

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС  
ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

**МИРЗО УЛУҒБЕК НОМДАГИ ЎЗБЕКИСТОН МИЛЛИЙ  
УНИВЕРСИТЕТИ  
ЖУРНАЛИСТИКА ФАКУЛЬТЕТИ**

**“ЎЗБЕКИСТОН ОММАВИЙ АХБОРОТ ВОСИТАЛАРИНИНГ  
ГЛОБАЛ ИНФОРМАЦИОН КЕНГЛИК ШАРОИТИДАГИ  
ФАОЛИЯТИ: МАҚСАД ВА ВАЗИФАЛАРИ”**

**“ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СМИ УЗБЕКИСТАНА В УСЛОВИЯХ  
ГЛОБАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА: ЦЕЛИ И  
ЗАДАЧИ”**

**“THE ACTIVITIES OF THE MEDIA IN UZBEKISTAN IN THE GLOBAL  
INFORMATION SPACE: GOALS AND OBJECTIVES”**

**мавзусидаги республика онлайн-масофавий илмий-амалий  
конференцияси**

**ТОШКЕНТ 2020**

Ушбу илмий мақолалар тўплами Ўзбекистон Миллий телерадиосининг тарихи, фаолияти, бугунги телекўрсатув ва радиоэшиттиришлари, канал ва дастурлари ҳамда интернет журналистиканинг назарияси ва амалиёти масалаларига оид долзарб муаммолар билан бирга журналистлар учун муҳим бўлган ижтимоий-сиёсий фанлар муаммоларини ўз ичига олган. Мақолалар Республикамизнинг турли олий ва ўрта махсус таълим муассасаларида фаолият юритаётган профессор-ўқитувчилар, журналистлар ва илмий изланиш олиб бораётган ёш тадқиқотчилар, талабаларнинг қаламига мансуб. Асосан, мақолаларда аудиовизуал ва интернет журналистиканинг назарияси ва амалиёти масалалари ўз ифодасини топган.

Ушбу тўплам Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан тасдиқланган (№ 08-19-1. 01.03.2013 й.) “Ёш журналистлар малакасини ошириш, миллий ва хорижий ОАВ тажрибасини ўрганиш борасида белгиланган чора-тадбирлар” режаси доирасида амалга оширилган.

## ИНТЕРНЕТ НАШРЛАРИ ВА ЎЗБЕК ТИЛИ ҚОИДАЛАРИГА РИОЯ ҚИЛИШ МУАММОЛАРИ

*Юсуф Ҳамдамов,  
Мирзо Улугбек номидаги  
Ўзбекистон Миллий университети  
журналистика факультети доценти,  
филология фанлари номзоди.*

Матбуотни жамият юзига тугилган ойнага қиёслаш мумкин, унда ҳар куни аксини кўриб туради. Бугунги матбуот саҳифалари ва уларда босилаётган турли-туман материаллар, шиддат билан кечаётган даврда оммага тезкор хабарларни етказиб беришда биринчиликни кўлдан бермай келаётган интернет нашрлари ҳақида ҳам шундай дейиш мумкин. Уларни ҳар куни минглаб одамлар ўқийди, янгидан-янги маълумотлардан бохабар бўлиб, маълум масалалар юзасидан эса баҳс-мунозаралар ҳам бўлади. Булар таҳсинга сазовор, чунки кишиларнинг кундалик эҳтиёжи қондирилаяпти.

Аммо бу айтилганлар рисоладагидек амалга оширилаяптими, ундан ҳамма тўлақонли манфаатдорми, деган саволнинг туғилиши табиий. Мазкур мақоламизда интернет нашрларида босилаётган материалларда ўзбек тили қоидаларига амал қилиниши муаммолари ҳақида сўз боради.

Эътибор бераётган бўлсангиз, кейинги вақтларда ижтимоий тармоқлар ва матбуотда ўзбек тили, у билан боғлиқ муаммолар ҳақида кўплаб чиқишлар бўлаяпти. Уларнинг орасида тилимиз жонкуярлари ва мутахассисларнинг босма нашрлар саҳифаларида, телевидение кўрсатувлари титрларида учрайдиган имловий ва услубий хатолар ҳақидаги асосли мақолалари алоҳида аҳамият касб этмоқда. Ҳозирча адабий тил меъёрлари, оғзаки нутқни кўятурайлик, ёзувда тил қоидаларига риоя қилинмас экан, кенг омма, айниқса, ёшларнинг саводхонлиги ҳаминқадарлигича қолаверади. Афсуски, ҳар бир жабҳада ана шу нохуш ҳолатга дуч келаверамиз. Ҳар қадамда учрайдиган дорихоналар пештахталарида “dorixona” ўрнига “dorihona”ни кўрсак, кўчаларда “Xush kelibsiz” ўрнига “Hush kelibsiz” деган ёзувни ўқисак, бизнинг пешонамиз тиришмай, кимники тиришсин?

Айниқса, жамиятимизда Интернет глобал тармоғининг кенг қулоч ёйиб, барча жабахларни эгаллаб олганлиги, ундан фойдаланувчиларнинг сони ошгандан-ошиб бораётганлиги бу муҳим соҳага кўпроқ эътибор беришни талаб этаяпти. Бугун одамларнинг эрта тонгданок энг кўп фойдаланаётгани ҳам ижтимоий тармоқлар бўлиб қолаётгани ҳеч кимга сир эмас. Айтиш керакки, кўп эътибор ва эътирозларга нишон бўлаётган ҳам ижтимоий тармоқлардир.

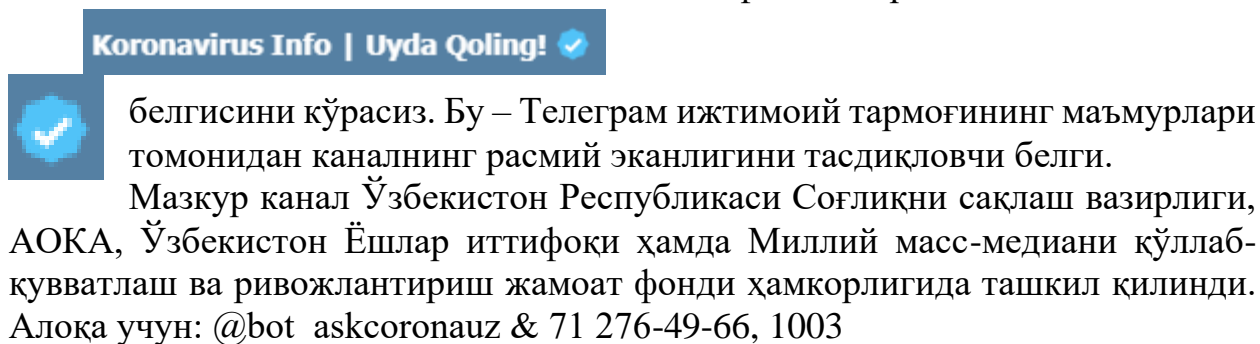
Энди таҳлилларга ўтамиз.

Ўзбекистон Республикаси Соғлиқни сақлаш вазирлигининг Ўзбекистон Республикасидаги барча мобиль рақамлари учун смс юборадиган Minzdrav ник (тахаллус)ли махсус рақамсиз хабар марказидан ҳар куни мунтазам тарзда коронавирус пандемияси бўйича огоҳлантириш, тавсия ва маслаҳатлар келиб турибди. Бу таҳсинга сазовор, албатта.

O'zbekistonda koronavirus kasalligi bo'yicha eng ishonchli, rasmiy va yagona Telegram kanali bu [t.me/koronavirusinfouz](https://t.me/koronavirusinfouz)

Ушбу хабар илк бор барча мобил операторларнинг телефонларига турли вақтларда келган. Бизга – телеграм фойдаланувчисига эса 18-март куни соат 09:39 да келди.

Канал 15-март куни очилган бўлиб, илк хабар ўша куннинг ўзида, соат 15:13 да эълон қилинди. Каналнинг бош саҳифасига кирсангиз:



**Koronavirus Info | Uyda Qoling!** ✓

белгисини кўрасиз. Бу – Телеграм ижтимоий тармоғининг маъмурлари томонидан каналнинг расмий эканлигини тасдиқловчи белги.  
Мазкур канал Ўзбекистон Республикаси Соғлиқни сақлаш вазирлиги, АОКА, Ўзбекистон Ёшлар иттифоқи ҳамда Миллий масс-медияни қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди ҳамкорлигида ташкил қилинди.  
Алоқа учун: @bot\_askcoronauz & 71 276-49-66, 1003

<https://t.me/koronavirusinfouz>

Юқоридаги маълумотлар билан танишгач, ҳақиқатан ҳам канал расмий мақомга эгаллиги, қатор давлат ташкилотлари билан ҳамкорликда ташкил қилинганига гувоҳ бўласиз. Канал ҳақида тўхталадиган бўлсак, унинг аъзолари сони 1 миллион тўрт юз мингдан зиёд. Унда маълумотлар тезкорлик билан тақдим этилаяпти. Коронавирус бўйича муҳим маълумотлар, Жаҳон, Европа, Осиё ва Шарқ давлатларидаги вазият ҳақида тезкор хабарлар бериб турилибди. Бу жуда яхши. Таъкидлаш жоизки, расмий канал карантин вақтида барча уйда ўтирганида, аҳолини тезкор янгиликлардан хабардор қилиб, коронавируснинг қанчалик хавfli касаллик эканлигини тушуниб етишига ўз хиссасини қўшди.

Иш бор жойда камчилик бўлади, каналда жойлаштирилаётган хабарларда ҳам баъзи имловий хатолар учраб турибди. Тан олиб айтиш керак, бугунги кунда ахборот коммуникация технологиялари тез суръатларда ривожланиб кетди. Ҳозирда оммага маълумотларни юқори тезликда етказиб бериш муҳим жабҳага айланди. Бу олқишга сазовор, албатта. “Ўзбекистонда коронавирус касаллиги бўйича энг ишончли, расмий ва ягона Телеграм канали”да ҳам имловий хатолар бор. Бироқ “Ўзбекистон Республикаси Соғлиқни сақлаш вазирлиги, АОКА, Ўзбекистон Ёшлар иттифоқи ҳамда Миллий масс-медияни қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди ҳамкорлигида”ги каналда бундай ҳол юз бераётганлигини ким қандай қабул қилади? Айтиш лозимки, телеграмда барча янгиликларни (маълум вақт ёки даврда эълон қилинган бўлса) таҳрирдан ўтказиш имконияти мавжуд. Бирон-бир янгилик эълон қилинганидан сўнг бир ёки икки соат ичида уни яна қайта таҳрир қилиш мумкин. Масалан, шошилиш хабар етиб келди ва у зудлик билан каналга жойлаштирилди, аммо унда имловий хатолар бор. Ўз навбатида ўқувчилар уни Телеграмдаги турли гуруҳлар ёки ўз яқинларига улашишди, тарқатишди ва ўша хато кўринишидаги хабар матни расмий канал орқали эълон қилиниб, кенг жамоатчиликка етказилди. Айтайлик, мутасаддилар таҳрир қилишга

улгуришолмади, аммо бу энди ўтиб кетиб бўлди, дегани эмас. Ҳечдан кўра кеч бўлгани ҳам маъкул деганларидек, янгилик матнини қайтадан ўқиб, керакли таҳрирдан ўтказгач, ўзгартириб қўйса бўлади. Одатда, бу таҳрир каналда шундоққина кўриниб туради.

👁 546.9K edited 10:00

Edited (инглизча) – таҳрирланган, деган маънони англатади.

Мана, матни таҳрир қилиш мумкинлиги ва бунинг иложи борлиги ҳақида ҳам билиб олдик.

Энди асосий масалага ўтсак, канал маъмурияти алоқа учун бот (хабарлар қабул қилиш ва алмашиш учун махсус ёрдамчи)ни йўлга қўйган.

Алоқа учун: @bot\_askcoronauz

Бироқ негадир ботга ёзилган хабарларга жавоб қайтарилмайди.

2020 йил 17-март куни соат 09:44 да Ўзбекистон Ёшлар иттифоқининг Телеграм ижтимоий тармоғидаги расмий каналдан бир хабар forward message (яъни, ўша каналдан бу каналга ташлаш) қилинган. Хабар Ўзбекистон Ёшлар иттифоқининг каналига 2020 йил 17-март куни 09:42 да жойланган. Хабарни илова қиламиз:

Barcha OAV jurnalistlari va blogerlarni ushbu kanaldan birinchi manbaa sifatida foydalanilish hamda unda tarqatilayotgan xabar va yangiliklarni keng yoritib borishda hamkorlikka chaqiramiz.

Хабарда “birinchi manbaa” (биринчи манбаа) ёзилган. Аслида эса манба бўлади.

**МАНБА** – бошланиш; ибтидо 1. Геогр. Дарёларнинг бошланиш жойи.

2. Бирор нарса олинadиган, чиқадиган ёки ишлаб чиқариладиган жой, қурилма ва ш. к. Хомашё манбаи. Газ манбалари. Электр манбаи<sup>1</sup>.

<https://t.me/koronavirusinfouz> телеграм каналининг @bot\_askcoronauz ботига 2020 йил 17-март куни соат 11:10 да бир телеграм ижтимоий тармоғи фойдаланувчиси хабар юборади. Унинг мазмуни қуйидагича:

ASSALOMU ALEYKUM! (11:10)

Хабарни <https://t.me/koronavirusinfouz> телеграм каналдан олиб, ботга ташлайди. (11:11)

MANBAA EMAS, MANBA BO'LADI, ORFOGRAFIK XATOGA YO'L QO'YILIBDI.

