулықта эвристикалық, шығармашылықты дамытуға мәні бар тапсырмаларды және бір келкі жауап беруге келмейтін сұрақтары бар.

Комуникационды технологиялар шығармашылық белсенділікті арттырудың жаңа тәсілдерін дамытуға үлесқосады. Білім алушылар сыныптағы пікір-таластарға қатысып қана қоймай, сонымен қатар виртуалды түрде ғылыми орталықтардың сайтына кіріп те қатыса алады. Біріккен шығармашылық жобаларға басқа оқу орындарының студенттері де қатысаалады.

3. Білімберу ортасының мазмұны білім алушылардың қызығушылығын арттырады және қосымша мүмкіндіктер береді. Қызығушылықты арттырудың бір түрі – бұл Интернет глобальды желісіболып табылады.

Интернет арқылы электронды оқулықтарға, 50 ғылыми орталықтардың және ақпараттық орталықтардың мәліметтер қорына, энциклопедияларға, сөздіктерге қол жеткізуге болады. Бұдан өзге интернет арқылы кішірек (таяз) тақырыптарға материалдар алуға болады. Студенттер Интернет арқылы өзінің жетекшісіне ғана емес басқа шетелдік ғалымдарға сұрақтарды электронды конференцияларда немесе чатта талдауға мүмкіндік алады.

Білім алушыларда ғылыми ізденіске деген қызығушылықты арттыру мақсатында виртуалды ғылыми лабораторияларды, компьютерлік эксперименттерді жүргізген тиімді.

4. Ғылыми орталықтардың сайттарында мұғалімдердің Web-беттерінің құрылуы студенттердің өз шығармашылық шебер ханаларының «есігін» ашуға ықпалын тигізеді. Бұндай сайттарда оқу материалдарын көрсеріп қана шектелмей, және де «мұғалімнен озып шыққан студенттердің» жобаларын, мақалаларын да көрсетуге

болады. Әлемдік ақпараттандырудың шығуы креактивтіліктің көптеген үлгілерін көрсетуге мүмкіндік береді:

- ғылыми-зерттеу орталықтардың және жеке ғылми-зерттеу институттарының сайттарында;
- конференциялар мен электронды ғылыми журналдардың материалдарында;
- шығармашылық жобалар мен дистанционды олимпиадалардың нәтижелерінде;
- бүкіл әлем қатысушыларының, студенттердің, мұғалімдердің персоналды Web-беттерінде.

Дивергентті ойлау сапасын қалыптастыру. ОАТ креактивтілікті дамытуға ықпал етуші арнайы білім беруші ортаны қалыптастырып қана қоймай, сонымен қатар ОАТ дивергентті ойлау қабілетінің сапасының дамуына ықпал етеді.

ОАТ бағдарламасының қандай түрлері ойлаудың нақтылығын, жылдамдығын, икемділігін нақты анықтайтынын қарастырайық.

Жылдамдық. Әр-түрлі көп ойларды, кез келген мәселені ОАТ арқылы тез шешу. Бұл қасиеттің қалыптсуы үшін міндетті түрде көптеген бағдарламалар әсер етеді: уақытпен іскерлік ойындарды өткізу үшін оқытушы және жаттықтырушы бағдарламалар.

Әрине, дивергентті ойлаудың жылдамдығы артады деп, бұл бағдарламалар сызықты емес алгоритімде құрылған болса және әр қайталаған кезде түрліше жаңа жағдайлар тудырса ғана айтуға болады. Ойлаудың жылдамдығын арттыруға мидың штурмасы әсерін тигізеді.ол қысқа уақытта көптеген ойларды тудырады. Коммуникациялық технологиялар бұл тәсілді қашықтықтан білім алушыларға да қолдануға мүмкіндік енеді. Ақпаратты іздеу жүйелерімен және гипертекістік жүйелермен жұмыс жасау ойлаудың жылдамдығын арттыруға жанама әсерін тигізеді.

Икемділік. Көптеген оқытушы және моделдеуші бағдарламалар конструктор принципінде құрастырылған. Бұл жерде студент берілген элементтерден – техникалық, экономикалық, саясаттық, физикалық, химиялық және т.б. процесс модельдерін құру арқылы ойлау икемділігін

арттыра алады. Кез келген компьютермен жұмыс барысында ойлау икемділігінің дамуы барлық инструменттер мен принциптер алдын ала өте мұқият анықталған. Сондықтан шығармашылық ойлаудың дамуы студентке сұрақ қалай қойылғанына тікелей байланысты. А.В.Хуторской анықтағандай, ашық тапсырмалар (открытые задания) құрылымы және олардың шешімін немесе бөлек элементтердің тек құрылымын сипаттайды. Мұндай тапсырмаларды бағдарламалық құралдармен үйлестіре қолдану бәсекелестік сәтін (соревнавательный) тудырады: қол жетімсіз жерде неғұрлым қызықты нәтиже алу сияқты. Ашық тапсырмалар принципінің тағы бір маңыздысы оның негізінде компьютермен жұмыс жасау қызығушылығын арттырады. Білім алушыларға жеңіл тапсырмалардан бастап, ғылыми зерттеушілік жобаларға дейін берілуі мүмкін:

- жарнамалық буклеттерді логатиптерді безендіруде алдын ала анықталған элементтерді пайдаланатын – мәтіндік және графикалық редакторлар;
- электронды кестелер – диограмманы дұрыс таңдау;
- деректер қорын басқару жүйелері
- статистикалық анализдер пакеті.

Жаңа медиа дәуіріндегі коммуникация және оның аудиторияға әсер ету тиімділігі

Егер ерте заманнан бүгінгі күнге дейін коммуникация жүйесінің эволюциясын елестетсек, онда бірінші тіркелген коммуникациялық модель ретінде Аристотель ұсынған қарапайым модель саналады: S – > M – > R. Мұнда S (sourse) – ақпарат көзі, M (message) – хабарлама, R (receiver) – алушы.

Бұқаралық коммуникация құралдарының пайда болуы мен дамуы бұқаралық коммуникация жүйесін құруға және жетілдіруге алып келді. Бұл жүйедегі ақпарат көзі мен оларды

қолданушылар физикалық тұрғыда хабар тарату көздеріне байланысты.

Коммуникация – бұл өзара үйлесімге қол жеткізу үшін әртүрлі ұстанымдағы адамдар арасындағы фактілермен немесе идеялармен алмасуға қатысты процесс. Коммуникациялық процесс күрделі болғандықтан байланыстың қай жерде немесе кіммен басталатынын және аяқталатынын анықтау күрделі мәселе. Коммуникациялық процесс –қабылдаушының (аудиторияның) жіберушінің болжамды хабарламасын түсінуі мақсатында екі немесе одан да көп адамдар арасындағы маңызды ақпарат алмасу [1].

Коммуникацияның модельдері коммуникация процесінің қалай жұмыс істейтінін көруге мүмкіндік беретін пайдалы схеманы ұсынғанымен, коммуникацияның қандай түрде және қалай қабылданатынын дөп басып көрсете алмайды. Демек, коммуникация аудиторияға бағытталуы тиіс. Аудитория жоқ болса коммуникация да жоқ. Осылайша, аудитория коммуникация нысанына және арнаға немесе коммуникация құралдарына байланысты өзгереді. Жаңа медиа дәуірінде аудитория бұқаралық коммуникация құралдарының жаңа бағытта дамуына куә болды. Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар біздің дәуірде үлкен төңкеріс жасады.

Бір түймешікті басу арқылы барлық нәрсені жасауға мүмкіндік туды. Барлық салаларда өзеріс болды, жаңа технологияның пайда болуымен бұқаралық ақпарат құралдары жаңа форматқа көшті.БАҚ аудиториясы өзгерді. Аудиторияның медианы тұтыну динамикасымен қатар медиа-индустрияның өз аудиториясын дұрыс анықтау тәсілдері де өзгерді. Осы өзгерістердің негізгі себебі – жаңа технологиялар. Жаңа медиа-технологиялар аудиторияға медианы қашан, қайда және қалай тұтынуға таңдау берді, аудиториялар мен бұқаралық ақпарат құралдары аудиториясы арасындағы қатынастарды өзгертті.

Шын мәнінде, цифрлық дәуір ақпараттық технологияларды пайдаланудың көптеген мүмкіндіктерімен бірге келді. Ақпарат мәдениет, дәстүр және халықаралық шекара арқылы қолжетімді болуы мүмкін. Компьютерлердің пайда болуы ақпаратты басқаруда революция әкелгені мәлім. Ақпаратты компьютер арқылы басқару және оны

тарату үшін қолданылатын салалардың бірі – интернет. Интернет – ақпарат, деректер мен файлдар алмасуды жеңілдететін, бір-бірімен қосылған компьютерлік желілерден тұрады [2].