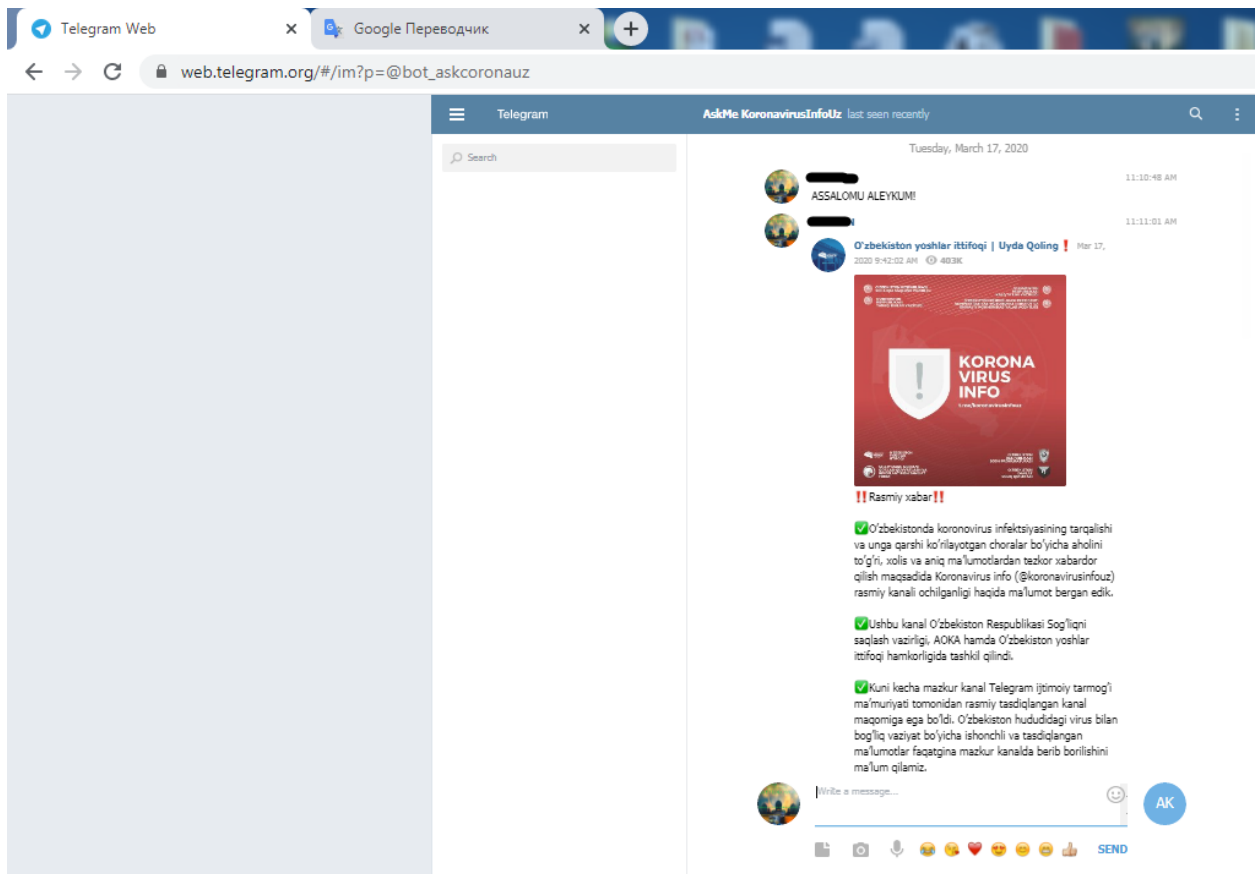
NAHOTKI JURNALISTLAR HAM XATO QILSA?!. (11:11)

Хабарни screenshot (телефон экранидан расмга тушириш) қилиб, ундаги хатони маркер орқали кўрсатиб юборади. (11:13)

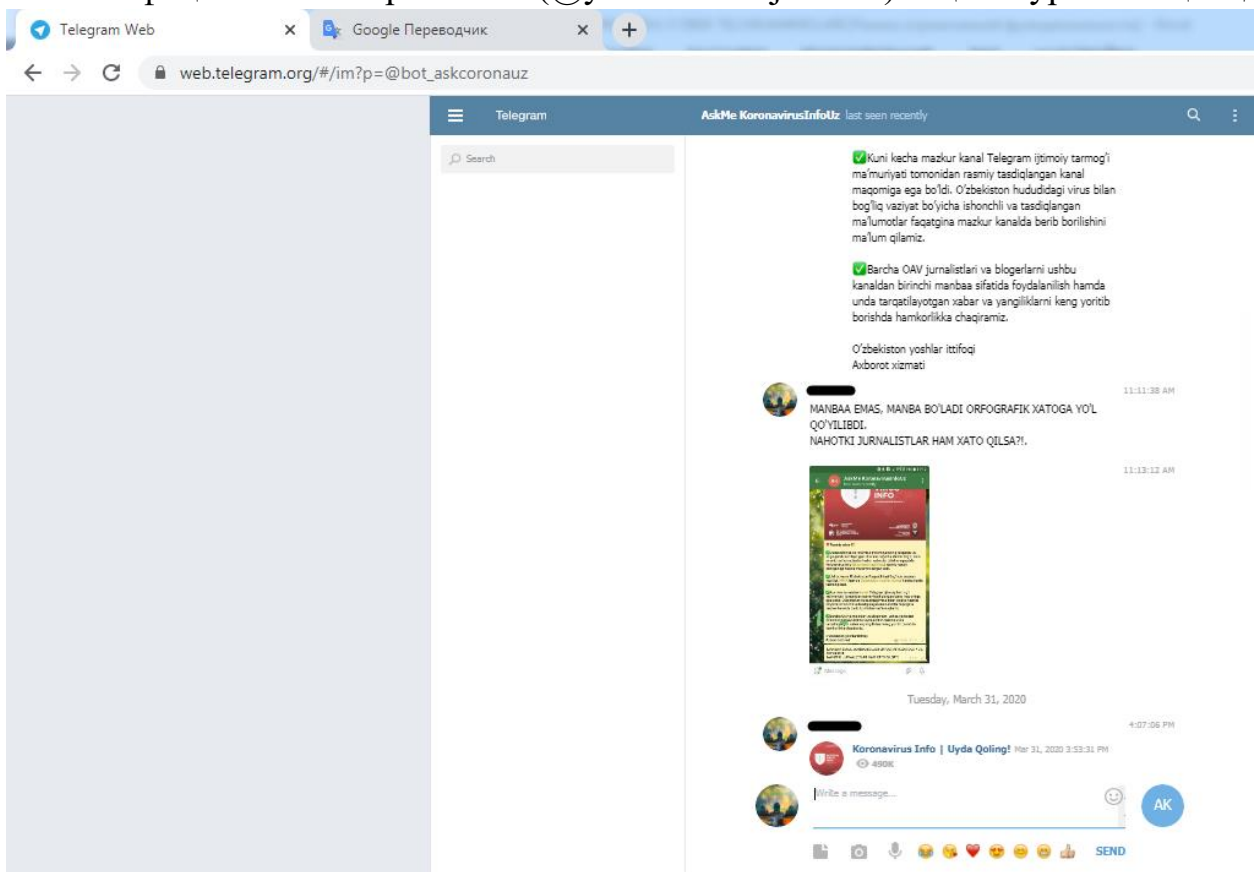
Маълумотларни расм кўринишида ҳам илова қиламиз:

---

<sup>1</sup> Ўзбек тилининг изоҳли луғати. 2 жилд, 535 бет.– Т.:Ўзбекистон миллий энциклопедияси Давлат илмий нашриёти, 2006.



Шундан сўнг яна ўша телеграм фойдаланувчиси Ўзбекистон Ёшлар иттифоқининг телеграм боти (@yoshlarmurojaatibot)га ҳам мурожаат қилади.



**БОТ:** Yoshlar Murojaat Tizimi  
Iltimos, ism va familiyangizni kiriting:  
(Masalan: Alisher Ahmatov) 11:32

**ФОЙДАЛАНУВЧИ:** ИСМ ФАМИЛИЯ 11:32

**БОТ:** Yoshlar Murojaat Tizimi  
Qaysi viloyatdانسiz?  
(Quyidagi ro'yxatdan viloyatingizni tanlang) 11:32

**ФОЙДАЛАНУВЧИ:** Toshkent shahri 11:33

**БОТ:** Yoshlar Murojaat Tizimi  
Toshkent shahrining qaysi tuman yoki shaharidانسiz?  
(Quyidagi ro'yxatdan tuman yoki shaharingizni tanlang) 11:33

**ФОЙДАЛАНУВЧИ:** Olmazor tumani 11:33

**БОТ:** Yoshlar Murojaat Tizimi  
Ariza yoki shikoyatingiz qaysi yo'nalishda?  
(Quyidagi ro'yxatdan tanlang, agar ro'yxatda yo'q bo'lsa, "Boshqa yo'nalishda"  
bo'limini tanlang) 11:33

**ФОЙДАЛАНУВЧИ:** G'oya va takliflar 11:33

**БОТ:** Yoshlar Murojaat Tizimi  
Murojaat matnini kiriting:  
Iltimos, murojaatingizni kiritishda: ariza, shikoyat yoki taklifingizni to'liqroq  
ko'rsatishga harakat qiling. 11:33

**ФОЙДАЛАНУВЧИ:** [https://t.me/yoshlarittifoqi\\_uz](https://t.me/yoshlarittifoqi_uz) каналидан хабарни  
олиб, ботга ташлайди. 11:33

**БОТ:** Yoshlar Murojaat Tizimi

**ФОЙДАЛАНУВЧИ:** MANBAA EMAS, MANBA BO'LADI  
ORFOGRAFIK XATOGA YO'L QO'YILIBDI.

НАНОТКИ JURNALISTLAR НАМ ХАТО QILSA?!

Хабарни screenshot (телефон экранидан расмга тушириш) қилиб, ундаги  
хатони маркер орқали кўрсатиб юборди. 11:33

**БОТ:** Yoshlar Murojaat Tizimi  
Iltimos, murojaatingizni ko'rib chiqishimiz uchun telefon raqamingizni  
kiriting:  
(Buning uchun, quyidagi "Tel.Raqamni yuborish" tugmasini bosing) 11:33

## Фойдаланувчи:

+99897... телефон рақамини юборади. 11:33

## БОТ: Yoshlar Murojaat Tizimi

Tabriklaymiz, Murojaatingiz muvaffaqiyatli qabul qilindi, tez orada Sizga javob beramiz.

Ishoning Sizning murojaatingiz biz uchun muhim! 11:33

Маълумотларни расм шаклида ҳам илова қиламиз:

Telegram Web x Google Переводчик x +

web.telegram.org/#/im?p=@YoshlarMurojaatiBOT

Telegram Yoshlar Murojaat Tizimi bot

Tuesday, March 17, 2020

/start

Yoshlar Murojaat Tizimi  
Iltimos, ism va familiyangizni kiriting:  
(Masalan: Alisher Ahmatov)

Yoshlar Murojaat Tizimi  
Qaysi viloyatdانسiz?

Qoyidagi ro'yxatdan viloyatingizni tanlang

Toshkent shahri

Yoshlar Murojaat Tizimi  
Toshkent shahrining qaysi tuman yoki shaharidانسiz?

Qoyidagi ro'yxatdan tuman yoki shaharingizni tanlang

Olmazor tumani

Yoshlar Murojaat Tizimi  
Ariza yoki shikoyatingiz qaysi yo'nalishda?

Qoyidagi ro'yxatdan tanlang, agar ro'yxatda yo'q bo'lsa "Boshqa yo'nalishda" bo'limini tanlang

G'oya va takliflar

Yoshlar Murojaat Tizimi  
Murojaat matnini kiriting:

Write a message...

O'zbekiston yoshlar ittifoqi | Uyda Qoling! Mar 17, 2020 9:42:02 AM 403K

**KORONA VIRUS INFO**

**!! Rasmiy xabar !!**

O'zbekistonda koronavirus infeksiyasining tarqalishi va unga qarshi ko'rilayotgan choralar bo'yicha aholini to'g'ri xolis va aniq ma'lumotlardan tashqir jabardor qilish maqsadida Koronavirus info (@koronavirusinfo) rasmiy kanal ochilganligi haqida ma'lumot bergan edik.

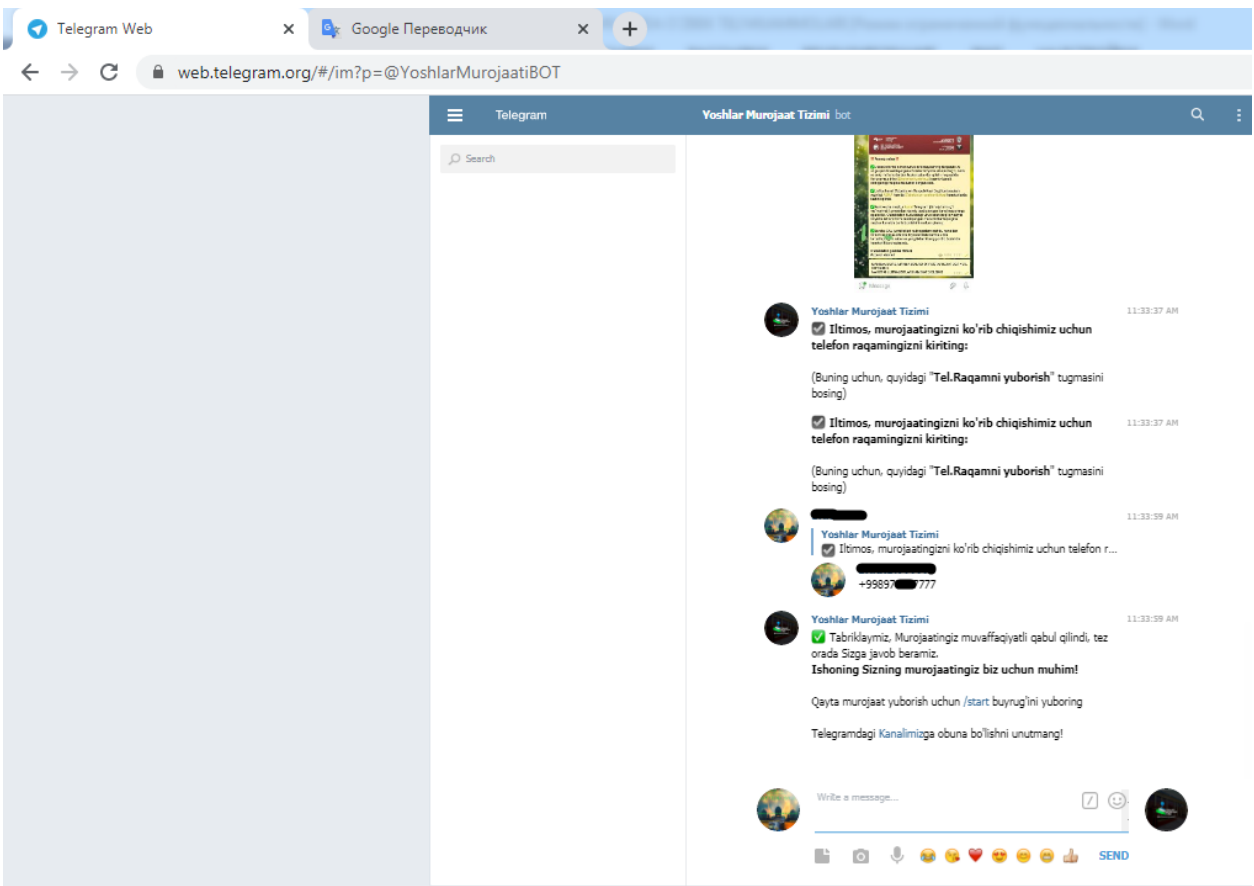
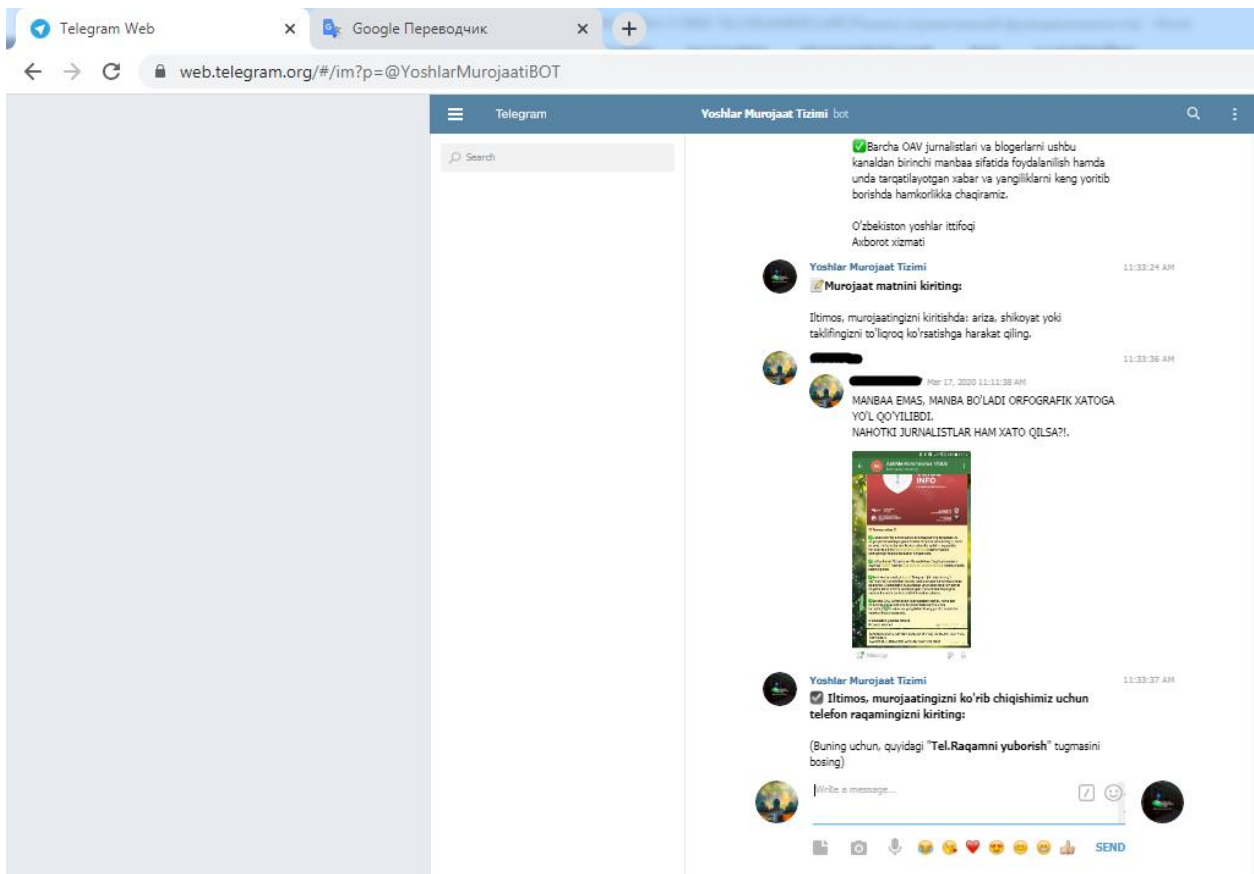
Ushbu kanal O'zbekiston Respublikasi Sog'liqni saqlash vazirligi, AOKA hamda O'zbekiston yoshlar ittifoqi hamkorligida tashkil qilindi.