Бұқаралық ақпарат құралдары XX ғасырдың басынан бері біржақты, бір бағытта өзгерді. Жаңа бұқаралық ақпарат құралдарының арқасында мүмкін болған коммуникация процесіндегі өзгерістер аудиторияның ақпаратты қабылдау тәсілдеріне жаңа өлшем енгізді. "Жаңа медиа", шын мәнінде, цифрландыру арқасында мүмкін болған және коммуникациялық құрылғылар ретінде белгілі бір ортақ сипаттарға ие коммуникациялық технологиялардың бытыраңқы жиынтығын білдіреді.

"Жаңа бұқаралық ақпарат құралдары" термині 1960-шы жылдардан бастап қолданылады және қолданбалы коммуникациялық технологиялардың кең және алуан түрлі жиынтығын қамтиды. "Жаңа бұқаралық ақпарат құралдарының мазмұнын анықтауға байланысты қиындықтар да кездеседі. Олар үш элементті: технологиялық артефактілер мен құрылғылар, қызмет, тәжірибе сондай-ақ құрылғылардың айналасында қалыптасатын әлеуметтік құрылым мен ұйымдарды біріктіре отырып, оларды күрделі контексте анықтау [3].

Жоғарыда айтылғандай, "ескі бұқаралық ақпарат құралдарына" да бірдей анықтама беруге болады, бірақ артефактілер, пайдалану түрлері мен тетіктері әртүрлі. Жаңа медианың маңызды ерекшеліктеріне ақпарат таратушылар мен қабылдаушылардың ақпаратқақолжетімділігін және интерактивтілігін жатқызамыз.

Жаңа медиа дәуірде кешегі қағаз басылымдардың интернетке жаппай көшу үрдісі байқалады. Компьютерлік технологиялармен қатар басқа да жаңа инновациялық шешімдер бұқаралық коммуникацияның кейбір аспектілерін өзгертті [4]. Кабельдер мен жерсеріктік, радио жиіліктер арқылы ақпарат тарату құралдарының мүмкіндігі едәуір артты. Дербес бейнемагнитофонды, компакт-дискі мен CD-дискті, DVD және т.б. қоса алғанда, ақпаратты сақтау мен іздеуді құралдарыныңмүмкіндігі кеңейді.

Коммуникациялық революция, әдетте, бұқаралық ақпарат құралдарының аудиторияға белсенді әсер етуіне себепші болды. Коммуникацияның ескі құралдары бір бағытта, ал коммуникацияның жаңа нысандары, шын мәнінде, жан-жақты интерактивті. Барлық жаңа бұқаралық медиада берілетін ақпараттың мазмұны тұтынушы үшін қолжетімді. Ақпарат кең ауқымда таралады және аудиторияның орналасуы мен оған әсер ету деңгейі, хабарламаны қабылдауға, кері байланыстың қолжетімділігіне байланысты.

Жаңа бұқаралық ақпарат құралдары қоғамдағы процестердің дамуына ерекше әсер етті. Қарым-қатынастан мәдениетке дейінгі барлық мәселелер жаңа бұқаралық ақпарат құралдары арқылы іске асырылуда. Дегенмен, ғалымдар әлі де жаңа бұқаралық ақпарат құралдарының әлеуеті дамушы елдерде толық іске қосылмағанын мәлімдейді.

Дамыған әлемде азаматтар интернет, әлеуметтік медиа-платформаларды, жаңа бұқаралық ақпарат құралдарын пайдаланады, өз көзқарастарын медиа саласындағы адамдармен тең дәрежеде пайдалануға мүмкіндіктері бар.

Қазақстанда барлық күнделікті газеттер жаңа медиа-шлюздерге көшті. Олардың барлық күнделікті жарияланымдары енді интернетте қолжетімді.

Ақпараттық қоғамда хабарлардың оқу аудиториясына қалай жіберілетіні және қабылданатыны күрделі мәселе.

Осы хабарларға қол жеткізу мүмкіндігі, экспозиция деңгейі, оқырман аудиториясының орналасуы, олардың көлемі мен кері байланысы жаңа бұқаралық ақпарат құралдарының пайда болуымен айтарлықтай өзгерді. Бұл ақпараттардың тиімділігін анықтауда медиа-журналистиканың әсерін өзгермелі аудиторияларда анықтаудың маңызы өсті.

Сондықтан да, қазіргі қоғамдағы жаңа медианың медиа-аудиторияға әсер ету рөлі мен мәртебесі туралы сыни ойлай білуіміз керек. “Аудитория” сөзінің мағынасы күрделі және ол жаңа формалар түрінде елеулі тарихи өзгерістерге ұшырады. Жанама коммуникация баспа, телеграф және радиодан киноға, теледидар мен интернетке дейін эволюциялық даму

сатыларынан өтті. Біз теледидар көреміз, интернетті пайдаланамыз, гаджетті жиі қолданамыз немесе роман оқимыз. Бәріміз медиа аудиторияның мүшесі ретінде ақпаратқа тәуелдіміз. БАҚ аудиториясы бір ғана газеттің оқырманы сияқты шағын болуы мүмкін немесе бүкіл әлем бойынша миллиардтаған адамдардан құралады .

Аудиторияның өздері тұтынатын өнімдермен қарым-қатынасы күрделі. Продюсерлер өз өнімін ұсынғанымен, шын мәнінде әр аудитория өздерінің әлеуметтік және психологиялық жағдайына сәйкес адамның өмір сүру салтына байланысты әр түрлі өнімнен ләззат ала отырып қабылдайды.

Мультимедиа аудиториясы бір уақытта әртүрлі мультимедиа түрлерін пайдалана алады. Мысалы, iPod-та ән тыңдай отырып интернетте сөйлесіп, әр түрлі деңгейдегі қызметтерді қолдануға мүмкіндік бар.

Медиа-ортаның өзгеруі аудиторияның медианы қалай, қашан және қайда тұтынуына байланысты демек, медиа-индустрия өз аудиториясын қайта ойлауға мәжбүрлейді. Заманауи аудиторияның эволюциясы – бұл аудиторияның бұқаралық ақпарат құралдарын тұтынуын өзгертетін тек қана технологиялық өзгерістер емес.

Заманауи талдаушы Соня Ливингстон медиа-ортаны тұтынушыны “қатаң бақылауда” ұстайтын [5] орта түрінде сипаттайды. Бұл мәлімдемеде жойқын терминді пайдалану, бұл аудиторияның автономиясы фрагментация сияқты, ол үшін жойқын салдары болуы мүмкін деп болжайды, әсіресе аудитория нарығының дәстүрлі динамикасына қатысты. Жаңа медиа-ортаның кеңейтілген интерактивті мүмкіндіктері, сондай-ақ олар контент-провайдер мен аудитория арасындағы дәстүрлі шектерді қалай бөлуге болатынын болжайды [6]. Соня Ливингстон коммуникация аудиториясын зерттеуші ретінде, соңғы нәтиже аудиторияны” пассивті бақылаушыдан белсенді виртуалды әлемнің қатысушысына айналатынын дәлелдеген” [7]. Яғни, жаңа медиа-ортаның әр түрлі интерактивті компоненттері аудиторияның назарға алынбаған жасырын өлшемдерін көрсетеді, олардың көпшілігі елеулі экономикалық және стратегиялық құндылығы бар деп

бағаланады және бұрын жиналмаған ақпарат түрлерін жүйелеуді жеңілдетуі мүмкін.

Соңғы 25 жылда компьютерлер мен интернеттің пайда болуына байланысты медианың қарқынды өзгеруі байқалады. Алайда, бұл жаңа медианы сипаттамайды. Өйткені, біраз уақыттан кейін онлайн-басылымдар мен цифрлық теледидар дәстүрлі болып санала бастайды. Дәстүрлі медиа жаңа технологиялармен (мысалы, жарияланым алдында бейнелерді цифрлық өңдеу) дами бастайды.

Интернеттің рөлі жаңа медиа қалыптасуында маңызды. Ол бір уақытта ақпарат беру үшін мәтін мен бейнені, бейне мен дыбысты пайдалануға мүмкіндік береді. Қазақстанда соңғы жылдары әлемдік ақпараттық қоғамға ықпалдасудың маңызды алғышарттары жасалған. Біздің елімізде жаңа технологиялар белсенді түрде енгізіліп, ақпараттық инфрақұрылым дамуда. Бірте-бірте ақпарат дәуірінен туындайтын мәдениет қалыптасады.

Ақпарат адамға белгісіздік жағдайында өмірге және қоғамдағы тұрақты өзгерістерге бейімделуге, мінез-құлықтың жаңа стереотиптерін меңгеруге көмектесетін нақты әлеуметтік ресурсқа айналуда. Көптеген бағыттарда қоғам мен адам әлеуетін дамыту үшін ақпаратты қабылдау, қолдану мүмкіндіктерін кеңейтуге қатысты оңтайлы өзгерістер орын алады.

Қазір кез-келген адам, ең қарапайым технологиялық құралдардың көмегімен әртүрлі форматта өз медиа-басылымын жасай алады: мәтін немесе суреттер, аудио немесе бейне. Демек, жаңа медиа қоғамның коммуникация моделін және адамдардың бір-бірімен қарым-қатынас формаларын толығымен өзгертеді.

Интернетке қолжетімділік, адамның тәжірибесі мен жас мөлшері, білім деңгейі, ақпаратты қабылдау ерекшеліктері – бұл жаңа медиа дәуіріндегі коммуникацияның тиімділігін басқаратын эндогенді және экзогенді психоәлеуметтік элементтердің үйлесімі. Егер осы әлеуметтік және психографиялық элементтер арасында өзара әрекеттесу болмаса, жаңа бұқаралық ақпарат құралдары дәуірінде таралатын ақпараттың тиімділігі төмен болары анық.

Жаңа медиалық революция журналистік тәжірибеге оң әсер етеді, өйткені, коммуникатор коммуникацияның тиімділігі мен нәтижелілігін арттыру үшін аудиториямен өзара байланысқа түседі. Коммуникациялық аудиториялар олардың өлшемдері, орналасқан жері, қолжетімділігі мен әсер ету құрылымы, сондай-ақ коммуникацияны қабылдау мазмұны жаңа медиалық ортаға ауыстырылады.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Г. Лассуэлл «Структура и функции коммуникации в обществе» 1948
2. Nwajinka, C.O. (2004). Information and communication technology in Nigeria (ICT): the internet and allied perspectives,p 78
3. Lievrown, L.A. and Livingstone, S. (eds) (2006). The handbook of New media, 2nd edn. London: sage publishers
4. Carey, J.W. (2003). New media and tv viewing behaviour: NHK Broadcasting studies, 2: 45- 63.
5. New Media and Mass Communication https://pdfs.semanticscholar.org/fa76/76c04a2a226f43a3a7bb90542da465668c94.pdf
6. Cover, R. (2006). Audience inter/active: Interactive media, narrative control and reconceiving audience history
7. Svoen, B. (2007). Consumers, participants, and creators: Young people's diverse use of television and new media. ACM Computers in Entertainment p 33

БАҚ-тағы ақпараттық саясаттың маңызы

М.Б.Шындалиева
Филология ғылымдарының докторы, профессор
Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,
Астана қ, Қазақстан

Тәуелсіз Қазақстанның әлеуметтік-экономикалық дамуында, жалпы өмірімізде ерекше тарихи орны бар маңызды өзгерістер болуда. Жиырма жылдан астам уақытта асқан асуларымыз бен алған белестеріміз, шыққан

биіктеріміз, қол жеткен табыстарымыз, рухани жетістіктеріміз ұшан-теңіз. Әр азаматтың өзін-өзі жас ұрпақ алдында жақсы, ұнамды жағынан көрсете білуге ұмтылып, оны жақсылыққа, адамгершіліктің асыл қасиеттеріне баули білуге талпынуының болашағымызға сенімді болуға қосар үлесі мол.

Қазақстан Республикасының ақпараттық кеңістігінің бәсекеге қабілет-тілігі туралы тұжырымдамада: «... мемлекеттік органдар мен мемлекеттік БАҚ-тардың атынан мемлекеттің өзара тиімді іс-қимыл жасауына жағдай жасау, оның ішінде өзара ақпарат алмасу тетіктерін жолға қою, мемлекеттік билік пен басқару органдарының іс-қимылы туралы жедел және толық хабардар етуі тиіс» [1, 38-б], - делінген. Еліміздегі ақпараттық саясатты жүргізуді жүзеге асыратын ұлттық баспасөзімізде еңбек ететін журналистеріміз елімізде болып жатқан оқиғаларды жіті бақылап, жазып отырады.

Қазір бүкіл ел көлемінде Қазақстанның әлемнің дамыған 50 мемлекетінің қатарына кіруі мақсатында қам-қарекет жүріп жатыр. Осыған байланысты Президент Н.Ә.Назарбаев өзінің Жолдауында этносаралық қатынас мәдениетін жетілдіруге айрықша назар аударып: «Ұлтаралық және мәдениетаралық келісімді, біртұтас Қазақстан халқының ілгері дамуын қамтамасыз етеміз» [2, 8-б], - деп атап көрсетсе, ал «Жаңа әлемдегі Жаңа Қазақстан» деп аталатын жолдауында осы мәселеге қайта бір айналып соғып, «...халықтардың бірлігін нығайту және Қазақстан қоғамын жаңартудың саяси идеология мен ағымдағы «сұраныстан» биік тұратын негіз қалаушы құндылықтары бойынша арналы қоғамдық келісімді қолдау мен дамыта беру» [3] керектігін қадап айтты.

Елбасының осынау мақсаткерлік бағыты Қазақстан Республикасы Мәдениет және Ақпарат Министрлігі қабылдаған: «Қазақстан Республикасы ақпараттық кеңістігінің бәсекеге қабілеттілігін дамытудың 2006-2009 жылдарға арналған Тұжырымдамасымен өзектесетіні сөзсіз. Бұл ретте «...мемлекеттік органдар мен мемлекеттік БАҚ-тардың атынан мемлекеттің өзара тиімді іс-қимыл жасауына жағдай жасау, оның ішінде өзара ақпарат алмасу тетіктерін жолға қою, мемлекеттік билік пен басқару органдарының іс-қимылы туралы жедел және толық хабардар етуі, мемлекеттік БАҚ-

тардың қызметін стратегиялық жоспарлауды ұйымдастыру және қазіргі заманғы менеджментті енгізу» [4, 17-б] қажеттілігі міндеттеледі. Осы тұрғыдан келгенде елімізді мекендейтін 130-ға жуық ұлыстар мен этносаралық топтардың ынтымағын нығайту, жарасылымдылықты баянды ету мәселесінде БАҚ-на елеулі міндет жіктелетіні байқалады. Ортақ Отанымыз Тәуелсіз Қазақстанның өсіп-өркендеп, экономикасы қуатты, халқының ынтымағы жарасты болуы жолындағы ізденісте газеттер мен журналдардың атқарар міндеті ұшан-теңіз. Бүгінде «Қазақ газеттері» жауапкершілігі шектеулі серіктестігіне қарасты басылымдар 3 тілде: қазақ, орыс, ұйғыр тілінде ақпарат таратып отыр. «Ана тілі», «Қазақ әдебиеті», «Ұйғыр авази» газеттері мен «Ақиқат», «Жұлдыз», «Мысль», «Простор» журналдары еліміздегі этносаралық келісімнің мән-жайын жазып көрсетуде едәуір тәжірибе жинақтағаны сөзсіз. Бірақ атқарылар іс жеткен жетістіктен де ауқымды. Енді мәселеге нақты тоқталсақ. 2006 жылы 28 маусымда Қазақстан үкіметінің қаулысымен «Этносаралық және конфессия-аралық келісімінің қазақстандық моделін жетілдірудің 2006-2008 жылдарға арналған бағдарламасы» қабылданған. Онда БАҚ-да төзімділік ұғымын қалыптастыру жөнінде метериалдар жариялау республикамызда ұлтаралық және концессиялық келісімді насихаттайтын жарнамалық материалдар жасау, сондай-ақ қоғамдық орындарда орналастыруды қамтамасыз етуге орай қаржы бөлініп тұратындығы айтылған. Бұл мәселе жергілікті бюджеттен әкімдердің шешімімен жүзеге асырылуы тиіс. Және оған республика бойынша 241 млн. теңге жұмсалуы қажеттігі көрсетілген [5, 23-б]. Ойлап қарасаңыз, бұл едәуір қаражат. Егер оны тиімді етіп ұқсата білсе, бұдан жергілікті әкімшілік те, БАҚ-тарда ұтары сөзсіз. Жұмабек Кенжалин: «Тоқырау заманы» деп ат қойып, айдар тақкан кешегі кеңестік кезеңнің өзінде редакция өкілдері мен шаруашылықтардың, кәсіпорындардың арасындағы тығыз шығармашылық әріптестік байланысқа айрықша назар аударылатын. Мәселен, халықтар достығы, ұлттар ынтымағы, қоғамдық келісім дейтін мәселелер бойынша аймақтық, республикалық семинарлар, өндірістік лездемелер жиі өтетін» [5,21-б], - дейді. Сол лездемелер кезінде журналист мәселенің мәніне

көз жеткізіп, өзін ойландырған шаруаларға қанығатын. Көкейдегі сауалына жауап табатын. Әңгіменің ақ-қарасын ажыратып, содан кейін ғана қолға қалам алатын. Айталық «ұлттық азшылық басылымдарына» арнаулы беттер, нөмірлер шығарып тұру үшін қаржы бөлініп тұрса құба-құп шаруа болар еді.