Kuni kecha mazkur kanal Telegram ijtimoiy tarmog'i ma'muriyati tomonidan rasmiy tasdiqlangan kanal maqomiga ega bo'ldi. O'zbekiston hududidagi virus bilan bog'liq vaziyat bo'yicha ishonchli va tasdiqlangan ma'lumotlar faqatgina mazkur kanalda berib borilishini ma'lum qilamiz.

Barcha OAV jurnalistlari va blogerlarni ushbu

Write a message...





Орадан бир ой ўтганига қарамай, ҳеч бир каналнинг ботидан жавоб йўқ.

Яна бошқа бир канал ва у билан боғлиқ ҳолат ҳақида мисол келтирмоқчимиз.

2020 йил 22 апрель куни 19:52 да “Юксалиш” умуммиллий ҳаракатининг расмий телеграм каналида бир маълумот эълон қилинди.

У расм кўринишида бўлиб, уни таҳрир қилишнинг иложи йўқ.

**Карантинга қадар ишсиз бўлган ва кунлик даромад асосида яшаб келган кўплаб фуқаролар фаол меҳнат орқали иш билан таъминлади.**

Бу гап ғализ чиққан. Фуқаролар(ни) фаол меҳнат орқали иш билан таъминлади ёки фуқаролар фаол меҳнат орқали иш билан таъминла(на)ди бўлиши керак. Буни аниқлаш учун гапнинг қандай бошлангани билан танишиб кўрайлик.

**Карантин чекловлари сабабли, вақтинча ишсиз қолган фуқароларни моддий қўллаб-қувватлаш мақсадида қуйидагиларга алоҳида эътибор қаратилади:**

**Карантинга қадар ишсиз бўлган ва кунлик даромад асосида яшаб келган кўплаб фуқаролар фаол меҳнат орқали иш билан таъминлади.**

Карантинга қадар ишсиз бўлган ва кунлик даромад асосида яшаб келган кўплаб фуқаролар фаол меҳнат орқали иш билан таъминлади. Бу ерда гап фуқаролар хали иш билан таъминланмагани, балки энди иш билан таъминланишига эътибор қаратилиши ҳақида боряпти. Шу боис:

Карантинга қадар ишсиз бўлган ва кунлик даромад асосида яшаб келган кўплаб фуқаролар фаол меҳнат орқали иш билан таъминланади.

Бу хабарни <https://t.me/koronavirusinfouz> расмий канали “Юксалиш” умуммиллий ҳаракатининг расмий телеграм каналидан 20:52 да ўз каналига кўчириб ўтказган.

Яна ўша телеграм фойдаланувчиси “Юксалиш” умуммиллий ҳаракатининг расмий телеграм каналининг @yuksalishuzb\_bot ботига 20:54 да хабар юборади. Унинг мазмуни қуйидагича:

**Фойдаланувчи:** ASSALOMU ALEYKUM! 20:54

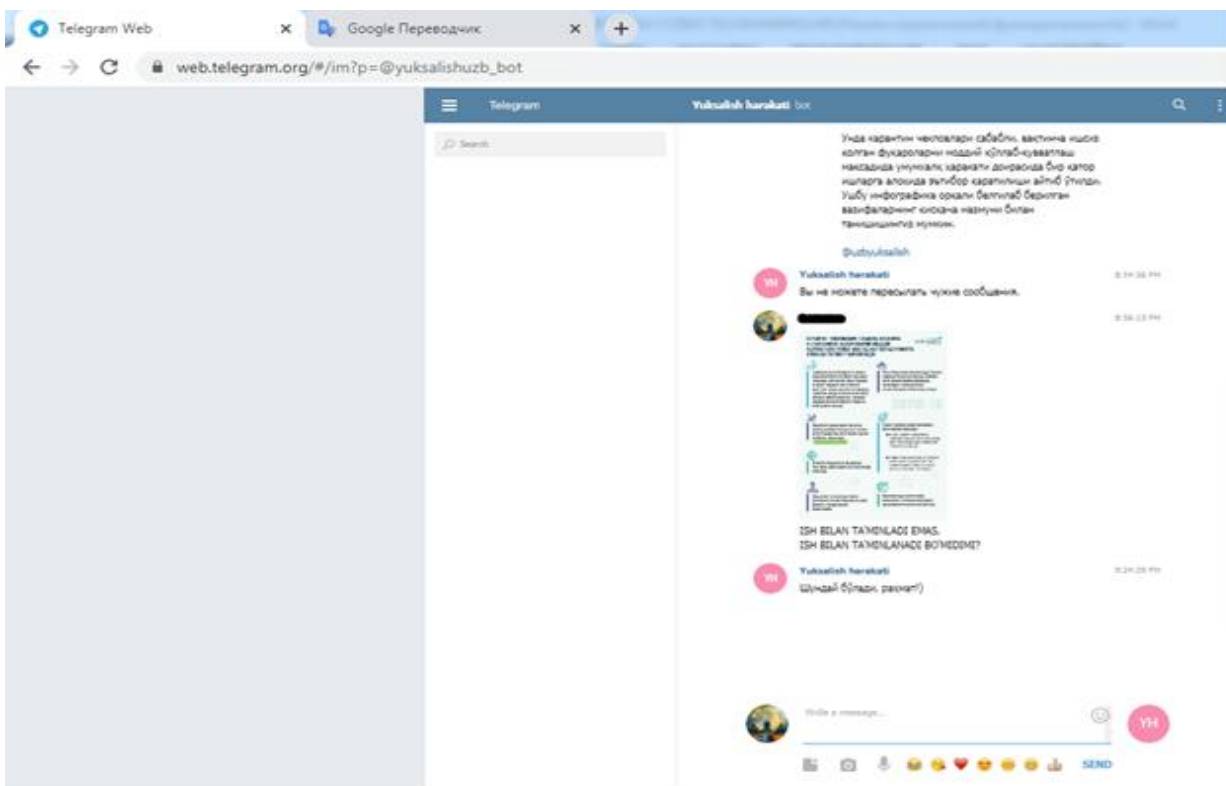
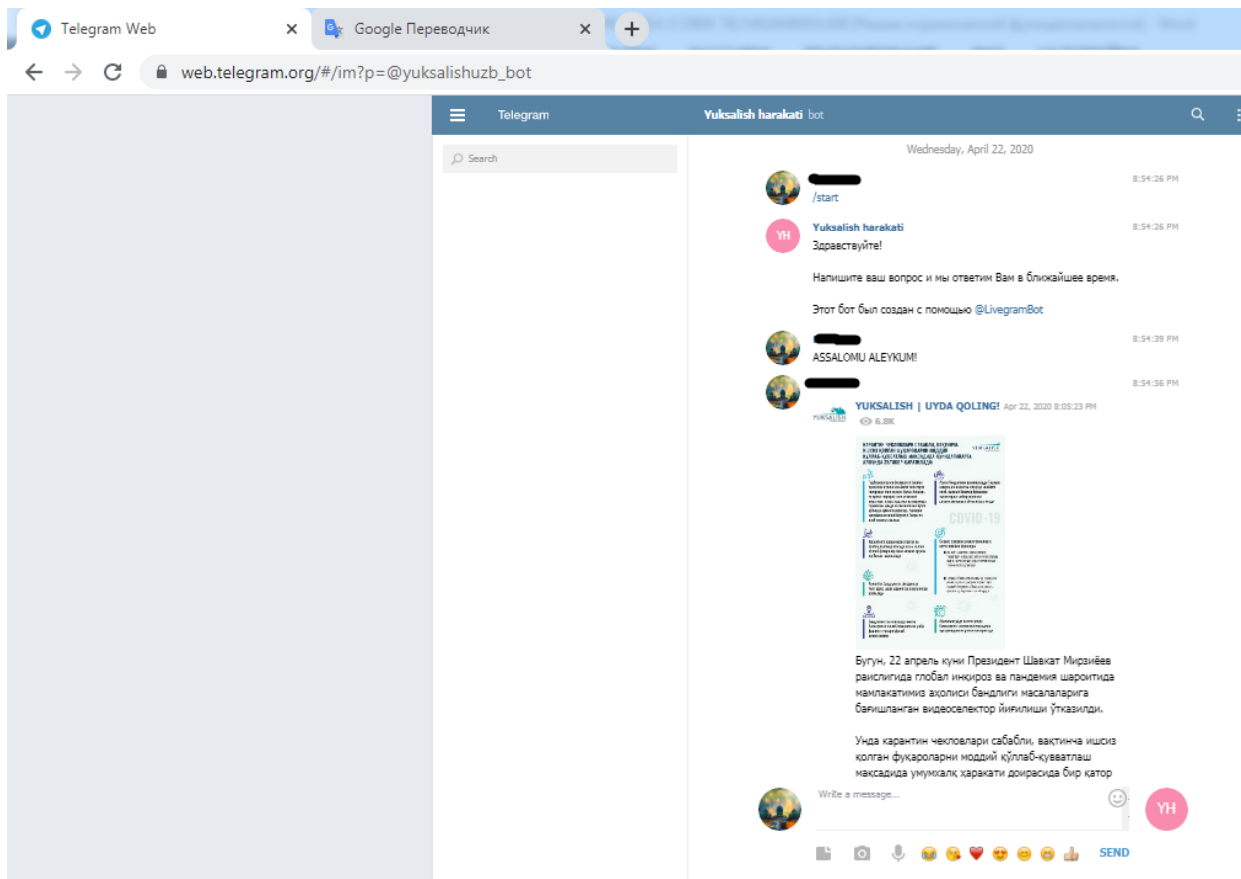
Хабарни <https://t.me/uzbyuksalish> телеграм каналидан олиб, ботга ташлайди. 20:54

**БОТ:** Вы не можете пересылать чужие сообщения.

**Фойдаланувчи:** Хабарни screenshot (телефон экранидан расмга тушириш) қилиб, ундаги хатони маркер орқали кўрсатиб юборади. 20:56

**БОТ:** Шундай бўлади, раҳмат!) 21:54

## Маълумотларни расм ҳолатида ҳам илова қиламиз:



Соат 20:54 да каналнинг ботиға мурожаат қилинапти. Орадан ярим соат ўтиб, 21:24 да мурожаатга ижобий жавоб келаяпти. Шундан сўнг каналга ҳам расм ўзгартирилган ҳолатда бошқатдан жойланапти. Бирок <https://t.me/koronavirusinfouz> каналида ҳали-ҳануз расм ўз ҳолича турибди. Ундаги манба кўрсатилган жойга кирилганда, маълумот чиқмаяпти...

Мана, Ўзбекистон коронавирус пандемияси оғир синовларидан ўтиб, янги – соғлом босқичга қадам қўймоқда. Синов даври сизу бизга кўп нарсаларни аён қилди, амалий томондан исботлаб ҳам берди. Ўша синовлардан бири – пандемия даврида ижтимоий тармоқларнинг фаолияти ва уларда ўзбек тили қоидаларига қандай амал қилинаётгани эди. Хатолардан тегишли хулосалар чиқариш – бу ҳар биримизнинг иш фаолиятимизга холис ва мардона ёндашишимиздир. У мансабдор шахс ёки оддий ходим бўладими, она тилимизга ҳурмат бажо келтирган ҳолда, ўз вазифасини рисоладагидек бажарса, йўл қўйган хатоларини вақтида тузатиб борса, ҳеч бир муболағасиз айтиш мумкинки, она тилимиз, қолаверса, Ватанимиз равнақига ҳисса қўшган бўлади.

### **Фойдаланилган манбалар:**

1. <https://t.me/koronavirusinfouz>
2. [https://t.me/yoshlarittifoqi\\_uz](https://t.me/yoshlarittifoqi_uz)
3. <https://t.me/uzbyuksalish>

### **МАТБУОТДА АНЪАНАВИЙЛИК ВА ЯНГИ ОМИЛЛАР**

*Мухтор Худойқулов,  
ЎзЖОКУ Медиа назарияси ва амалиёти  
кафедрасининг доценти, филология фанлари доктори.*

Матбуотнинг моҳиятини ташкил этувчи унинг ички қонуниятлардан бири унинг анъанавийлик ва янги омиллар қонуниятига амал қилишдир. Яъни, матбуот маълум бир тарихий даврда туғилиб, шу ижтимоий заминдан, жамият олдида турган вазифалардан йўналиш олиб, озикланиб иш кўрса-да, аммо у ўз фаолиятини бажаришда ўзидан олдинги даврлар матбуотида шаклланган ғоявий-ижодий омиллар, шакл ва услуб йўлларидан фойдаланади, бошқача қилиб айтганда матбуот ҳам адабиёт, санъат ва бошқа ижтимоий ҳодисалар каби анъанавийлик ва янги омиллар қонунига бўйсунди. Анъаналар инсониятнинг оламни билиш ва уни эгаллашда жамоа равишда йиққан билимлари, иш усуллари, тарихий тараққиёт давомида синалган, авлоддан авлодга мерос сифатида ўтувчи, ўз асосида катта ҳаётий заминга эга бўлган ғоявий-ижодий омиллар, инсоний тажрибалардир. Анъаналар ўз моҳияти эътиборига кўра ижобий ёки салбий хусусиятга эга бўлади. Ҳар бир давр ўз тараққиёти учун зарур бўлган ижобий анъаналарни танлаб олади, улардан фойдаланади ва аксинча – эскирган, тараққиётга ғов бўладиган салбий анъаналарни рад этади. Ўз даврида илғор бўлган ва тарихий тараққиёт талабларига жавоб бера олган ғоявий-ижодий омилларгина келгуси давр учун анъана бўлиб хизмат қилиши мумкин.

Умуман олганда анъанавийлик инсон ҳаёти ва фаолиятининг барча жабҳаларини қамраб олади, у кишиларнинг меҳнати, турмуши, урф-одатлари, таълим-тарбия соҳасида, ижтимоий-сиёсий фаолиятида, ижодда ва бошқа ижтимоий соҳаларда ўз ифодасини топади. Масалан, ўз мустақиллигига эришган Ўзбекистон республикасида ўз тараққиётида, ижтимоий-иқтисодий ислоҳотларнинг амалга ошишида, кишилар онгига мустақиллик ғоялари, янгича фикрлаш одатини сингдиришда, миллий мафқуранини вужудга келтиришда, тарихий тараққиёт давомида шаклланган ва бошқа кўпгина давлатлар, мамлакатлар ижтимоий ҳаётида синовдан ўтган анъаналарга, шу жумладан умуминсоний қадриятлар ҳамда миллий меросимизга амал қилиб келинмоқда. Бу ўтмиш анъаналаридан ижодий фойдаланишнинг юксак намунасидир. Шу билан биргаликда республикамиз ижтимоий-сиёсий ҳаётида яқин ўтмишда ҳукмрон бўлиб келган маъмурий-буйруқбозликка асосланган бошқарув тизими, юқоридан туриб режалаштирилувчи иқтисод ҳамда ғоявий яқка ҳокимликка асосланган мафқурадан воз кечилди. Бу эса ўтмишнинг салбий анъаналарига танқидий кўз билан қараб, тараққиёт учун зарурларини танлаб олиш ва салбий хусусиятларга эга бўлганларини рад этишнинг ҳаётий кўринишларидир. Кейинги йиллар мобайнида мамлакатимизда эркин, демократик фуқаролар жамиятини қуриш, халқнинг манфаат ва истакларига асосий эътиборни қаратиш, қўшни ва дунёнинг энг ривожланган мамлакатлари билан ҳар тарафлама ҳамкорликни янада чуқурлаштириш, инсон ҳаёти ва ҳуқуқларига эътиборни янада кучайтириш борасида ката ишлар амалга оширилмоқда. Бу масалалар 2017–2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясида ҳам ўз ифодасини топган. Бу ҳужжатда ва мамлакатимиз раҳбарияти томонидан олиб борилган сиёсатда ижтимоий-иқтисодий, маданий-маънавий соҳалардажаҳондаги энг устувор ва синовлардан ўтган ижобий қадриятларга амал қилиш ўз ифодасини топган.

Анъаналарни давом эттириш – уларни қандай бўлса шундайча такрорлаб қўя қолишдан иборат бўлмасдан, балки янгича давом эттириш, улар замини ва таъсирида янги омиллар яратишдир. Яъни, анъанавийлик – янгиликлар, янги омиллар қўшилиши билан чамбарчас боғлиқдир. Бир даврлар янги омиллар ҳисобланган иш усуллари, тажрибалар ҳаёт синовларидан ўтиб, анъана бўлиб қолганидек, шу кунда қўлланилаётган янги омиллар тарихий тараққиёт синовларига, талабларига жавоб берса келажак давр учун анъана бўлиб қолади. Бу қонуният ижтимоий тараққиётнинг асоси бўлиб хизмат қилади ва жамият ҳаётининг барча томонларини қамраб олади. Бу қонуният, юқорида айтганимиздек ижтимоий-сиёсий, иқтисодий-ишлабчиқариш, маданий-маънавий ҳаётда, фан-маорифда, адабиёт ва санъатда ва шулар жумласидан матбуотда ҳам тараққиётнинг объектив қонуни сифатида иш қўради. Уни билиш ва ўз фаолиятида қўлланиш барча соҳалардаги каби матбуот мутахассислари учун ҳам фарз ва қарзидир. Анъанавийлик ва янги омиллар қонуниятининг бузилиши тараққиётга зарар

келтиради. Жумладан, анъаналарни тан олмаслик –тараққиётни доимо янгидан бошлашга мажбур қилади, бу эса сунъийлик ва бошқа қийинчиликлар келтириб чиқаради. (Масалан, йигирманчи йилларда адабиётда мумтоз адабиёт анъаналаридан воз кечган футуристлар, жамият тараққиёти қонунларини тан олмаган анархистлар, дин ва тарихий қадриятларни менсимаган большевиклар сиёсатининг жамиятга қанчалик зарар келтирганлигини кўриш мумкин). Анъаналарни қандай бўлса шундайлигича давом эттириш эса тақлид ва такрорга олиб келади. Анъаналар билан янги омиллар яратиш бир-бири билан узвий боғлиқдир. Ҳақиқий анъаналар доимо ижодий равишда ривожланиб, сайқалланиб, янада чуқурлашиб, янги омиллар билан бойиб боровчи ижтимоий-ижодий ҳодисадир.

Матбуот ҳам ўз фаолиятида анъанавийлик ва янги омиллар қонуниятига тўла амал қилиши зарур. Яъни, ҳар бир давр матбуоти ўзидан олдинги давр матбуотида шаклланган тарихий тажрибаларга асосланиб иш кўради, ривожланади. Матбуотдаги анъаналар аввало унинг моҳиятида, функция ва тамойилларида ўз аксини топади. Мустақилликка эришган ўзбек матбуоти яқин ўтмишимизда ҳукм суриб келган коммунистик матбуотнинг бош тамойиллари ҳисобланган “коллектив тарғиботчи, коллектив ташвиқотчи ва коллектив ташкилотчи” ликдан иборат, яқка мафкура ҳокимлигига хизмат қилувчи, чекланган ижтимоий вазифалардан воз кечиб, умуминсоният матбуотида қабул қилинган ва кенг қўлланилиб келинаётган функцияларни бажармоқда. Бу – аввало эркин ахборот йиғиш ва тарқатиш, жамият ҳаётини кенг ва ҳар тамонлама тасвир этиш, жамиятдаги факт ва ҳодисалар, муаммоларни таҳлил этиш ҳамда ижтимоий воқеликка таъсир кўрсатишдан иборат ҳаётий анъаналардир. Бизнинг матбуотимиз коммунистик матбуотнинг фақат партиявийликдан иборат бўлган, сунъий чекланган тамойилларидан воз кечиб умуминсонийлик, миллийлик, ҳаққонийлик каби дунё матбуоти анъаналарига асосланиб иш кўрмоқда, ижтимоий ҳаёт воқеаларини ёритишда холислик, хур фикрлилик, турлича қарашларга кенг ўрин бериш каби умуминсоний анъаналар матбуотимиз фаолиятига сингиб бормоқда. Шу билан бирликда унда поклик, ҳаё билан иш кўриш, маълум даражада оқилона риоя ва андиша каби миллий анъаналаримиз ҳам ўз аксини топмоқда. Шу билан бирликда айрим матбуот нашрларида ҳамон эскича фикрлаш, ҳаётни коммунистик матбуот давридаги сингари бежаб кўрсатиш, бир ёқламалик каби салбий ҳолатлар ҳам учрайдики, бу ўтмишнинг салбий анъаналаридан тезроқ қутилиш лозимлигини яна бир бор исботлайди. Шу билан бирликда айрим мамлакатлар матбуотида кенг ўрин олиб келаётган ортиқча шов-шув, “олди-қочди” хабарларга, рекламага ҳаддан ташқари кўп ўрин бериш каби “анъаналар”дан ҳам воз кечилиши лозим. Ҳозирги замон матбуотида тезкорлик, ахборотнинг серкўламлиги, ўқувчини ўзига жалб қилиш учун турли усуллардан фойдаланиш каби янги омиллар ҳам қўлланилиб келинмоқдаки, булар давр талабига жавоб берса келгуси даврлар учун анъана бўлиб қолади.

Анъанавийлик ва янги омиллар қонунияти публицистик ижоднинг бош масаласидир. Ҳар бир журналист, ҳар бир публицист ўз ижодида ўзидан олдинги даврнинг моҳир журналист ва публицистлари қолдирган бой мерос билан қуролланган бўлиши ва ундан ижодий фойдалана олиши лозим. Шу билан бирликда бу анъаналар асосида янги омиллар, ижодий кашфиётлар яратиш ҳам ҳар бир ижодкорнинг бурчидир.

Анъанавийлик матбуотнинг ижтимоий вазифа ва тамойиллари билан чекланиб қолмасдан унинг барча томонларини, публицистик ижоднинг барча ижодий масалаларини қамраб олади. Матбуот материалларини тайёрлаш, таҳрир қилиш, сарлавҳа қўйиш, ҳар бир жанр, ижодий шаклда, публицистиканинг ҳар бир соҳаси ва турларида, ҳам бу қонун ўз ифодасини топиши талаб этилади. Ана шу қонунни пухта билган, ўзидан олдинги даврлар матбуоти анъаналарини, ўтмишнинг моҳир журналистлари ва публицистлари ижодий меросини, улар қолдирган ижодий омилларни чуқур эгаллаган ва бу анъаналар асосида ижод қилиб, матбуотни янги омиллар билан бойита оладиган ижодкоргина муваффақиятга эриша олиши мумкин.

Кейинги йилларда босма матбуот воситаларининг аксарияти янги давр талабларига жавоб бера олмасдан турли иқтисодий, ижодий қийинчиликларга дуч келмоқда. Буларнинг асосимий сабаби эса ўша нашрларнинг ҳамон эскича усулда иш олиб бориши, ҳаёт воқеаларини тасвирлашда баландпарвоз сўз ва иборалар, тантанавор руҳдан воз кеча олмаганликлари, янги усуллар устида ишламаётганликлари натижасидир. Матбуотимизда чет эл оммавий ахборот воситаларида кенг қўлланиладиган ҳақиқий янгиликлар излаб топиш, уни ўқувчига тезлик ва қизиқарли қилиб етказиш етишмайди. Чунки матбуот ходимлари орасида турмуш воқеаларини тезкорлик билан ёритувчи репортерлар етишмайди. Газета ходимлари эса ўзлари янги мавзу, воқеа излаб топишмасдан муҳаррир ёки бошқа бошлиқларнинг буйруқларини кутиб ўтиришади. Ҳолбуки, масалан бир туман ҳаётида юз берган турлди воқеа ваҳоисаларни яширмасдан рўйси-рост, қизиқарли қилиб тиасвирланса туман газеталари ҳам бемалол яшаб қолишлари мумкин. МАтбуотда ҳаётни ҳаққоний тасвирлаш, ижтимоий камчиликларни рўй-рост танқид қилиш ҳозирги замоннинг муҳим талабидир. Бу жиҳатдан янги матбуот тури – интернетдаги ижтимоий каналлар турли тезкорлик йўллари билан муваффақият қозонишмоқдалар. Худди анна шу ишни кундалик матбуот нашрларида ҳам кенг йўлга қўйиш лозим. Журналлар эса ўзларининг ҳақиқий ўқувчиларини излат топишлари лозим. Бу эса ҳар бир матбуот раҳбари, ҳар бир журналистдан анъанавийлик ва янги омиллар қонунини чуқур билиш ва унга ижодий амал қилишни талаб этади.

Матбуотдаги анъанавийлик ва янги омиллар қонуни давр билан, унинг тараққиёти билан бирликда тараққий этиб, такомиллашиб боради. Шу кунимизда яратилган ва ҳаёт синовидан ўтган янги, ижодий омиллар келгуси авлод учун анъана бўлиб хизмат қилади.

## **КОРОНАВИРУС ПАНДЕМИЯСИ ШАРОИТИДА ОНЛАЙН “ДАВРА СУХБАТЛАРИ”: МУАММО ВА ЕЧИМЛАР**

*Мирзаҳаким Тўхтамирзаев,  
педагогика фанлари номзоди, доцент*

2020 йил аввалида инсоният мисли кўрилмаган синовларга дуч келди. Коронавирус пандемияси шароитида бошқалар қатори спортга ихтисослашган оммавий ахборот воситалари ҳам ўз фаолияти мазмун-моҳияти ҳамда шаклу шамойилини кўриб чиқишига ҳамда ўзига хос ўзгаришларни амалга оширишига тўғри келди.

Карантин туфайли деярли барча мамлакатларда спорт мусобақалари номаълум муддатга тўхтатиб қўйилди ёки бекор қилинди. Жумладан, Токиода ўтиши режалаштирилган тўрт йилликнинг энг нуфузли комплекс мусобақалари – Олимпия ва Паралимпия ўйинлари 2021 йилга қўчирилди. Дастлабки кунлар давомида интернет сайтлар, телеканаллар аввалги мусобақаларни такроран намойиш қилиш ёки тарихдан лавҳаларни тақдим этиш билан мухлислар эътиборини тортишга ҳаракат қилишди. Лекин янги натижалар ва янги маълумотлар тақдим этилмаслиги томошабин ва ўқувчилар аудиториясини сезиларли камайтириб юборди.

Шундай шароитда Championat.asia сайти аввалроқ бошлагани “Тезкор студия” кўрсатуви форматини ўзгартирган ҳолда футбол мухлисларини қайтаришга ҳаракат қилди. Карантингача ушбу лойиҳада асосан сайт ходимлари ва спорт журналистлари иштирок этишарди. Энди эса футбол соҳасининг турли вакиллари таклиф этила бошланди. Ҳамма ўз уйидан туриб “давра суҳбати”га қўшилди. Ва бу кўрсатувлар нафақат миллионлар ўйини ишқибозлари, балки турли оммавий ахборот воситалари спорт журналистлари учун ҳам ўзига хос манбага айланди.

Биз “Тезкор студия” ва анъанавий равишда телеканалларда бериб бориluvчи шу каби кўрсатувларни таққослашга, уларнинг ўзига хос ютуқ ва камчиликларини таҳлил қилишга уриниб кўрдик.

Онлайн “давра суҳбати” географияси кенглиги билан телеканаллардаги кўрсатувдан ажралиб туради. Сайт орқали намойиш этилаётган кўрсатувни дунёнинг исталган қисмида (интернет бор жойда, албатта) кўриш мумкин. Телеканаллар эса фақат муайян ҳудуддагина томошабинлар эътиборини ўзига қарата олади, холос.

Ўз навбатида, сайт орқали намойиш этиладиган кўрсатувда турли мамлакатлар ва ҳудудларда бўлиб турган мутахассислар қатнаша олади. Масалан, Қатарда ишлаётган Алишер Никимбаев, Москвада истиқомат қилаётган Александр Гейнрих ва бошқаларни санаб ўтиш фикримизни тасдиқлайди. Телестудияга фақат шу шаҳарда бўлиб турганлар таклиф этилади. Бошқа ҳудуддагиларни онлайн эфирга улаш ўзига хос техник ва маъмурий тўсиқларга дуч келиб, бу имкониятдан фойдаланиш фоизи жуда пастлигини таъкидлаш жоиз.

Афсуски, сайт орқали онлайн намойиш ҳақидаги эълондан беҳабар қолган мухлис қизиқарли суҳбатни ўтказиб юбориши мумкин. Бироқ ёзув



интернетда жойлаштирилиши кейинроқ бемалол кўриб чиқиш имкониятини тақдим этади.

“Тезкор студия” доим ҳам аввал эълон қилинган вақтда бошланмагани, айрим бошловчи ва меҳмонлар кечикиши, мавзу аниқ белгиланмагани, мукамал сценарийнинг йўқлиги, иштирокчилар нутқидаги нуқсонлар, бошловчи бир пайтнинг ўзида режиссёрлик қилишига ҳам тўғри келиши бу борада ҳали тажриба орттирилиши ҳамда кўп ишлаш кераклигини исботламоқда.