Өткен жолдың ізгілікті, өрісті ісін іскерлікпен пайдалана білу де өнер. Сондықтан осындай бір мәселелерге жиі назар аударсақ. Сол ұйымдастыратын шараларға аз қаражат жұмсалады. Бұл-бір. Екіншіден, қазір республикамыздың ақпарат кеңістігінде қазақ-орыс тілдеріндегі шығатын газет-журналдардан басқа ұйғыр, кәріс, неміс, украин, т.б. тілдерінде де мерзімді басылымдар жарық көріп келеді. Мәселен «Ұйғыр авази», «Или вадиси», «Йени заман», «Хуш кәйпият», «Яш әвлад», «Сәньят», «Йени эвлат», «Яркент тәбәси», «Азие бугун» - ұйғыр тілінде, «Коре ильбо» - корей тілінде, «Украінські новини» - украин тілінде, «Дойтче Аль-гемайне» - неміс тілінде, «Дунганская газета» - дүнген тілінде, «Жийана курд» - курд тілінде, «Сайрам сабоси», «Баложон», «Жанубий Козогистон», «Комрон», «Мактабдош» - өзбек тілінде, «Зубр» - қаржыландырылып келе беларус тілінде, «Яшьлек» - татар тілінде ақпарат таратады. Бір мәселені ашық айтуымыз керек: бүкіл ТМД елдерінде өзге тілдегі басылымдарға дәл Қазақстандағыдай қолайлы жағдай жасалып жатқан жоқ. Осы аталған газет-журналдардың басым бөлігі мемлекеттік тапсырыс негізінде жатқаны ешкімге жасырын емес. Олай болса, ұлы Алаш елінің салт-санасын, әдет-ғұрпын, тарихын елемеу нағыз көзсіздік болар еді. Сондықтан, өздерінің ең басты міндеті Қазақстанды мекендеген ұлттар мен ұлыстардың ауызбіршілігін, ынтымағын жазып көрсетуге, өз оқырмандары арасында осы рухта тәрбие жүргізуге тиісті басылымдарға талап қай кездегіден де күшейтілуі тиіс. Осы басылымдардың беттерінде қазақтың тіліне, діліне, оның рухани құндылықтарына деген құрмет айқын аңғарылып тұруы қажет.

Жоғарыда аталған басылымдарда жүргізіліп отырған ақпараттық саясат жағдайына сараптама жасау, олардың бағыт-бағдарын белгілеу, нақты әдістемелік көмек көрсету кезек күттірмес міндеттердің бірі болуы тиіс. Бұл, әрине,

кешегі өзіміз өткен кеңестік идеологиясының қалабын аңсау емес, қайта демократиялық жаңару мен қарапайым ғана жүйелілікті, реттілікті өз деңгейіне көтере білсек деген ойдан туған пікір. «Елімізде БАҚ-ты кең тұрғыда тақырыптық саралау орын алып отыр. Қазіргі уақытта баспалық БАҚ-тың үлесі массмедианың жалпы санының 50 пайызын, қоғамдық-саяси - 16 пайызы, ғылыми - 9 пайызы, жарнамалық - 10,5 пайызды, балалар, жастар, әйелдер және діни басылымдар шамамен әрқайсысы 2 пайызын құрайды»[6, 25-б]. Қазақстан Республикасында екі жүзден астам электрондық БАҚ жұмыс істейді. Аса ірі жалпыұлттық электрондық БАҚ-тар Қазақстан Республикасы аумағының: "Хабар" телеарнасы - 95,70 пайызын, "Қазақстан" - 96,25 пайызын, "Ел арна" - 75,50 пайызын, "Еуразия - бір" - 78,60 пайызын, «Қазақ радиосы» - 86,99 пайызын қамтиды. Орталық Азия, Орта Шығыс, Еуропа және Солтүстік Африка елдерінің аумақтарында хабар тарататын "Caspionet" спутниктік арнасы жұмыс істейді. Елімізде кабельдік және эфирлі-кабельдік телевидение желілерінің сексеннен астам операторы іске қосылған, ол отандық және шетелдік электрондық БАҚ арқылы хабар тарату қызметін көрсетеді. Олардың ішінен ең ірісі "Алма-ТВ" (еліміздің 13 қаласына хабар таратады), "Қазақпараттелеком", "Секател" және "Қазорталық-ТД" (5 қала бойынша), "КВК" (4 қала) болып табылады. Қазақстанның ішкі ақпарат нарығында 2309 газет пен журналды, 83 телерадио бағдарламасын қоса алғанда, 2392 шетелдік бұқаралық ақпарат құралдары таратылады. Қазақстан Республикасында спутниктік телевидение және деректерді компьютермен беру жүйелер арқылы ақпарат өнімдерін қабылдауды бір мыңға дейінгі шетелдік телеарналармен, электрондық форматтағы баспалық БАҚ-тың шектеусіз саны арқылы қабылдауды жүзеге асыруға болады. Қазақстан Республикасында шетелдік бұқаралық ақпарат құралының 80-нен астам өкілі аккредиттелген. Шетелдік бұқаралық ақпарат құралдары атауларының жалпы санының 90 пайызға жуығы орыс тілінде, 5 пайызы - ағылшын тілінде, 5 пайызы әлемнің басқа тілдерінде таратылады. Қазақстан Республикасының аумағында таратылатын шетелдік БАҚ-тың аса ірі желілері "Қазпошта" акционерлік қоғамы (бұдан әрі - АҚ), "АиФ-

Қазақстан" жауапкершілігі шектеулі серіктестігі (бұдан әрі - ЖШС) біріккен кәсіпорны, "Еуразия-пресс" АҚ, "Алма-ТД" АҚ, "Секател" және "Қазорталық-ТД", "Кателко+" ЖШС болып табылады. Осы құрылымдар тарататын массмедианың жиынтық көлемі жалпы көлемнің 70 пайызын құрайды. Қазақстанда жалпыұлттық "эшелонға" көбіне басқаларға, бірінші кезекте жергілікті жердегілерге залал келтіре отырып, шектен тыс баса назар аударылады. Мұндай көзқарас жергілікті және өңірлік ақпарат нарығының және бұқаралық ақпарат құралдарының дамымауымен, сыртқы ақпарат нарығында жүйелі жұмыстың болмауымен ерекшеленеді.

Қазақстан Республикасында, қоғам үшін әлеуметтік маңызы бар және аса маңызды тақырыптарды жариялауға мемлекеттік тапсырыс жүйесінің жұмыс істеуін қоса алғанда, БАҚ-ты мемлекеттік қаржылық қолдаудың бірқатар тетіктері жасалған. Ұлттық (қазақстандық) ақпарат нарығын оның бүгінгі таңдағы болмысы жағынан бәсекелес емес деп айқындауға болады, өйткені онда нарықтық экономика қағидаттары таза және толық көлемде қолданыл-майды. Осыған байланысты ақпарат нарығында мынадай теріс сипаттағы құбылыстар байқалады: қазіргі заманғы ақпарат нарығының талаптарына сәйкес келетін кәсіби мамандардың жеткілікті санының - менеджерлердің, шығармашылық қызметкерлердің, журналистердің, талдаушылардың, тележүр-гізушілердің, стрингерлердің, технологтардың, заңгерлердің және басқалардың болмауы. Ақпарат нарығы субъектілерінің, бірінші кезекте БАҚ-тың техникалық жағынан нашар жабдықталуы, ол ақпарат өнімдерін өндіру мен тарату жөніндегі материалдық-техникалық базаның әлсіздігінен, ақпараттарды тарататын телекоммуникациялар мен арналарға, әсіресе өңірлерде, қолжетімділіктің шектеулі болуынан туындап отыр. Ақпарат нарығының субъектілері, бірінші кезекте БАҚ өте төмен табыстылықпен жұмыс істейді, көп жағдайларда мемлекетке немесе қаржы-өнеркәсіптік топтарға тікелей қаржылай тәуелділікте болады. Көбіне өз қызметінде олардың мүдделерін білдіреді. Нарықтың ақпарат сыйымдылығының, соның ішінде жарнаманың аздығы, халықтың бір бөлігінің төлем қабілетінің аса жоғары болмауы, ол жеке және заңды тұлғалардың ақпарат өнімдеріне аз

шығын жұмсауымен түсіндіріледі. Жергілікті, өңірлік және жалпыұлттық телекоммуникация инфра-құрылымының және ақпараттар беру мен тарату инфрақұрылымының дамымауы, соның ішінде ақпаратты беру мен таратудың монополиялы түріне жақын жай-күйіне байланысты туындап отыр. Қол жеткізген даму деңгейіне сәйкес ішкі ақпараттық нарықтың дамуының заңнамалық базасын дер кезінде жетілдіру мәселесі ерекше байқалуда. Бұл стратегиялық мәселелерді отандық медианарықты одан әрі ырықтандыру мен дамытуға жағдай жасай отырып, дәйекті түрде шешуі қажет.