Сайтда ҳеч қандай цензура йўқлиги меҳмонларга қўл келади. Улар бемалол шароитдаги суҳбат чоғида хотирага таяниб айтган рақамлар, жамоалар ёки шаҳарлар, учрашувлар натижаларини тажрибали муҳаррир синчковлик билан текшириб, кейинчалик кўрсатувни интернет орқали намойиш этиш чоғида зарур ҳолларда титрлар ёрдамида тузатиши мақсадга мувофиқ. “Тезкор студия”да иштирокчилар ҳикоялари томошабинларда қизиқиш уйғотишини эътироф этган ҳолда, айрим ҳолларда айтилган маълумотлар тарихий фактларга мос келмаслигига шохид бўлдик.

Масалан, 1999 йил ноябрида Осиё чемпионатида саралаш турнирида Бирлашган Араб Амирликларининг Ал Айн шаҳрида ўтган. Ўзбекистон терма жамоаси ҳужумчиси Максим Шацких дастлабки ўйиндан сўнг Дубайдан Киевга учиб бориб, “Динамо” клуби сафида Европа чемпионлар лигаси доирасида Мадриднинг “Реал” жамоасига қарши учрашувда қатнашгач, Франкфурт орқали яна Амирликларга қайтади. Саралашнинг ҳал қилувчи баҳсида мезбонлар дарвозасига ғалаба тўпини киритади. Бир ҳафта мобайнида бўлиб ўтган ўша воқеалар ҳақида гапираётганда “Тезкор студия” меҳмони турнир Абу Даби шаҳрида ўтганини эътироф этди. Ал Айн шаҳри эса Абу Даби амирлиги таркибида бўлса-да, пойтахтдан автоўллар орқали 164 км масофада жойлашган.

Интернет тезлиги айрим ҳолларда “Тезкор студия”ни онлайн кўриш чоғида муаммоларни келтириб чиқариши эътиборга молик. Интернетдаги суҳбатни аксарият ҳолларда смартфон ёки планшетларда кўришади. Яъни тасвир кичик форматда қабул қилинади.

Амалиётдан келиб чиқиб таққосласак, анъанавий телекўрсатувларнинг ҳам ўз ижобий томонлари борлигига эътибор қаратамиз.

Масалан, у ёки бу кўрсатув аввалдан дастурга киритилади ҳамда белгиланган кун ва вақтда эфирга узатилади. Кўрсатув муаллифи олдиндан тузилган режа асосида сценарийни ишлаб чиқади, меҳмонларни танлайди.

Ёзиб олиб эфирга узатиладиган кўрсатувларда монтаж вақтида камчиликларни тузатиш, мантиқий изчилликка эришиш, ортиқча кадрларни “кесиб ташлаш” орқали самарадорликни ошириш имконияти мавжуд.

Сигнал телевизорларга синовдан ўтган воситалар ёрдамида етиб бориши туфайли кўрсатув сифати таъминланади. Катта экранли телевизорлар, студиядагиларни турли ракурслардан кўриш имконияти ҳам анъанавий телеканалларнинг устунлигини ифодалайди.

“Тезкор студия” меҳмонлари аксарият ҳолларда фақат ҳикоя қилиш билан чекланишди. Ваҳоланки, турли суратлар, видеоларҳалар, жадваллар, анимация ва графиклар, бошқа кўргазмалар воситалар онлайн кўрсатувнинг сифатини ва савиясини оширишга ҳисса қўшиши шубҳасиз. Бунинг учун сайтдаги фото ва видеоматериаллардан фойдаланиш имконияти мавжуд.

Онлайн суҳбатни олиб боровчи журналистлар нутқи адабий тилнинг барча меъёрларига жавоб бериши зарур. Ўз навбатида, кўрсатув бошлангунга қадар меҳмонларга, қайси тилда сўзлашларидан қатъи назар, нутқ одобига амал қилишни эслатиш ўринли бўлади. Чунки баъзи иштирокчилар шевада гапиргани етмагандай ўзбек ва рус тилларидаги сўз ва ибораларни аралаштириб қўллаши кўрсатув савиясига салбий таъсир қилмоқда.

Шу ўринда қуйидаги таклифни ўртага ташламоқчимиз: кўрсатув иштирокчиси фикрини ўзи хоҳлаган тилда эмин-эркин ифодалайверсин. Лекин сайтдаги муҳаррирлар рус тилида билдирилган фикр-мулоҳазалар мазмунини титрлар ёрдамида давлат тилида бериб боришсин. Синхрон таржимани қўшиш техник имконияти топилса жуда зўр бўларди.

“Тезкор студия”нинг ютуқларидан яна бири: кўрсатувда билдирилган муҳим фикрлар ва хабарлар сайтда алоҳида матн сифатида ҳам чоп этилмоқда. Ана шу хабарлар кўрсатувни томоша қилиш йўлидаги дастлабки қадамга айланиши эҳтимолдан йироқ эмас.

Бироқ қисқа хабарлар билан чекланмасдан бир ярим-икки соат давом этган мунозаларнинг таҳлилига бағишланган мақолалар ёзиш, меҳмонлар билдирган фикрларга мутахассис ва мухлисларнинг муносабатларини омма эътиборига ҳавола қилиш мақсадга мувофиқ.

Коронавирус пандемияси шароитида ишлаш спорт журналистлари учун ўзига хос синов ва тажриба мактабига айланди. Бир қатор камчиликлар яққол кўриниб қолди. Мухлислар эътиборини жалб қилишнинг янги имкониятлари топилмоқда. Улардан самарали фойдаланиш оммавий ахборот воситалари учун ҳам, спортив ривож учун ҳам, спорт ихлосмандлари учун ҳам муҳим аҳамият касб этади.

## **СПОРТ ФЕДЕРАЦИЯЛАРИ ФАОЛИЯТИДА МАТБУОТ ХИЗМАТИНИНГ ЎРНИ ВА РОЛИ**

*Лайло Тураева  
Ўз ЖОКУ ўқитувчиси*

Сўнгги йилларда ҳар бир соҳада бўлгани каби жамоатчилик билан алоқалар соҳаси ҳам жамиятда муҳим ўрин эгаллай бошлади. Давлат ва нодавлат ташкилотларда матбуот хизмати департаментларига бўлган талаб ва таклиф кун сайин ортиб боради. Аммо ижтимоий муносабатларнинг жуда муҳим қисми бўлган спорт соҳаси ичида ушбу касбга бўлган эҳтиёж бору, лекин кадр масаласи ҳамон жумбоқлигича қолмоқда.

Яқин келажакда жамиятнинг спортга бўлган эътибори, жисмоний тарбия ва соғлом турмуш тарзини оммалаштириш бўйича давлат дастурларининг кучайиши, бу соҳага инвестицияларнинг киритилиши ва бошқа қўллаб шарт-

шароитларнинг яратиши спорт ташкилотлари ўртасидаги ўзаро рақобат оммавий услубий базага ва малакали мутахассисларга эга бўлишига ёрдам беради.

Матбуот хизмати спорт оламининг зарур соҳаларидан бири бўлиб, жамоалар ва спортчилар фақат ўзлари учун масъул эмасдирлар. Уларнинг биринчи вазифаси мамлакат ва фуқаролар олдидаги бурчидир. Ҳозирги кунда спорт дунёси жамоатчилик билан алоқаларни профессионал даражага олиб чиқиш босқичидадир.

Матбуот хизмати - бу аниқ бир шахс ёки умуман ташкилот учун ахборотни тақдим этадиган хизмат. Матбуот хизматининг вазифалари қуйидагилар:

а) мониторинг бўлими (оммавий ахборот воситаларини таҳлил қилади, фаолиятнинг ёритилишини кузатади, мухбирлар ва шарҳлар, таҳлилий эслатмалар тайёрлайди);

б) журналистлар билан тезкор ишлар олиб бориш бўлими - матбуот хизматлари таркибидаги мажбурий қисм (пресс-релизлар ва бошқа хабарларни ёзишни таъминлайди);

с) интернет хизмати (веб-сайтлар яратилади, етакчи блогларни маълумот билан таъминлайди);

д) жамоат ташкилотлари билан ўзаро алоқалар бўлими (жамоатчилик билан алоқаларни мувофиқлаштиради).

Спорт ташкилотлари фаолиятида матбуот хизматининг умумий вазифалари қуйидагилар:

- жамоатчилик орасида спорт клубига бўлган эътиборни кучайтириш;

- спорт ташкилоти ва унинг вакиллариининг жамоат олдида фаоллигини ошириш;

- натижаларнинг пасайиши сабабли инқирозли вазиятларнинг вақти-вақти билан юзага келиши, бу спортда муқаррар ҳодиса эканлигини жамоатчилик онгига сингдириш;

- Спорт ташкилотининг ҳомийлари ва муассисларига, яъни моддий базани таъминлайдиган ташкилотлар муносабати матбуот котиби фаолиятига боғлиқ бўлиши...

Шунингдек, аксарият маҳаллий спорт ташкилотларида бренд менежерлари, маркетинглар, ПР-менежерлар каби мутахассислар йўқ, шунинг учун матбуот хизмати жамоатчилик билан алоқалар, реклама ва брендни илгари суришга қаратилган барча функцияларни ўз зиммасига олиши керак. Матбуот хизмати спорт ташкилотининг жадал ривожланишини таъминлайдиган, оммавий ахборот воситалари вакиллари билан муносабатларни ўрнатадиган ва брендни ривожлантирадиган муҳим институтлардан биридир.

Маҳаллий спорт менежментининг ўзига хос хусусиятларидан бири шундаки, оммавий ахборот воситалари вакиллари билан муносабатларни ўрнатишнинг замонавий тамойиллари фақат ривожланишининг бошида. Бу борада кўплаб ташкилотлар ғарблик ҳамкасбларидан орқада.

Мутахассисларнинг таъкидлашича, Ғарбий мамлакатларда спорт бу пул ишлаб чиқариш воситаси эканлигига қатъий ишонч мавжуд ва бу фалсафа нафақат юқори даражадаги клубларга, балки ўрта қатлам вакиллари масалан деҳқонларга, шунингдек маълум ташкилотларга ҳам тегишли. Баъзи мамлакатларда масалан, Россия клублари аксарият ҳолларда спорт тадбирларидан қандай қилиб яхши фойда олишни билишмайди. Бунинг бир неча сабаблари бор: ушбу соҳага масъул ходимларнинг нопрофессионалиги, томошабинларнинг спортга бўлган қизиқишининг пастлиги билан яқунланишидандир. Бунинг сабабчиси яна жамоатчилик билан алоқалар учун жавобгар бўлган масъуллар матбуот котибларидир.

Спорт ташкилотларида матбуот хизматининг муваффақияти қуйидаги ҳолларда белгиланади:

### **1. Тижорат учун.**

- мухлисларни трибуналарга жалб қилиш ва чипталар ва мавсумий чипталарни сотишни кўпайтириш; телевидение ва радиоэшиттириш ҳуқуқларини сотишдан тушган даромадни кўпайтириш;

- спорт соҳасига оид ташқи реклама берувчилар сонининг кўпайиши;

- спорт ташкилотлари ҳудудида ва ундан ташқарида эсдалик совғалари ва бошқа маҳсулотларни сотишни фаоллаштириш;

- ташкилот таъсисчилари ва унинг ҳомийларидан кўшимча молиялаштиришни жалб қилиш;

- ташкилот (клуб) эҳтиёжлари учун "хусусий хайрия" фондини яратиш;

- спорт ташкилотининг инсоний капиталининг "қийматини" ошириш (ўйинчилар, мураббийлар штаби, клуб раҳбарияти).

### **2. Рамзий капиталнинг ўсиши**

- мухлислар ҳамжамияти ва ташқи аудитория ўртасида клубнинг обрўсини ва оммавийлигини ошириш;

- спорт ташкилотининг нуфузини ошириш;

- мақсадли гуруҳ орасида брендни ривожлантириш ва илгари суриш;

- ташкилот билан аниқланадиган ва унинг таркибига янги аъзоларни (мухлисларни) жалб қиладиганлар учун "клуб брендини" ни яратиш имконияти.

### **3. Ташкилотда спорт салоҳиятининг ўсиши:**

- спорт ташкилоти ходимларининг малакасини оширишга, қулай ташқи муҳит ва ахборот фондини яратишга кўмаклашиш;

- болалар ва ўсмирларни спортга, ўсмирлар спорт мактабларига ва олимпия захирасига ихтисослашган болалар ва ўсмирлар спорт мактабларига жалб қилиш, уларнинг ота-оналари танлаётганда ўзларига маълум бўлган кучли брендни бошқариш;

- профессионал ахборот сиёсатини амалга ошириш туфайли ўз спорт натижаларига ва рақобатчиларнинг потенциалига таъсир қилиш.

### **4. Ижтимоий вазифани бажариш:**

- соғлом турмуш тарзи, жисмоний тарбия, спорт ва туризмни тарғиб қилиш;

- ижтимоий кескинликни ва девиант хатти-ҳаракатларнинг потенциални камайтириш;

- ёшларни фаол ижодий фаолиятга жалб қилиш;

- аҳоли онгида ватанпарварлик туйғуларини кучайтириш.

Шундай қилиб, матбуот хизмати спорт ташкилотининг даромадини оширишга катта ҳисса қўшиши мумкин, аммо бу зарурат ва ваколатларга эга бўлган ушбу ташкилотнинг раҳбари профессионал бўлган тақдирдагина муҳимдир.

Спорт соҳасидаги жамоатчилик билан алоқалар соҳасидаги ҳозирги ички ҳолат оммавий ахборот воситалари ва жамоатчилик учун очик бўлган спорт ташкилотлари билан бир қаторда матбуот хизматининг ривожланишига етарлича эътибор бермайдиган ташкилотлар мавжудлиги билан тавсифланади.

Спорт ташкилотларининг матбуот хизматлари, қоидага кўра, қуйидаги асосий йўналишни амалга оширишга интилишади.

### **1. Мухлислар :**

ташкилот фаолияти, унинг спорт натижалари ва янгиликлари ҳақида жамоатчиликни хабардор қилиш;

ташкилотнинг расмий веб-сайтини маълумотлар билан тўлдириш ва ривожлантириш;

мухлислар билан мулоқот, шу жумладан виртуал маконда;

мусобақаларнинг қониқарсиз натижалари юзага келганда юзага келиши мумкин бўлган ташкилотга нисбатан жамоатчилик ўртасидаги салбий кайфиятларни минималлаштириш ва ҳк.

### **2. Ҳамкорлар:**

бошқа ташкилотлар вакиллари ва мусобақаларни ўтказадиган федерациялар вакиллари билан ўзаро муносабат (футболга нисбатан, бу профессионал футбол лигаси)

### **3. Журналистлар :**

тақдимот тадбирларини ўтказиш (матбуот анжуманлари, ўйинчилар ва ташкилот раҳбарларининг маданий тадбирларида чиқиш ва бошқалар);

журналистлар ва ташқи жамоатчилик вакилларининг дўстона хуружлари ва ҳужумларига йўл қўймаслик;

### **4. Ташкилот жамоаси:**

футболчилар, мураббийлар ва жамоа раҳбариятига оммавий ахборот воситалари билан ўзаро алоқада ёрдам бериш;

ташкилотнинг барча аъзолари ўртасида конструктив ҳамкорлик муҳитини яратиш.

мақсадли аудитория учун умумий иш йўналишлари қуйидагилардан иборат:

клуб номидан босма, фото ва видео маҳсулотларни нашр этиш;

ташкилотнинг ижобий имиджини шакллантириш ва унинг брендини ривожлантириш;

етакчилар ва ўйинчилар билан онлайн конференциялар ўтказиш.

Спорт ташкилотларида кўпинча матбуот хизматлари одатда бир инсон билан чекланган ва бир қатор функцияларни битта одам бажариши мумкин. Бундай ҳолда мутахассис мутлақо бошқа функцияларнинг катта ҳажмини олади.

Бутун дунёда ва жумладан мамлакатимизда ҳам бошқа спорт турлари орасида энг кенг ривожланган, дунёдаги спорт ихлосмандлари эътиборини жалб қила олган спорт тури бу футбол экан биз уларнинг тажрибасига мурожаат қиламиз ва клуб матбуот хизмати фаолиятларини таҳлил қиламиз. Айнан футбол клубларига мурожаат қилишмизнинг яна бир ўзига хос хусусияти шундаки, дунё миқёсида айниқса Европа мамлакатларида баъзи спорт клубларидаги журналистлар билан ишлайдиган мутахассисларнинг аксарияти матбуот котиблари эмас, балки матбуот атташелари деб номланади.

Футбол клубида, кўплаб спорт ташкилотларида бўлгани каби, инсон фактори муҳим катта рол ўйнайди. Клубдаги бирдамликни шакллантириб, улар билан ўртоқлашадиган ва ҳурмат қиладиган ва ўз олдига қўйилган вазифаларни биргаликда ҳал қилишга тайёр бўлган, фикри теран ўйинчиларни бир сўз билан бошқара оладиган, қисқаси бирдам жамоани шакллантиришда етакчилик қила оладиган ҳар қандай жамоавий спорт клубининг муҳим вазифаларидан биридир.

Футбол клуби матбуот хизмати ишининг ўзига хос хусусиятларини инобатга олган ҳолда, шуни таъкидлаш керакки, унинг фаолияти давлат муассасалари матбуот хизмати фаолиятдан тубдан фарқ қилади. Аввало, бу матбуот хизмати томонидан бажариладиган функцияларда намоён бўлади. Бугунги кунда спорт клубларида унинг фаолиятига бошқача муносабатда бўлишади: баъзилари матбуот хизмати оммавий ахборот воситалари, мухлислар билан ўзаро алоқада ва клубнинг реклама ва имидж фаолиятини қўллаб-қувватлашда ҳал қилувчи рол ўйнашини айтса, бошқалар, улар юқорида тавсифланган матбуот хизматининг стандарт функцияларини бажариш учун тайинланган (йиғилиш вақти тўғрисида хабар, пресс-релизларни тарқатиш ва бошқалар) деб ўйлайди.

Матбуот хизмати ходимлари футбол клубларининг матбуот котиблари фаолияти ва таркибий жамоаларнинг молиявий имкониятларига қараб бир кишидан бир неча кишигача бўлади. Футбол жамоаларининг матбуот хизмати нафақат журналистика соҳасида, балки спорт соҳасидаги профессионал ҳам бўлиши керак. Бу жуда муҳим. Матбуот хизмати раҳбарининг ўзига хос хусусияти шундаки, унинг вазифаси футбол клубининг ташқи муҳитига (оммавий ахборот воситалари, жамоатчилик, ҳокимият вакиллари ва бизнес вакиллари) ҳам, ички муҳитига (клуб ходимлари, футболчилар ва мураббийлар, клуб асосчилари ва эгалари) боғлиқ.

Таъкидлаш жоизки, аксарият футбол клубларида бренд менежерлари, маркетинглар, ПР мутахассислари каби мутахассислар йўқ, шунинг учун уларнинг жамоатчилик билан алоқалар, реклама ва брендни тарғиб қилишга қаратилган барча вазифалари матбуот хизматига юклатилган.. Матбуот хизматининг доираси расмий веб-сайтни, ижтимоий тармоқларда ҳисоб

кайдномаларини юритиш киради. Расмий веб-сайтда эълон қилиш учун материаллар маълум тузилишга мувофиқ тайёрланади:

1) жамоани ўйинларга тайёрлаш. Ўқув жараёни. Матн, фоторепортаж, видео ҳисобот;

2) учрашувни жадвалини олдиндан ўрганиш, эшиттиришлар жадвалини кўриб чиқиш. Таркиблар билан танишиш, Ўйин натижаларини ўрганиш;

3) бош мураббийлар иштирокидаги ўйиндан кейинги матбуот анжуманлари. Футболчилар шарҳлари. Ўйиннинг фото ва видео шарҳи.

Баъзи мамлакатларда кўплаб спорт ташкилотлари ва клубларининг матбуот хизматлари битта ходимдан (пресс атташе) иборатлигини ҳисобга олсак, у жамоатчилик билан алоқалар ва журналистлар ҳамжамиятида йўналишни ривожлантириш учун катта масъулият юклайди. Бу иш махсус касб маҳоратини талаб қилади, бошқа фаолият соҳаларидаги матбуот ходимларидан талаб қилинадиган даражадан биров фарқ қилади. Барча матбуот хизматларининг асосий вазифаси жамоатчилик фикри ва кайфиятига таъсир қилишдир. Улар ишларига содиқ бўлган ҳолда, ҳаттоки, спортчини рақибга ютқазгандан кейин ҳам кўллаб-қувватлаши ва кайфиятини кўтаришга қодир психолог вазифасини ўташи керак. Шунингдек, футбол клубининг матбуот ходими янги технологиялардан, шу жумладан виртуал макондан фойдаланган ҳолда, мухлислар, футболчилар ва клуб асосчиларини ягона жараёнда бирлаштира оладиган замонавий инсон бўлиши керак.

## **ЗАМОНАВИЙ ЖУРНАЛИСТИКАДА VR ТЕХНОЛОГИЯЛАРНИНГ ЎРНИ ВА ИСТИҚБОЛИ**

*М.Саидова*

*ЎзДЖТУ халқаро журналистика*

*назарияси ва амалиёти кафедраси ўқитувчиси*

Ўзбекистон миқёсида рақамли медиа технологияларининг илмий тадқиқотлари техник қурилмалар кўринишида ўрганилиш даражаси бошқа таълим соҳаларига қараганда анча илгарилаб кетди. Бунга Тошкент ахборот технологиялари университети профессор-ўқитувчилари, талабаларининг тадқиқотларини мисол тариқасида келтиришимиз мумкин. Архитектура, саноат, ишлаб чиқариш каби соҳаларда замонавий технологиялардан фойдаланишнинг самараси мазкур университет маркетинг фаолиятини ошириб бораётгани сир эмас. Ушбу илмий мақоламизда рақамли медиа платформасидаги янги *ахборот* ускуналари ҳақида фикр юритамиз. Сўнгги пайтларда иммерсив журналистика медиа тадқиқотчилари ва соҳа вакилларининг муҳокама мавзусига айланди. Ғарб олимларининг бу борадаги илмий тадқиқотларини ўрганиш жараёнида ахборот узатишнинг янги – панорамали кўриниши ахборот истеъмолчисини воқеликнинг бевосита иштирокчиси сифатида намоён бўлишини талқин этаётганларининг гувоҳи бўлдик. Ўрта Осиё худуди тадқиқотчиларининг илмий изланишлари билан

қизиқиб кўрганимизда, Ал-Фароби номидаги Қозоғистон миллий университети профессори Галия Ибраеванинг илмий изланишлари бўйича ёзган мақоласи мазкур илмий тадқиқотимиз натижаларини яна-да ойдинлаштиришимизга катта ёрдам берди. Муаллиф ўз мақоласида иммерсия эффекти ахборот маҳсулотларини ишлаб чиққан ва амалий тадқиқотларини олиб борган компания, университетлар, марказлар, алоҳида изланувчилар ишини батафсил талқин этган.

Фикримизча, мазкур янгиликка катта қизиқишларнинг сабабларидан бири асли ҳаётий ҳақиқатга ҳудди ўхшаш бўлган воқеликларни, образларни юқори аниқликда рақамли нусхасини яратиш имкониятига эга технологиялардир. Яна бир сабаби - журналистик фаолиятда ахборот “иштирокчиси” эффектида ахборот узатиш имкониятидир.

Иммерсив журналистикага назарий ёндошувлар талқини аллақачон баҳс ва мунозаралар мавзусига айлангани сир эмас. Иммерсия эффектига эришишнинг кўплаб усуллари мавжуд. Булардан бири виртуал дунё технологияларини қўллаш, яъни виртуал ҳаёт муҳитига шўнғишдир. Виртуаллаштириш технологиялари бир неча ўн йиллик тарихга эга. Мазкур технологиянинг такомиллашиб бориши келажак коммуникацияларининг универсал медиаканали сифатида намоён бўлади. Тадқиқотчилар реалликни уч турга ажратадилар: VR (виртуал реаллик), AR (тўлдирилган реаллик) ва MR (аралаш реаллик). Virtual Reality (VR) деганда одатда виртуалликка шўнғиш учун сунъий равишда яратилган ҳаёлий муҳит тушунилади<sup>2</sup>. Бунда фойдаланувчи сунъий реалликни яратиш берувчи махсус кўзойнак ёки шлем ёрдамида сунъий муҳитга кириб боради. Augmented Reality (AR), яъни тўлдирилган реаллик бу ҳақиқий реаллик муҳитида қўшимча созлашлар ва опциялашлар орқали ҳақиқий дунё ташқи қатламларига сайқал бериб ёки уни мураккаблаштириб кўрсатишга айтилади. Бунга 2016 йилда интернет тармоқларида илк марта чикқан ўйин Pokemon Go мисол бўла олади. Мазкур интернет ўйин реал муҳитнинг ўйин технологиялари элементлари ёрдамида созланиши билан AR тушунчасига асос солди. Mixed Reality (MR) VR шлеми ва ташқи видеокамераси имкониятларини ўзида мужассамлаштирувчи тўлдирилган реалликнинг аналоги деб талқин этиш мумкин.

Медиаэксперт М.Корневнинг фикрича, MR видеотасвирга виртуал элементларнинг киритилиши ёки атрофимиздаги оламнинг реал чегараларида объектлар учун бошқа текстураларни яратади<sup>3</sup>. Эксперт аралаш реалликка мисол қилиб ҳақиқатда мавжуд бўлган хона деворларидан қўшимча ускуналар таъсири остида космик кема интерьерини яратиш услубини келтиради. Мазкур технологиялар журналистика имкониятларини сезиларли даражада кенгайтириб, воқеликни ёритишда томошабиннинг ахборотни англаши ва

---

<sup>2</sup> Смолин А.А., Жданов Д.Д. Системы виртуальной, дополненной и смешанной реальности. Университет ИТМО, Санкт-Петербург, 2018.

<sup>3</sup> Корнев М. Виртуальное для реального: новые измерения. URL: <http://jrnlst.ru/content/virtualnoe-dlya-realnogo-novyeizmereniya>.



қабул қилиши орқали бевосита унинг иштирокчисига айлантириш мумкин. Мазкур мақолада виртуал реаллик эффектига виртуаллаштиришнинг барча йўналиш технологиялари асоси сифатида эътиборимизни қаратамиз. Аини пайтда рақамли медиа соҳасининг энг илғор етакчилигини иммерсив журналистика ёки иммерсив медиа номи остидаги VR технологиялар эгаллаб турибди.

Бу соҳанинг технологик майдонини оддий сўз ёрдамида етказиб бериш имконияти бўлмаган “бўрттирилган” виртуал реаллик эффектлари эгаллаб олди. Бу реаллик имитациясининг математик услублари ва жисмоний принципларини ўзида мужассамлаштирган техник воситалардир. Аниқроғи, конвергент технологиялар платформасидир. Иммерсив медиа ахборот истеъмолчисини воқеликнинг бевосита иштирокчиси – мухбир нигоҳи ракурсдаги тасвирлар ёрдамида ташқи кузатувчидан ички кузатувчига айлантиради. Шу тариқа иммерсив медиа изоҳнинг психологик ишончилигини ошириб, тўлиқ мукамалликни кашф этади. Янги медиатадқиқотлардаги тушунчаларга кўра, иммерсив журналистика (иммерсив медиа) деганда, виртуал муҳитдан фойдаланувчи учун керакли бўлган маълумотларни тақдим этувчи рақамли ахборот техникаси назарда тутилади. Одатда у мукамал аниқликда ишланган график тузилмалардан ташқари, махсус мосламалар – (кўлқоп, трекерлар) ва НМД мосламалари ёрдамида бошга мустаҳкамланадиган кўзойнақлар ёки шлемлар кўринишидаги VR дисплейлардан иборат тўплам шаклида бўлади<sup>4</sup>.

Бугунги кунда иммерсив журналистика медиа ишлаб чиқаришнинг бир бўлаги сифатида техникавий ечимлар бозорига чиқиш арафасидаги малакали эксплуатация жараёнини ўтамоқда. Тадқиқотчиларнинг кўпчилиги медианинг янги намоёндаларини виртуал муҳитда лойиҳалаш учун долзарб назарий тадқиқотларга талаб борлигини таъкидламоқдалар. Масалан, тадқиқотчи Hardee G.M. изланишларнинг тўрт соҳасини белгилаган<sup>5</sup>. Биринчиси бу тажрибавий ва назарий жиҳатдан бевосита иштирок эффекти деб номланувчи тадқиқотлар. Мазкур эффект кўп ҳолларда субъектнинг алоҳида коммуникатив ҳолатини белгилаб, воқеликнинг ҳаққонийлигини иллюзор ҳиссиётлар орқали ҳис этиш, яъни кузатувчининг виртуал реаллик дисплеи “ортидан” туриб, ахборотни қабул қилишидир. Иккинчиси, тадқиқотнинг чуқур ички соҳаси бўлиб, илк VR версия кашфиётчилари виртуал реалликнинг “физикаси” деб атаганлар. Бу изоҳларга кўра, онг ва англашнинг психофизик когнитив модели бўлиб, аниқроқ қилиб айтилганда, ҳаётий ва ҳаёлий фарқлар метафизикасидир. Шунингдек, бу шўнғиш чуқурлиги ҳолатига боғлиқлик ҳиссиётлари тушунчаси. Чунки иммерсия услуги воқеликларни аниқ ва реал ҳолатда тўлақонли бера олиш имконияти чекланган аудиовизуал тасаввурларни тўлдириш, компенсациялашга хизмат қилувчи услубдир.

Янги медиа тадқиқотларининг учунчи соҳаси матн ишлаб чиқаришнинг роботлаштирилишидир. Бу соҳа виртуал муҳит билан мослашиш талабларига

<sup>4</sup> [https://www.ebay.com/sch/i.html?\\_nkw=immersive%20vr](https://www.ebay.com/sch/i.html?_nkw=immersive%20vr).

<sup>5</sup> <https://cyberleninka.ru/article/n/immersivnaya-zhurnalistika-podhody-k-teorii-i-problemam-obrazovaniya>.

жавоб бера олади. Ушбу нарратив кўринишни тақдим этишнинг янги формаси сифатида қабул қилиш мумкин<sup>6</sup>. Айни пайтда бу янгилик дунёни англаш ва таълим технологиялари малака трансляциясининг асосий формаси сифатида тан олинган. Ўзининг юқори даражадаги универсаллиги билан мазкур янгилик вербал коммуникацияларнинг мультимедиявий такомиллашувидаги визуал ва овозли имкониятлари билан намоён бўлмоқда.

Аслида, нарратив янгилик матнлари реалликни чуқур англатиш мақсадида аудиторияни ахборотлаштиришга йўналтирилган. Шунинг учун ҳам иммерсив журналистика тарафдорлари VR ни янгиликнинг замонавий моделларини, шунингдек, визуал ва яна-да тўлақонли медиареалликни ишлаб чиқаришга қулай платформа сифатида қадрлашади. Масалан, тадқиқотчи McDowell A. виртуал воқеликлар дунёсининг VR талаблари даражасидаги рақамли дизайн услублар анъанавий ОАВ услубларини сиқиб чиқариши мумкинлигини тахмин қилади<sup>7</sup>. Унинг тушунчасига кўра, воқеликлар дунёси (storyworlds) бу фақатгина ахборотни сақлаш контейнерлари бўлибгина қолмай, балки креатив тасаввурлар ресурсларига кириш канали ҳамдир.