Елімізде ақпараттық саясат және ақпараттық процестерді тиімді басқару мәселесі дамыған елу елдің қатарына кіру жөніндегі стратегиялық міндетке сәйкес ғылыми негізделген сарабдал көзқарасты талап етуде. Әлемдік тәжірибе негізінде талдап жасалынған Қазақстанның ақпараттық бәсекеге қабілеттілігі жөніндегі тұжырымдама – осы бағыттағы алғашқы қадамдардың бірі. «Қазақ-станның тәуелсіздік жылдарында тәуелсіз бұқаралық ақпарат құралдарының уәзипалық етуі үшін саяси, экономикалық және құқықтық жағдайлар жасалды. Мұның өзі – заңнамалық, сондай-ақ, низамдық кесімдермен қуатталатын нақтылы шындық. Бізде БАҚ-тың басым көпшілігі мемлекеттік емес. Мәселенің мәні мұнда да емес, ол баспасөз бен теледидардың цензура болмайтын, БАҚ жұмысының жеңілдікті тегершіктері жасалған жағдайдағы, олардың қызметінің заңдық тегершігі айқын анықталған жағдайдағы уәзипалық етуінің бекем тетігінде жатыр» [7, 24-б]. «Бұл – мемлекет пен қаламгерлер қауымдастығы бірлесе жеткен белес» [7,25-б] деуге негіз бар.

Мемлекет пен қаламгерлер қауымдастығын біріктіретін ортақ желі мемлекеттік идеология болуға тиіс. Бүгінгі таңда Ресейде саяси идеология бойынша зерттеулер жүйелі жүргізілуде. Біздің елімізде де осындай зерттеу жұмыстарының қажеттігі күн санап арта түсуде. Өйткені, «Қазақстан – 2030» стратегиясында ел идеологиясының теориялық – тұжырымдамалық негізі қаланғанымен, оны бағдарламалық – мақсаттық тұрғыда өрбіту насихаттық науқандар деңгейінде қалып отыр. Міндет ғылыми-практикалық ізденіс деректеріне сүйене отырып, стратегияның қағидаттары мен идеологемаларын нақты

ұрандар тіліне көшіру, орталық және жергілікті деңгейлерде басқару шешімдерін қабылдау, маркетингтік қамтамасыз ету шараларын ұсыну болып табылады.

Пайдаланған әдебиеттер тізімі

1. Қазақстан Республикасы ақпараттық кеңістігінің бәсекеге қабілеттілігін дамытудың 2006-2009 жылдарға арналған тұжырымдамасы. Қ.РПрезидентінің 2006 жылғы 18 тамыздағы N 163 Жарлығы. – Астана: Ақорда. 2006.

2. Назарбаев Н.Ә. Қазақстан өз дамуындағы жаңа серпіліс жасау қарсаңындағы Қ.Р. Президенті Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы. – Астана. 2006. -8-бет.

3. Назарбаев Н.Ә. Жаңа әлемдегі жаңа Қазақстан. Қ.Р. Президенті Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы. – Астана. / / Егемен Қазақстан. 1 наурыз. 2007.

4. Этносаралық және конфессияаралық келісімінің қазақстандық моделін жетілдірудің 2006-2008 жылдарға арналған бағдарламасы. – Астана. 2006. - 23-бет.

5. Кенжалин Ж. БАҚ: ұлтаралық жарасымдылық мәдениетін қалыптастыруда жайбасарлық жараспайды. // Ақиқат. №5. 2010. 21-б.

6. Ақпараттық саясаттың рөлі. // Егемен Қазақстан. 2003. 5 сәуір.

Журналистиканың қоғамдық құбылыс ретінде пайда болуы, қалыптасуы мен дамуы

Журналистиканың қоғамдық қызметтің түрі ретінде пайда болуы және журналистика теориясының ақпаратты таратудағы әдістері, функциялары мен міндеттері, прициптері туралы білім ретінде дамуы. Журналистика білімінің қазіргі жай-күйі, құрылымы мен проблемалары. Журналистика әлеуметтік басқарудың құралы. «Журналистика», «Публицистика», «БАҚ» атауларының мазмұны.

Журналистика – қоғамдық-саяси және ақпараттық қызметтің саласы. Ақпарат туралы жалпы түсінік. Ақпараттың түрлері. Бұқаралық ақпараттың мәні негізгі ерекшеліктері. Журналистиканың әлеуметтік құрылым ретінде даму

жолдары. Баспасөз – «төртінші өкімет», «төртінші билік». Журналистиканың ақпараттық қызметі. Журналистиканың қоғамды басқарудағы ақпараттық маңызы. Журналистиканың мемлекет басқаруға қатысуы.

Журналистік қызметтің құқықтық негіздері.

ҚР-ң баспасөз және БАҚ туралы заңдары (1991, 1999, 2003). Журналистика және журналистің құқықтық статусы. Журналистика және халықаралық құқық. ҚР- ң журналистикаға байланысты басқа заңдары. Шет елдердің құқықтық нормалары. Журналистикадағы авторлық құқық. БАҚ заңы журналистің құқықтары мен міндеттері туралы.

Журналистика – өмір айнасы. Ол өмірді сипаттап қана қоймай, онда болып жатқан іс-әрекеттер жөнінде ой тастайды, қоғамға жол сілтейді, бағыт-бағдар алуына көмек етеді. Осылайша журналистика маңызды қоғамдық-саяси рөл атқарып, жұртшылыққа әлеуметтік белсенділік туғызып, шындықты ашып береді. Журналистік қызмет халықтың керегіне жауап беріп, әлеуметтік дамудың жолдарын жариялап отырады. Журналист бұл салада қоғамдық-саяси қызмет жасаудың өнерін игере біліп, әлеуметтік процестерге өз еңбегімен белсене араласады.

Журналистика – халықтық болып саналады. Өйткені, журналистика – халықтың қамын ойлайтын, соның қажетін қарастыратын сала. Қандай мәселені көтермесін журналистика соның бәрін халықтық тұрғыда қозғауға, халықтың сөзін сөйлеуге күш салады. Әрқашан халықтың жағында болып, халықтық позиция ұстайды.

Бүгінгі қоғамдағы бұқаралық ақпарат құралдарының басты парызы бұқараның санасын билеу, оларға уақыт кезеңдерінің міндеттерін жан-жақты түсіндіру, жас ұрпақты тәрбиелеу т.б. толып жатқан сан-саладағы көкейкесті міндеттерді бойларына сіңіру болуға тиісті. Осы сан-саладағы көкейкесті мәселелерді қоғамға жеткізуде бұқаралық коммуникация құралдарының ішінде болжам бойынша жетекші орынға ие болатын – интернет.