Ва, ниҳоят, иммерсив медиа тадқиқотларининг тўртинчи соҳаси энг долзарб бўлиб, у журналистиканинг ахлоқ кодекси билан мослаштиришга боғлиқ. Бу борада ушбу кодекс мукамал эмас. Ундаги кўрсатмалар журналист ёки ОАВнинг қайси ижтимоий нуқтаи назардан ўзини намоён этиши – ахборот етказувчи, интерпретатор ёки фуқаро муҳофазасини бажариши билан боғлиқ. Маълумки, материал танлашдаги аниқлик, контентнинг шаффофлиги каби қадриятлар мавжуд. Ҳар бир авлод ўзининг техник имкониятларидан келиб чиққан ҳолда шахсий журналистикасини яратишига қарамай, мавжуд ахлоқий нормалар барча давлатлар, маданиятлар ва сиёсий тизимлар учун ўзгаришсиз қолади. Ахборот ва контент инфратузилмасининг муҳофаза қилинганлиги. Бунда тасодифан ёки атайин қилинган, табиий ёки сунъий тавсифга эга бўлган ахборот ва контент инфратузилма эгаси ёки фойдаланувчиларига зарар етказиш мумкин бўлган таъсирлардан муҳофазалаш назарда тутилган<sup>8</sup>. Шундан келиб чиқиб айтиш мумкинки, журналистиканинг вазифаси жамият манфаатларини ҳимоя қилади ва тасарруфига олади, ҳатто янги виртуал дунёда ҳам шундайлигича қолиши керак. Аммо VR тили ҳамда механизмлари реализм принциплари ва шаффофлиги билан ҳамоҳанглиги у қадар кўп эмас. VR эффектини яратиш санъати муҳит ва ҳаққонийликнинг иллюзиясини ташкил этади, халос. Айнан шунинг учун ҳам мазкур тизим ишлаб чиқарувчилари орасида “галлюцинациялар консенсуси”ни келтириб чиқарувчи технологиялар, яъни мияни манипуляция қилиш ва ҳиссиётларни алдаш технологиялари ҳақида кўп

---

<sup>6</sup> Смолин А.А., Жданов Д.Д. Системы виртуальной, дополненной и смешанной реальности. Университет ИТМО, Санкт-Петербург, 2018.

<sup>7</sup> Смолин А.А., Жданов Д.Д. Системы виртуальной, дополненной и смешанной реальности. Университет ИТМО, Санкт-Петербург, 2018.

<sup>8</sup> Мўминов Ф., Баротов Ш. Очк ахборот тизимларида ахборот-психологик хавфсизлик. Т.: Янги авлод. 2013 й.

фикр юритадилар<sup>9</sup>. Ҳар қандай медиа ва иммерсив медиа учун бир-бирига қарама-қарши бўлган ишқибозлик ва реаллик, шоу-бизнес ва янгиликлар хизмати ўртасидаги балансни сақлаш, шунингдек, мантиқий фикрлаш қобилиятини техника “сеҳри” таъсиридан ҳимоялаш масалалари ахлоқий нормаларнинг энг долзарб муаммоси бўлиб қолаверади.

Журналистика таълимида иммерсив технологияларнинг самарадорлиги масаласига тўхталсак: VR технологиялар инженерларни, дизайнерларни, пилотлар, тиббиёт ходимларини соҳага тайёрлашда беқиёс ёрдамчи эканлигини исботлади. Айнан, авиатренажёрлар яратилганидан кейин VR тизим электрон таълимга кириб келди. Шу пайтгача замонавий 3D дизайн машғулот контентини математиклар ва дастурчилар ташкил этган бўлса, бугунги кунда гуманитар фан мутахассислари томонидан ҳам талаб юқори бўлмоқда.

Американинг Техас (Остин) университети қошидаги Knight Center for Journalism in the Americas илмий-тадқиқотлар марказида иммерсив технологиялар ёрдамида виртуал реаллик яратиш услублари, уларни амалиётда қўллаш, контентдан тортиб то ахборот истеъмолигача бўлган жараёни ўргатиш, ўқитиш бўйича журналистика онлайн-курслари ташкил этилган<sup>10</sup>. Журналистнинг VR контенти бу - ҳодисалар (масалан, ҳарбий ҳаракатлар, ҳалокатлар, намоёишлар)нинг воқеа жойидан репортажлар модели. Таҳлил жараёнида VR эффектларининг таъсир даражаларини ўрганиш ва тадқиқ этиш масалалари сезиларли даражада оқсаётгани маълум бўлди.

Шу муносабат билан турли VR технологияларини махсус йўналтирилган таълимга киритиш ва такомиллаштириб бориш Inquiry-Based Learning (IBL) педагогик тажрибаси эътиборга моликдир<sup>11</sup>. Бевосита кириш имконияти мавжуд бўлмаган кутубхона, музейлар, инсталляция ва бошқа медиаобъектлар ўқув-машғулот виртуал майдони ваколатига эга объектлар ҳисобланади. Таълим жараёнида VR технологиялардан фойдаланиш ўқитувчи ва ўқувчи позициясини ўзгартириб юбориши табиий ҳолат. Агар сўнгги йиллардаги таълим соҳаси тенденцияларини таҳлил қилсак, VR олий мактаб тараққиёти концепциясига жуда яхши тарзда мос келади. Сўнгги йилларда олий таълимнинг қайта шаклланиши ўқитишнинг асосий субъектларини бир йўналишли услубдан кўп векторли услубга ўтиши, яъни ўқитувчи ва талаба, талаба ва талаба мулоқоти муаммолари масалаларига бевосита таъсир қилди.

VR тизим эффекти талабанинг изланувчанлик фаоллигини ошириш билан бирга медиаиммерсияга мослашувчанлигини рағбатлантиришга асосланади. Шунингдек, тадқиқотчиларнинг фикрига кўра, таълимнинг бу

---

<sup>9</sup> Хансен Марк Б.Н. Новая философия для новых медиа // Антология медиафилософии / Редактор-составитель В. В. Савчук. – СПб.: Издательство РХГА, 2013.

<sup>10</sup> Knight Center for Journalism in the Americas URL: <http://www.mediakritika.by/article/4474/centr-naytov-provodit-onlayn-kurs-po-zhurnalistike-pogruzheniya> / <https://knightcenter.utexas.edu/00-17990-learn-about-virtual-reality-and-360-video-knightcenter's-free-online-course-intro-immersiv> (04.01.2020).

<sup>11</sup> Кузнецов В.А., Руссу Ю.Г., Куприяновский В.П. Об использовании виртуальной и дополненной реальности. <https://cyberleninka.ru/article/n/ob-ispolzovanii-virtualnoy-i-dopolnennoy-realnosti>.

усули машғулотлар кўргазмали ва қизиқарли интерактив тарзда ўтилиб, талабанинг илмий салоҳиятини, малакавий имкониятларини кенгайтириб боради, деган тахмин мавжуд. Бу сунъий ташкил этилган профессионал индустрия муҳитида ҳолислик ва ишончлиликка асосланган бўлиб, ўзини синаб кўриш учун талабага қулай имкониятдир. Талаба VR вазиятлар ёрдамида турли соҳа ходимларининг профессионал хусусиятларини, турли меҳнат фаолияти шароитини ҳис этиш имкониятлари самараси ўлароқ тажрибали журналист бўлиб етишади. Бу экстремал ҳолатлар вазиятига шўнғиш, интервью муҳитини яратиш каби виртуал ўйин кўринишидаги машғулотлар бўлиши мумкин. Воқеликлар модели ва реал-виртуал ўқув машғулотларнинг барча лойиҳалари талабани очик амалиётга йўллаб, профессионал жиҳатларини шакллантиришга қаратилган “жанговар тайёргарлик майдони” сифатида самарали восита ҳисобланади.

Бундан ташқари, виртуал муҳитда ўқитувчининг ҳам бевосита ўрни бошқача тус олади. Унинг вазифаларидан бири – талабалар гуруҳи билан ишлаш жараёнида максимал даражада тўлиқ виртуал муҳитни лойиҳалаштиришдан иборат. Шу вазиятда у маърузачи сифатида эмас, балки виртуал дунё гиди, йўлбошловчиси сифатида намоён бўлади. Назарий жиҳатдан VR технологиялар университетнинг исталган дастурлари: хоҳ у журналистика бўлсин, хоҳ чет тилларни ўргатиш, хоҳ дизайн ёки астрономияга йўналтирилган бўлишидан қатъий назар самараси юқори. Музейларга, экспедицияларга, сув остига, космосга гуруҳли саёҳатлар VR сахналарига мисол бўла олади. Экстремал журналистиканинг ажралмас қисми бўлган табиий офатлар, ҳарбий конфликтлар, терактлар каби фавқулодда вазиятларнинг VR сахналари ниҳоятда муҳим инструментдир. Лекин Ўзбекистон журналистикаси таълим амалиётида мураккаб техник талаблардан холи бўлган, баъзи виртуал муҳит дастурларидан бепул фойдаланиш ҳолатларини ҳисобга олмаганда VR вазиятлар деярли қўлланилмайди. Мазкур ҳолат, аввало, журналистика факультетлари ва университетининг техник таъминоти, мақсадли молиялаштириш ишларининг йўлга қўйилмаганлиги билан боғлиқ. Шунингдек, замонавий прогрессив медиа амалиётининг академик таълим жараёнида кенг тадбиқ этилмагани ҳам бунга сабаб бўла олади. Фикримизча, журналистларни тайёрлаш бўйича Ўзбекистоннинг йирик медиаташкilotлари, медиаидоралари қошида махсус VR-марказларининг ташкил этилиши мақсадга мувофиқдир. Бу борада ҳозирча Ўзбекистонда фуқарлик авиацияси соҳаси пешқадамлик қилмоқда. Бўлажак учувчи-пилотлар учун махсус симуляция тренажёри соҳа ходимларининг малакавий тажрибасини орттиришда самарали натижаларини бермоқда. Шу жумладан, Тошкентда фаолият юритаётган Автотест инновацион автомактаби хайдовчиларни ўқитиш ва амалиётга тайёрлашда иммерсив технологиядан фойдаланиш имкониятига эга.

Фикримизча, мавжуд таълим тажрибаларини такомиллаштириш ва кейинчалик VR муҳитга мослаштириш лозим. Замонавий технологияларга бўлган катта қизиқиш ҳамда воқеликка “шўнғиш” имкониятлари талабаларга

барча назарий билимларни самарали ўзлаштиришларига ёрдам беради. Бундан ташқари, талабалар журналист касбининг жисмоний, ақлий, психологик нуқтаи назардан хаяжонлари, хатарлари каби ўзига хос жиҳатлари ҳақида яққол тушунчага эга бўладилар. Ҳар холда технологиянинг самарасини инкор этиб бўлмайди.

Хулоса қилиб айтганда, иммерсив журналистика ҳақиқатан ҳам замонавий ва шу билан биргаликда, иқтисодий, моддий жиҳатдан “чўнтакбоп”, “ҳаммабоп” бўла олмаслигига қарамай журналистика тараққиётининг самарали йўналиши эканлигини илмий изланишлар натижаси кўрсатмоқда. Шунингдек, мазкур платформа мутахассисларини тайёрлашга жиддий эътибор қаратиш лозимлигини таъкидлаймиз. Чунки бу фақат 360 даражали панорамани визуаллаштиришнинг технологик жараёнини ўрганиш билан чекланмайди. Тадқиқотлар шуни кўрсатадики, виртуал реаллик ва унга “шўнғиш” инсон онгига таъсири оқибатлари, ижобий натижаларини руҳшунослар, коммуникация соҳаси мутахассислари билан жиддий ўрганиш керак бўлган, уни қўллашда маълум бир ахлоқий нормалар (кодекс) жорий этилишини талаб қилади.

## **ЯНГИ ДАВР – ЯНГИ МАВЗУЛАР**

*Ильмира Раҳматуллаева,  
Ўзбекистон журналистика ва оммавий  
коммуникациялар университети доценти,  
санъатшунослик фанлари номзоди*

Мамлакатимиз тараққиётининг янги босқичи сўнги йилларда ижтимоий-сиёсий, маданий ва маърифий соҳаларимизда юзага келган ва олдинга қадам қўйишимизга халақит бераётган негатив ҳолатларга барҳам бериш масалаларини ҳал қилмасдан туриб, дунё ҳамжамиятига бўйлашиб бўлмаслигини кун тартибига қўйди.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев 2018 йил 3 август куни Ўзбекистон ижодкор зиёлилари билан бўлиб ўтган учрашувдаги маърузасида таъкидлаганидек, бугунги глобаллашув даврида жаҳон миқёсида чуқур молиявий-иқтисодий инкироз давом этаётган, рақобат тобора кучайиб бораётган кескин бир шароитда мамлакатимиз босиб ўтган тараққиёт йўлини ҳар томонлама таҳлил қилиб, давлатимизни барқарор ва жадал суръатлар билан ривожлантириш, олиб борилаётган ислохотлар самарасини янада ошириш мақсадида, 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси ишлаб чиқилди. Мана шу Стратегияга мувофиқ, барча соҳа ва тармоқлар қатори маданият ва санъат, адабиёт, оммавий ахборот воситалари равнақини янги босқичга кўтариш жамият олдида турган ҳеч кечиктириб

бўлмас вазифалардан бири эканлиги белгилаб олинди<sup>12</sup>. Президентимиз ишонч билан “Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепциясини амалга оширишда биз, илгаригидек, фуқароларнинг ўзини ўзи бошқариш органлари – маҳаллалар, шунингдек, нодавлат ноижорат ташкилотлар, эркин ва холис оммавий ахборот воситалари фаол ўрин эгаллайди деб ишонамиз”<sup>13</sup>, дея таъкидлади. Бу сўзлар ўз ўрнида Ватан, халқ манфаатларини биринчи ўринга қўядиган олижаноб ва масъулиятли касб эгалари бўлган журналистлар олдига янги вазифаларни қўйди. Журналистлар энди жамиятдаги муаммолар ҳақида очик гапирадиган бўлдилар, ОАВ саҳифаларига тараққиётимизга ҳалақит берадиган муаммолар ўз аксини топган мавзулар аста-секинлик билан кириб кела бошлади.

Сўз эркинлиги фуқароларимиз, халқимизнинг инсоний ҳуқуқлари рўёбга чиқишининг ўзак кафолатидир, инсоннинг ажралмас ҳуқуқидир. Инсон ҳуқуқини сўз орқали билади, сўз орқали ифода этади, сўз орқали ҳимоя қилади. Инсоннинг сўз эркинлиги бўғилар экан, унинг бошқа ҳуқуқ ва эркинликлари ҳам амалга ошмайди. Матбуотга ва унинг вакилларига муносабат – халққа, унинг инсонга хос бўлган сўзлаш ҳуқуқига муносабатдир, давлатнинг демократик экани ёки эмаслигининг бош кўрсаткичидир.

Давлатимиз раҳбарининг “Эл-юртимизнинг эзгу орзу-истакларини рўёбга чиқариш, бу йўлда ғов бўлиб турган турли тўсиқларни, бюрократизм, лоқайдлик, таъмагирлик, коррупция каби салбий иллатларни дадиллик билан кўтариб чиқиб, уларга қарши муросасиз жамоатчилик фикрини шакллантиришни ўз касби, ўз ҳаётининг маъно-мазмуни деб биладиган журналистларни мен ҳақиқий журналист деб ҳисоблайман”<sup>14</sup> деган сўзлари мамлакатимиз ОАВ фаолиятига янги рух, жасорат, матонат, янги мезонларни олиб кирди. Айни шу вазифалардан келиб чиққан ҳолда Ўзбекистон Миллий телерадиокомпаниясининг қатор телеканаллари кўрсатувларида сўз эркинлиги, ошкоралик унсурлари кўзга ташлана бошлади.