Интернеттің бірқатар коммуникация мен ақпараттық ерекшеліктеріне байланысты интернетке сүйене отыра жаңа бұқаралық ақпарат құралының түрі интернет-БАҚ дүниеге келді. Дәстүрлі БАҚ-тан айырмашылығы бірден байқалды. Ол

ақпаратты тарату оперативтілігі мен интерактивтілігі еді. Сондықтан көптеген елдердің ғалымдары жаңа бұқаралық ақпарат құралын зерттеу нысаны ретінде таңдауда. Интернет-БАҚ-тың алғашқы нұсқасы 1987 жылы АҚШ-та пайда болған. “The San Jose Mercury News” газеті тұңғыш рет көпшілік қауымға электронды нұсқасын ұсынған. Қазіргі таңда, АҚШ-тағы күнделікті басылымдардың тиражы жарты жылда қазан айынан наурыз айына дейінгі аралықта 2,5%, ал апталық (жексенбілік) газеттердің тиражы 3,1% азайған. Керісінше, онлайн БАҚ күннен-күнге қарқынды түрде даму үстінде. Сауалнаманы Американың газет ассоциациясы (Newspaper Association of America, NAA) 770 күнделікті, 610 апталық газеттер бойынша жүргізген. Ассоциация мәліметтеріне сүйенсек, АҚШ-та газет сайттарын пайдаланушылар тоқсан ішінде 56 млн. немесе интернетке кіретін адамдардың 37% құраған.

Ал, Қазақстанда әзірге 3 мыңға таяу интернет сайттары тіркеліпті. Оның 20-25 пайызы БАҚ құралдарының меншігі болса, қалғаны әр түрлі бағытта. Оның ішінде банк те бар, сауда нүктелері де бар, ішінара жекелеген адамдардың сайттары да кездеседі. Ал қазақ тіліндегі сайттар кенжелеп дамып келе жатыр десек те, кей сәттері әжептәуір үміт күттіріп қояды.

Еліміздің қазіргі интернет журналистикасы: Қауіпсіздік және ақпарат тарату мәселесі

"Әр жұрттың, әр мемлекеттің мәдениет майданында ілгері-кейінгінің қатасыз бір өлшеуіші – баспасөз болады. Қай жұрттың баспасөзі күшті болса, сол жұрттың өзі де күшті, өзі де өнерлі екендігі көрінеді, яки, қай жұрт өнерлі болса, оның шексіз баспасөзі күшті болатындығы айдай анық" (Міржақып Дулатов).

Қазіргі XXI ғасыр ақпарат пен технологияның қарыштап дамыған кезеңі екені баршамызға аян. Көзді ашып жұмғанша, бір-бірімен жарысып қаншама жаңа дүниелер ойлап табылуда. Осы жаңа технологиялар секілді жаңа ақпараттар да қалыс қалар емес. Шындық қашан да, ащы болатыны белгілі. Ақпарат да дәл солай қаншалықты халыққа шынайы жеткізілсе, соншалықты сенімді болады.

Дегенмен қазіргі БАҚ оқырманды, не тыңдарманды қызықтыра түсу үшін немесе рейтингке байланысты барынша ақпаратқа түрлі қоспа, бояулар қосып, айтпағанды айтқызып, жазбағанды жазғызып қоятыны да жоқ емес.

Журналистиканың болашағының жарқын болуы ақпараттың шынайылығына байланысты десем, артық айтпағаным болар. Өкінішке орай, кей кездері "сапа емес, сан басты рөлде ме?" деген сұрақ көңілді мазалайды. Кез келген журналист өзінің құқығын біліп, нағыз журналистің қызметін атқарса екен деген тілегім бар. Хайп қуып, керек жерін кесіп алып, керек емесін өзгертіп жіберу нағыз журналистиканың болашағына балта шабу дер едім.

"Журналистика-төртінші билік" немесе "Журналист – халық пен билік арасындағы алтын көпір" деген сөдерді көп естіп жатамыз. Мән беріп қарасаң, расымен де билікті қарапайым халықпен, халықты билікпен байланыстырып тұратын таптырмас құрал секілді.

Соңғы уақыттарда қазақ тіліндегі контенттерге сұраныс көбейді. Қоғамда орын алып жатқан өзекті мәселелерге қатысты әр сала мамандарының сұхбаты оқырмандардың қызығушылығын тудыруда. Интернет журналистиканың жаңа мүмкіндігі ретінде блогтарды айтуға болады. Блогты әркім өз қалауынша жүргізеді. Кейбіреуі күнделік ретінде жүргізуді құп көрсе, енді біреуі жаңалықтарды хабарлап, сараптама жасайды. Ең басты назарда – сауаттылық пен сөздік қор.

Әдетте, газеттердің алғашқы бетінде өзекті жаңалықтар жайында жарыса жазылса, интернет журналистика мәтіннен, аудио-видеоларға қатысты түсіндірмелерден тұрады. Блог бетіндегі ақпараттың қандай форматта жасалатынын білу үшін контентке зер саламыз. Бұған графика, мәтін, мультимедиа жатады. Блогтың көптеген түрлері бар: кеңес беру, сын, дода, мәселе талқылау, мотивация, әңгіме, күнделік сияқты болып кете береді.

Кез келген ұлт өкілін өз елінің болашағы алаңдататыны жасырын емес. Себебі бірлесіп көтерген жүк қашан да жеңіл болады. Ел басына қандай да бір қиындық туған сәтте, бір жұдырықтай жұмылып, қарсы тұру – әр елдің, сондағы әр азаматтың міндеті.

Қазіргі тәуелсіз заманда еліміз аман, жұртымыз тыныш. Жүрегі "қазақ" деп соққан патриот қандастарымыз да қуантады. Сондай жалынды жастарды көргенде, ел болашағына үлкен үмітпен қараймын. Өзім де әлі жаспын, дегенмен болашақ журналист болғандықтан, әр дүниеге қазірден түрлі көзқараспен қарауым шарт. Бұл да өзімді бүгінгі күннен болашаққа деген бір қадамым деп білемін. Қазақ елін қаншама ел тәуелсіз, дамыған ел деп біледі. Бір ұлт болғандықтан, баршамызда бір мүдде. Қай елде болмасын өзінің қауіпсіздігі сақталуы тиіс. Оның ішінде әрине, ақпараттық қауіпсіздігі.

Ақпарат – көзге көрінбейтін дүние болғанымен, бір ауыз сөз бен бір дерек ақпарат қаншама дүниені өзгертіп жіберетіндей күшке ие. "Аңдамай сөйлеген, ауырмай өледі" демекші, кез келген сөзге жауап беретін болғандықтан ойланып сөйлеу қажет. Ақпараттық қауіпсіздік ел үшін де журналистика саласы үшін де маңызды рөлді атқарады.

Айтпайын десем де, айтуға тура келетіндей. Қай әңгімені бастамасаң да, еңбектеген сәбиден, еңкейген кәріге дейін білетіні – COVID-19. Бұл да – бір маңызды ақпараттардың бірі. Осы вирусқа қатысты ақпаратты қауіпсіздік кейбір елдерде сақталып отырған жоқ секілді. Әдетте ішкі саясаты, елдегі болып жатқан дүниелердің барлығы жасырын келетін Қытайдың өзінде осы вирусқа қатысты барлығы айқын. Қанша адам көз жұмды, мына күні карантин тоқтатылды, мына күні карантин қайта басталды. Осылай ақпарат қандай болмасын, не туралы болмасын бір жерден екінші жерге емес, бір елден екінші елге көзді ашып жұмғанша аталмыш "вирус" тәрізді тарайды. Біздің елімізге де аты шулы вирус жеткенде, баршамыз қатты қорықтық, сақтандық, сендік. Біреулер саясат деді, біреулері расымен де қатерлі әрі жұқпалы ауру деді. Уақыт өте келе құлағымыз естіп, көзіміз көріп жүрген дүниелерге байланысты менің де көзқарасым өзгерді...

Ким Чен Ынды біреуі дүниеден әлдеқашан өтті десе, бірі халық алдына шықты немесе кейбір сайттар әлі де денсаулығына байланысты ауруханада жатыр деген сыбыстар тарауда. Яғни ақпараттық қауіпсіздік сақталып-

сақталмауы елдегі қатаң тәртіп және журналистердің сауаттылығы мен салғырттығана байланысты.

Бұл әңгімені бастаған себебім, көптеген студент, оқушылардың қашықтан оқуға кіріскені рас. Бір жағынан, бұл – цифрландырылған заманның жетістігі. «Заманына қарай, адамы» дегендей, ешқандай вирус білім алуымызды тоқтатқан жоқ. Бұл да бір ақпарат тарату мен қабылдаудың бір түрі. Тек қана интернет желісі қосулы тұрса болғаны, онлайн білім ала аласың.

Осы секілді интернет журналистика да біздің елімізде жақсы дамып келеді. Расымен, "Қанатты такси" ойлап табылғанда, интернет журналистканың жолда қалуы мүмкін емес. Журналистика факультетін бітірдің – бітті, телевидение саласынан бірден орын таба кетуің міндет емес. Мақала жазу, газет-журнал беттерінде де өз қызметіңді атқара аласың.

Ал, қазір шыны керек, газет-журнал, тіпті теледидардың орнын интернет желісі басып келе жатыр. Дегенмен, газет пен журналдың орны бөлек екендігін айта кеткен жөн. Инстаграм желісінде де кез келген бизнес парақшаларға жарнама жазу арқылы қаражат тауып жүргендерді байқап жүрміз. Әрине, сөз саптауың жақсы болса.

Копирайтер қызметі де дамып келе жатыр. Одан бөлек, бүгінде көптеген қазақ тіліндегі ақпараттық сайттар шығып жатыр. Сайттарда да журналистік қызмет атқарсаң, осының өзі интернет журналисткаға жатады.

Баспасөз және билік немесе ұлттың мүддесін қорғаған баспасөз – биік баспасөз

Думан АНАШ

Бұл – Шәкәрім Құдайбердіұлының «Қазақ» газеті мен «Айқап» журналына сөз жазушыларға» атты жырынан үзінді. Тегінде ұлылар ұлыларды алыстан таниды ғой. Яғни, ұлт ұстазы Ахмет Байтұрсынұлының: «Газет – халықтың көзі, құлағы һәм тілі. Адамға көз, құлақ, тіл қандай керек болса, қасында құлағы жоқ керең, тілі жоқ мақау, көзі жоқ соқыр сықылды» деп газетке жазғандағы биік мұратты шын түсінген

жанның бірі Шәкәрім болса керек. Қазақтың баспасөз тарихында XX ғасыр басында Орынборда бес жыл ғана (1913 – 1918 жылдар) жарық көрген «Қазақ» газетінің орны ерекше. «Қазақ» газетінің ұлт өміріндегі ең ұлы мұратқа жұмыла кіріскен, жұдырықтай түйіліп, отар- лық қамытқа қайсарлықпен, қайратпен қарсы тұрған, күрескерлік-ағартушылық іс-қимылы бүгінде қайсымызды болмасын, таңғалдырады.

Осы газетте бұған дейін Арқа өңіріне ғана сөзі жеткен Абайдың хакімдігі паш етілді. Ахаңның мүбәрак қаламынан туған «Қазақтың бас ақыны» мақаласы 1913 жылы күллі «Қазақ» оқырманының қолына тиіп, Алтайдан Атырауға дейінгі аралықты шарлап кетті. Қаріп білмейтіндері қазақтың әліпбиді танитындарынан, оқығандарынан естіп, өзінің кемшілігінен жиренді, артықшылығынан үйренді. Абайдың сөзі жалпы қазаққа алғаш осылай жетті. Бұл бір ғана мысал. Мұндай ерлікпен парапар, ұлт үшін атқарылатын ұлы жұмыстарды «Қазақ» газеті аз мерзімде-ақ жүзеге асырып үлгерді. Басылымда А.Байтұрсынұлы, Ә.Бөкейхан, М.Дулатұлы, М.Шоқай, М.Тынышбайұлы, Ш.Құдайбердіұлы, (Ғ.Қараш), Р.Мәрсеков, Ж.Тілеулин, Ғ.Мұсағалиев, М.Жұмабаев, Х.Болғанбаев, Х.Ғаббасов, Ж.Ақпаев, Ж.Сейдалин, С.Торайғыров, А.Мәметов, С.Дөнентайұлы, Х.Досмұхамедұлы және т.б. кіл қайраткерлердің қара сөзден қаймақтай қалқытып қазаққа сол күнде не керек екенін айтуы – айдауға жүріп, қотанға үйірілген қойдай дағдарып қалған қазақ қоғамына үлкен серпіліс әкелді.

Әрине, бұл басылымның алдында да қазақ оқығандары түрлі газетке сөз жазды. Орталық Азия халықтарының ішінде алғаш қазақ және өзбек тілінде жарық көрген «Түркістан уәлаятының газеті», орыс және қазақ тіліндегі «Дала уәлаятының газеті» сынды патшалық Ресейдің басылымдары да қазақтың мәселесіне бет бұрып отырды, ұлттың саяси-мәдени кеңістігіндегі жаңа леп болды. Сонымен қатар, 1907 жылы шыққан «Серке», «Қазақ газеті», 1911 – 1913 жылдары жарық көрген «Дала», «Қазақстан», «Ешім даласы» және осы аталғандардың қатарына Ә.Бөкейханұлының әр жылдары шығарып тұрған «Голос степи», «Омич» газеттерін қосуға болады. Ал, 1916 – 1918 жылдар аралығында «Алаш» ,

«Бірлік туы», «Сарыарқа», «Ұран», «Үш жүз», «Тіршілік» және тағы басқа газеттерді шығарды. Мұның бәріне бірдей жол ашық болды деп айтуға тағы келмейді. Оның біріне патшалық өкімет тосқауыл қойса, тағы біріне қаржылық қауқар жетіңкіремеді.

Осылардың ішінде айрықша бөле-жара айтуға болатыны – «Қазақ» газеті еді. Тіпті, Мұхтар Әуезовтің өзі аталған басылым шығып тұрған кезеңді «Қазақ газетінің дәуірі» деп атаған болатын. Газеттің титулды ұлттың атымен шыққанына орай ондағы тұлғалардың да есімі зор, соған сәйкес жауапкершілігі де атан түйеге жүк артқандай болатын. Кейін жарық көрген газеттердің барлығы осы «Қазақ» газетінің шекпенінен шыққандай, газет шығару өнерінде ұлы қайраткерлердің үлкен шоғырына еліктеді, үлгісін алды. Дегенмен, олардың бәрі бірдей Әлекеңдер мен Ахаңдардай ұлт қызметінде ұстанымға беріктігін, аманатқа адалдығын таныта алмаған да шығар… Дегенмен, «болмаса да ұқсап баққандай» тәрбиенің өзі кеңестің қыннан қылыш суырған алмағайып дәуірінде кәдеге жарады. Өйткені, ұлт көсемдері қылған еңбектің мысқалдай бөлігін атқарғанның өзі ұлтқа еңбек ету саналған заман өтті.

Ал, Алаш қайраткерлері «соқтықпалы соқпақсыз жолмен» жүріп салған журналистиканың жаңа кезеңіндегі жағдай, ахуал қандай? Қазақ баспасөзі ұлттың сөзін сөйлей ала ма, мұның мұңдай ала ма? Міне, бүгінгі басты сауалдардың бірі осы болса керек.

Жуырда Астанадағы V экономикалық форум аясында мәдениет және ақпарат министрінің орынбасары Арман Қырықбай өңірлерден келген БАҚ өкілдерімен жүздесті. Вице-министр елімізде ресми тіркелген 3 мыңға жуық бұқаралық ақпарат құралдары бар екенін, оның ішінде 2 мың 700-ден астам мерзімді баспасөз жұмыс істеп жатқанын айтты. Осылардың 453-і қазақ тілінде. 2303-і орыс тілінде жарық көреді екен. Бұл – Қазақстанның өзінде шығып жатқандары. Енді осыған Ресейден келетін 5 мыңнан астам газет-журналды қосыңыз.

Иә, бұл дегеніміз – өте үлкен ақпараттық кеңістік. Алайда, сандардың өзі сөйлеп тұрғанындай, Қазақстанда мемлекеттік тілде тарайтын баспасөздің ауқымы әлі де болса аздық

ететінін байқауға болады. Осы жерде қазақ баспасөзінің маңызы туралы сөз қозғауға болады.

Әлбетте, Қазақстан Тәуелсіздігін жариялаған 20 жылдан астам уақыт ішінде мемлекеттің қалыптасуында, Тәуелсіздіктің орнығып, нығаюында қазақ баспасөзінің орны үлкен. Бір кездері ат төбеліндей қазақтың оқығандары ұлттың масс-медиасын қалыптастырып, соған тер төккен болса, бүгінде де аз шоғыр – қазақ баспасөзі ұлттың үніне айналып, жадыдан жоғала бастаған ұлттық құндылықтардың, бабалар аманатының, ел рухының жоқшысына айнала білді.

Әрине, қазіргі кезде тілші қауымын қоғам тарапынан сын садағына алушылар да жоқ емес. Бәзбіреулер белсенділік танытып, БАҚ-тың өзін биліктің сойылын соғушы немесе оппозициялық басылым деп жіктейді. Тағы бірі, оқылатын немесе оқылмайтын басылым дейді. Енді бірі, арзан баспасөз немесе интеллектуалдық баспасөз деп бөледі. Мұның сыртында, салалық басылымдар деп бөлінетіні тағы бар. Сондай-ақ, газет-журналдар мен телерадио ресурстардың қатарына ғаламтордағы ақпараттық ресурстар да қосылды. Республикалық, облыстық, қалалық, аудандық деңгейдегі баспасөздің жөні бір бөлек. Мұның бәрі тәуелсіз Қазақстанның белгілі деңгейдегі сөз бостандығын, демократиялық құндылықтарын қамтамасыз етеді.

Ең бастысы, баспасөз қай түрге бөлінбесін, ұлттың мүддесін қорғаған баспасөз – ұлы баспасөз. Бұл тұрғыда қазақ баспасөзі өзіне уақыт жүктеген біршама ауырпалықты қайыспай көтере білді. Тіпті, «арқалағаны – алтын, жегені – жантақ» деп Шер-ағаң айтпақшы, тұрмыстық ауыртпалық еңсені езіп тұрған кезде де, қазақ тілшісі қалың елінің мәселесін қабырғадан қоюдан танған емес. Әрине, «қарға тамырлы қазақ» болған соң, кейбір мәселеде сипай қамшылап өтудің өзі қазақ тілшісінің артықшылығы. Өйткені, «өкпеге қиса да, өлімге қимайтын» ұлттың ұлы қасиеттері доңғалағына ділдә жапсырған нарықтық қатынастарға мойынұсынбай, ізгілікпен мұратқа жетуге талпынады.

Сондықтан, баспасөз билікпен емес, билік баспасөзбен, оның ішінде қазақ баспасөзімен санасып та келе жатыр. *йткені, баспасөз – билік пен бұқараның арасындағы дәнекер іспетті. Бір кездегі кеңестік журналистикадағыдай, әр

шопанның қыстағына барып, көлдей очерк жазатын күн келмеске кетті. Десе де, сол көп күстәланатын кеңес өкіметінің бір артықшылығы – газет бетіне шыққан кез-келген хабарлама түріндегі мәселенің өзіне дәй атқамінерлер елпеңдеп жауап беруші еді дейді қазірде қырықтың қырқасынан асқан кеңестік журналистиканың қаламын қару қылған соңғы «могикандар».

Әр заманның өз үні бар. Қазіргі қазақ журналистерінің жазғанының бәріне бірдей жауап келе бермеуі, нәтижесіз болуы мүмкін. Бұл жерде ескеретін бір жәйт, қазақ тілшісі өткір де өзекті мәселені қаузағанда байбаламмен емес, нақты айғақ пен дәлелдерді ту етіп, байыппен сауатты сын тезіне салып, материалды бұлтартпастай ұсына алса, оған кез-келген еті тірі, ар-ұяты бар атқамінер жауап береді. Ал, жауап бермеу басқа мәселе. Жауап бермеу арқылы кез-келген мемлекеттік-әкімшілік құрылымның тұтқасында отырғандар өзінің азаматтық ұстанымына һәм кәсіби біліктілігіне қылау түсіреді. Атқамінерлердің заң алдында болмаса да, халық пен ішкі иман алдындағы ар-намыс жауапкершілігін бір сәт сезінгені абзал. Ал, дүниені жалпағынан басып жүрмін деп, көлеңкелі жемқорлықтың шыңырауына шырмалғандар керісінше дөңайбат көрсетуден де қашпайды. «Сасқан үйрек артымен жүзеді», «қорыққан бұрын шабуылдайды» дейді мұндайда халқымыз. Иә, кейде «күштінің арты диірмен тартадының» да кері болуы мүмкін. Бірақ, бұл қазақ баспасөзінің жүнін жыға алмайды.

Баспасөзге биік рухпен бірге қаржы да керек. Жоғарыда айтылған қазақ баспасөзінің алғашқы қарлығаштарына қазақ даласының түкпір-түкпіріндегі ақсүйектерден, ауқатты қазақ байларынан қаржы жиналғанын білеміз. Бірақ, бұл да еліміздің рухани тарихында аз-кем зерттелген тақырыптардың бірі. Сондықтан, біз қазақы меценаттықтың да тарихи жүлгесін жасап, оны ұлттық мақтанышпен, ұлтқа қызмет етумен қатар қоюымыз қажет. Әрине, XXI ғасырда медиаалпауыттар өмірге келді. Олармен бірге құрылтайшылар институты да қалыптасты. Осы ретте, «кім тары шашса, соның тауығы болу қажет» деген қасаң қағидадан алдымен баспасөз бен құрылтайшы, одан соң оқырман мен қоғам арылуы қажет. Мұндай қасаң қағиданың

көбесін сөгуге жегілетіндер тағы да сол тілшілердің өздері. Біріншіден, бас редакторлар тұлға болуы тиіс. Бір кездері редактор деген сөздің құдыреті асқақ болушы еді. Өйткені, бас редакторлар кімдер еді? Шерхан Мұртаза, Камал Смайылов, Сейдахмет Бердіқұлов, Оралхан Бөкей, Мұхтар Мағауин, Әбіш Кекілбаев сияқты мүйізі қарағайдай марғасқалар қазақтың баспасөзіндегі екі тізгін, бір шылбырды қолға нық ұстады. Ұлт мәселесінде қаймықпады. Буырқанған бас асаулықпен, тұлғалық мінезбен, текті сөзбен биліктің өзі санасуға мәжбүр болушы еді. Бұл күнде журналистиканың өзі түрленіп, кешегі отырған жерін ойып жіберердей салмақты сөзұстарлардың орнына жеңіл-жедел ақпарат таратуға әбжілдердің күні туды. Бірақ, құрылтайшылар бұлай екен деп редактор таңдауда біржақты ұстаным танытуға тағы болмайды. Әйтпесе, қазақы сөздің қасиеті қашады. Жеңіл журналистика салтанат құрған қоғамда барлық құндылықтардың қадірі жоғалады. Сондықтан, қазаққа әлі де ойлы, байыпты, терең де биік, асқақ, өр журналистика қажет. Қазақты өсіретін, алға жетелейтін, рухын қайрайтын – қазақ журналисі. Бұл үшін ең алдымен қазақ журналисінің намысы биік, танымы зор, деңгейі жоғары, рухы өр болуы қажет.

Биыл «Алматы ақшамында» күйші, зерттеуші, публицист-жазушы Таласбек Әсемқұловтың Асқар Сүлейменов туралы көркем эссесі бірнеше нөмірге жарияланды. Осы эссе «Алматы ақшамының» да, оның оқырмандарының да деңгейін өсіріп тастағанында дау жоқ.

Осы эссені жете түсініп оқыған жанға өзінің кей мәселедегі ұстанымдарын қайта қарауына, өмірдегі жадау көзқарастарын түрлендіруге әсер ете алады. Міне, қара сөздің, қазақ публицистикасының құдіреті! Ол – ең бастысы, қазақы ойлау жүйесінің жаһандық ойлау жүйесінен еш кем емес, қайта көп тұста артықшылықтары бар екенін әйгіледі. Тек қазақ тілінде, ана тілінде оқып, түсінуге дәрмен етсеңіз болғаны…

Билік қазақ баспасөзімен бірге болудан ұтпаса, ұтылмайды. Қазақ баспасөзінің таралу ауқымын кеңейтуге жанашырлық танытудың өзі – қазақ мүддесінің алға шығуына қол созғанмен бірдей.

МАЗМҰНЫ

Журналист қызметіндегі қарым-қатынас психологиясы (*Мажибаева Ж., Берикболова А.)* 3

Журналистика психологиясы (*Мажибаева Ж., Берикболова А.)* 6

Журналистік шығармашылықтың психологиясы 13

Еркіндік шығармашылықта көрініс табады (*Сергей Николаевич Булгаков)*

Журналистік шеберлік пен тәжірибе 41

Шығармашылық өнімінің әлеуметтік механизмге бейімделуі 44

Коммуникация түсінігі және әлеуметтік коммуникацияның қазіргі қоғамдағы рөлі 55

БАҚ-ның психологиялық пәрменділігі 61

Шығармашылық ойлаудың дамуына ықпал ететін ақпараттық оқыту технологиялардың мүмкіндіктері 67

Жаңа медиа дәуіріндегі коммуникация және оның аудиторияға әсер ету тиімділігі 74

БАҚ-тағы ақпараттық саясаттың маңызы (*М.Б.Шындалиева)* 80

Журналистиканың қоғамдық құбылыс ретінде пайда болуы, қалыптасуы мен дамуы 87

Баспасөз және билік немесе ұлттың мүддесін қорғаған баспасөз – биік баспасөз *(Думан АНАШ)* 92

Садықов С.С. (құраст.)Журналистің психологиясы / оқу құрал. – Түркістан, 2019. Көлемі 98 бет.