Мунтазам равишда расмий, ишончли, аниқ маълумотларни кечаю кундуз бериб бориш, аҳолини мамлакатдаги жараёнлардан хабардор қилиш мақсадида Президент қарори билан «O'zbekiston 24» телеканали ташкил этилди. Миллий ахборот маконини ривожлантириш, мамлакатимиз иқтисодий, ижтимоий-сиёсий ҳаётида юз бераётган янгиланишлар, ўзгаришлар ҳақида халқаро жамоатчиликни тезкор ва холисона хабардор этиб боришни мақсад қилган “Халқаро пресс клуб” ўз фаолиятини бошлади. Янги медиа-маконда давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари мутасаддилари

---

<sup>12</sup>“Адабиёт ва санъатни, маданиятни ривожлантириш — халқимиз маънавий оламини юксалтиришнинг мустаҳкам пойдеворидир”. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Ўзбекистон ижодкор зиёлилари билан бўлган учрашувдаги маърузаси. [www.uza.uz](http://www.uza.uz).

<sup>13</sup> Шавкат Мирзиёев, Миллий тараққиёт йўлимизни қатъият билан давом эттириб, янги босқичга кўтарамиз. - Тошкент: “Ўзбекистон”, 2017. 1-том, 141-бет.

<sup>14</sup> Шавкат Мирзиёев, Миллий тараққиёт йўлимизни қатъият билан давом эттириб, янги босқичга кўтарамиз. - Тошкент: “Ўзбекистон”, 2017. 1-том, 501-бет.

жамоатчиликка ҳисобот бериши, экспертлар ва журналистлар билан фикр алмашиши йўлга қўйилди.

Ўзбекистон МТРК тизимида жонли эфир тикланди. Ижтимоий-сиёсий мавзулардаги ток-шоулар янги даражага кўтарилди. Бутун дунё телевидениелари учун хос бўлган бу жараён миллий телеканалларимизда аллақачон унутилиб кетганди. Жонли эфирнинг қатор афзалликлари мавжудлиги, қабул қилинган ва дарҳол юборилган маълумотларни таҳрирлашнинг мумкин эмаслиги, шунинг баробарида айнан жонли эфир электрон овоз бериш ёки долзарб ва мунозарали мавзуларнинг муҳокамаси учун ниҳоятда қулай, фойдали экани яна юзага чиқа бошлади. Бу ҳақиқат “Муносабат” (бошловчи Қ.Аъзам), “Халқаро пресс клуб” (бошловчи Ш.Қудратхўжаев) сингари кўрсатувларнинг жонли эфирда намойиш этилиши орқали яна ўз тасдиғини топди. Ўзбек томошабини жонли эфир орқали қайноқ мавзулар, ўзаро баҳс жараёни кузатувчисидан бевосита иштирокчига айланиш имконига ҳам эга бўлди.

Манъ этилган шоирлар, ёзувчилар, олимларнинг муборак номлари телеэкранга қайтарилди. Улар иштирокларида кўрсатувлар тайёрлана бошланди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 29 декабрдаги “Ўзбекистон Республикаси Фанлар академиясининг академиклари фаолиятини янада такомиллаштириш ва рағбатлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4907-сон Фармонида мувофиқ, мамлакатимиз илм-фани нуфузини янада ошириш, илмий-технологик салоҳиятини юксалтиришда академик илм-фаннинг ролини кучайтириш, Фанлар академияси аъзолари таркибини фаннинг устувор йўналишларида олиб бораётган фаол илмий-тадқиқот изланишлари натижалари билан республика ва халқаро илмий ҳамжамият томонидан эътироф этилган таниқли олимлар ҳисобига кенгайтириш, мавжуд илмий мактаблар анъаналарини давом эттириш ва янги мактаблар яратилишини таъминлаш мақсадида қатор олимлар Ўзбекистон ФА академиги этиб сайландилар. Шу муносабат билан телевидение дастурларида Ўзбекистон фанининг етакчи арбоблари, академиклар фаолиятига бағишланган кўрсатувлар тайёрлана бошланди (“Маърифат фидойилари (“Ўзбекистон”), “Зиё дарғалари”(“Маданият ва маърифат”).

Иккинчи жаҳон уруши ҳақиқатлари, фронт ортида қаҳрамонликлар кўрсатган халқимиз жасорати ҳақида кўрсатувлар тайёрлаш изга тушди. Иккинчи жаҳон уруши қатнашчилари иштирокидаги кўрсатувлар дастурлардан ўз ўрнини эгаллай бошлади. Рамазон ойи муносабати билан «Маданият ва Маърифат» телеканали Диний идора билан ҳамкорликда «Қуръони карим маърифати», «Сўраган эдингиз», «Қуръонни ўрганамиз», «Олтин силсила» ва «Битиклар мутолааси» кўрсатувларини тайёрлашни бошлади.

Телевидениеда маънавият масалаларини ёритишда ҳам янги жараёнлар бошланди. Биз бу ўзгаришларни “Маданият ва маърифат” телеканалининг “Мактуб” ва “Мен англаган ҳақиқатлар” номли айнан каналнинг ўз йўналишларига мос лойиҳаларида ҳам кўришимиз мумкин. Ўзбек, рус ва

жаҳоннинг адабиёт, санъат, фан соҳасидаги таниқли шахслари мактублари таҳлилига бағишланган “Мактуб”<sup>15</sup> номли бадий-публицистик кўрсатув халқимизнинг унутилмас сиймолари ҳақида уларнинг ёзишма мактублари орқали томошабинларга давр ва инсон муаммолари кесимида талқин қилган бўлса, энди унинг мундарижасига аввал таъқиқланган мавзулар - озодлик, эркинлик руҳи, айнан шундай аъмоллар билан яшаган, ўз ҳаётини инсоният бахти-саодатга бағишлаган буюк шахслар сиймолари киритилди, уларнинг эрк, инсоният бахти-саодати йўлидаги курашларига бағишланган мактублари кўрсатувга асос қилиб олинди. Ҳатто Россия телеканалларида ҳам бирор маротаба муҳокама қилинмаган буюк ёзувчи Лев Толстойнинг 1902 йилда Россия ҳукмдори П.Николайга ёзган мактуби таҳлил қилинди<sup>16</sup>. Ушбу мактубда Лев Толстой ҳукмдорни Россиядаги глобал муаммолар ҳақида огоҳлантирганди. Даҳо ёзувчи ушбу мактубида, биринчидан, подшоҳ ҳокимиятининг маънавий-сиёсий жиҳатдан ортда қолгани ва бу давлат бошқарувининг аллақачон эскириб бўлган шакли экани, иккинчидан, рус халқига, умуман инсониятга сира хос бўлмаган дин кўринишидаги православ динини подшоҳ ҳокимияти қўллаб-қувватлаётганидан норози бўлгани, учинчидан, келажакдаги қонли Октябрь инқилобидан огоҳлантирган.

Ўзининг собит фикрлари йўлида ҳокимият тазйиқларига ҳам қарамай курашган инсонлар сиймоларининг теледастурлардан ўрин ола бошлагани ҳам аудиториянинг узоқ йиллар давомида кутган, интилган мавзулари билан яқинлашиш имконини берди. Махатма Ганди, Андрей Сахаров, Владимир Высоцкий сингари ўзи яшаб турган жамиятга қарши бош кўтарган, унда ўрнатилган тартибларга бўйсунмаган шахслар сиймолари телевидение нигоҳидан ўта бошлади. Таниқли рус олими, Нобель мукофотининг лауреати Андрей Сахаровнинг собиқ иттифоқда халқнинг умумий аҳволи у қадар яхши бўлмагани ҳолда, қуролланишга ҳаддан зиёд катта маблағлар сарф қилинаётгани ҳақидаги ҳақиқатлари, совет қўшинларининг Афғонистондан олиб чиқиб кетишини талаб қилиб ёзган мактуби – булар фақат янги давр руҳи туфайли эфирга олиб чиқилганини айтиб ўтиш лозим.

Ўз ўрнида бундай қадамларни “Мен англаган ҳақиқатлар” кўрсатуви орқали ҳам кузатиш мумкин. Мамлакатимизнинг таниқли кишилари, ёзувчилар, шоирлар, олимлар, санъаткорлар иштирокидаги кўрсатувда муаллиф ижтимоий ҳаёт, унинг муаммолари ҳақида фикр юритади. Ҳар бир қаҳрамон ўзи фаолият юритаётган соҳа, унинг ўтмиши ҳақида фикрлайди, мустақиллик даври билан ундан аввалги даврни солиштиради, кўп ҳолларда юзага келган мавжуд муаммоли ҳолатларни ўзимиз, ўзлимиздан қидиради, айрим раҳбар шахслар томонидан қўйилган хато-камчиликлар қайд қилинади. Холбуки, узоқ йиллар давомида телевидение ҳаётни фақат позитив нигоҳ билан ёритишга кўникиб қолган, бирорта муаммони тилга олиш мумкин бўлмайд қолганди.

<sup>15</sup> Мактуб. “Маданият ва маърифат” телеканали. Муаллиф -И.Раҳматуллаева, режиссёр -З.Адашев

<sup>16</sup> “Мактуб” кўрсатуви. Толстойнинг Николай иккинчига мактуби. “Маданият ва маърифат” телеканали, 2018 й, октябрь



Бугунги пандемия шароити телевидение муҳитига ҳам ўзига хос тузатишлар олиб кирмоқда, “эртанги телевидение қандай бўлади, у тезкор интернет шиддатига дош бера оладими, ёки табиатидаги бошқа кўринишларини юзага чиқара оладими-йўқми, кабель, йўлдош орқали узатилаётган, рекреатив кўрсатувлари билан аудиториянинг катта қисмини ўзига тортиб олаётган хусусий телеканаллар билан рақобатда давлат телеканаллари ўз мавқеини ушлаб қола оладими – буни вақт кўрсатади.

## **ТЕЛЕВИДЕНИЕНИНГ КОММУНИКАТИВ ФАОЛИЯТ ҚИРРАЛАРИ**

*Замира Абдуллаева*

*ЎзМУ Журналистика факультети*

*3-босқич таянч докторанти*

Юртимизда рақамли телевидение амалиётга жорий қилинди. Технология соҳасидаги бу янгилик телевидениенинг табиатини ўзгартирмади, бироқ таркиби бойиди. Бу жараён асримизнинг 18-20 йилларигача бўлган даври ҳамда ундан кейинги, рақамли телевидение таркиб топган илк палласи бир-бирига қиёс қилинган ҳолда тадқиқ қилинишига катта эҳтиёж бор. Жумладан, эмпирик тарзда ҳозирги амалиётдан келиб чиқиб, 60-65 йиллик телевизион фаолиятни назарда тутиб ёзилган очерклар, муаммоли мақолалар ижод аҳли учун ҳам телевидение маҳсулотини рецепция қилувчилар учун ҳам зарур кўринади. Зеро, техноген санъат, ОАВ – телевидениенинг ижодий устахоналарида тасвирнинг устуворлигини таъминлаш қайд этилиб келинаётган дамда тасвирни равон, кўркем, аниқ – ҳаётдагидек кўрсатишнинг электрон имконияти пайдо бўлди. Россиялик ҳамкасбларимиз дарҳол бу жўшқин жараённи илмий ахборот, эмпирик руҳда ёзилган мақолаларда ёритиш пайида бўлдилар. Фан доктори, профессор Светлана Уразова эссе шаклида битилган мақоласида “мазкур технологик янгилик ҳар бир шахснинг ҳис-туйғулари, эмоционал ҳолати давомли бўлишига қаратилганини таъкидлайди. Бу жараён, шунингдек, ижтимоий онгимизда образлар, рамзлар ўрин олиши, қарор топиши учун хизмат қилади”<sup>17</sup>, деб рақамли телевидениенинг дастлабки маҳсулотлари хусусиятларини таърифлайди.

Технология соҳасидаги бу янгилик телевидениенинг креатив имкониятларини янада кенгайтириши назарда тутилди. Бу аснода телевизион фаолиятни тадқиқ қилишнинг янги даври бир қатор илмий мавзулар параллел равишда ўрганилишини тақозо этди. Телевидение ва томошабин, янги технология ҳамда эстетик эҳтиёжни қондиришнинг янги кўринишлари, аниқ, равон тасвир ҳамда тасманинг бир неча каналига турли ритмдаги паст ва баланд янграган овоз, куй, интершумнинг коммуникацион ҳамда бадий “вазифалари”га мурожаат этишни талаб этади. Кечаги кун экран маданиятини

---

<sup>17</sup> Уразова С.Л. Цифровое телевидение в поисках семантического прогнозирования. Вести МГУ. Серия 10. Журналистика. 2018. №6. – С.249.

қайта идрок этиш, баҳолаш ва янги шароитда телетомошани, ахборотни қабул қилиш – рецепция масалалари комплекс равишда ўрганишнинг янги босқичи бошланди. Ўрганилмай келинаётган объект – телевидениени тадқиқ қилишнинг методологик асосларини аниқ белгилаш, илмий концепцияни изчил ёритиш, илмий мушоҳада тизимида рақамли телевидениенинг шаклланган эстетикаси билан бир қаторда электрон техникани ифода воситаси сифатида мукамаллашиб боришини босқичма-босқич ўрганиш зарур кўринди.

Ҳозирда ахборот-коммуникатив жараён жадал суратларда тезлашиб, коммуникация воситалари такомиллашиб бормоқда. Ҳар бир алоқа воситасининг ахборот етказиб беришда ўз услуги ва имкониятлари мавжуд. Оммавий алоқа воситаси телевидение техника ёрдамида вербал ва визуал коммуникация унсурларидан фойдаланиб ахборотни кўп сонли аудиторияга узатади. Коммуникант (томошабин) ва коммуникатор (телевидение, яъни мазкур манба орқали маълумотларни узатиш истагида бўлган соҳа вакиллари) ўртасида коммуникацион алоқа ўрнатилади. Коммуникант ахборотни визуал ҳамда вербал коммуникация орқали қабул қилади. “Коммуникация сўзи латинча *communicatio* – хабар, узатиш; *communicare* – суҳбатлашмоқ, алоқа қилмоқ, хабар бермоқ”<sup>18</sup> маъноларини англатади. Телевидениенинг ифода воситаси визуал коммуникация – сценарийда таърифланган ва тавсифидан келиб чиқиб суратга олинган кадрларда, монтаж жумлаларида пайдо бўлади ва пировардида телемаҳсулотнинг тасвирий қаторини ташкил этади. Вербал коммуникация, сўз – сценарийда, суҳандон, кўрсатувни олиб борувчи мутахассис, журналист тузган, (шунингдек, суҳбатдош, яъни мулоқот иштирокчиси) талаффуз этган жумлаларда ўз аксини топади. Шунингдек, новербал коммуникация воситаси орқали ҳам томошабин маълумотга эга бўлади. Бу – сўзларсиз маълумот алмашиш бўлиб, интершум, имо-ишоралар, юз ифодалари, турли хил сигнал ва белгиларни ташкил этади.

Студия, ижодхонада уюштириладиган суҳбатларда кадрда сўз тасвирдан биров кўпроқ ўрин эгаллаши, умуман “нутқий” кўрсатувлар тайёрланишида ҳикояни мутахассис олиб бориши ҳал қилувчи омил бўлиши мумкин. Зотан, адиб ёки адабиётшунос, шарқ маданияти ва шарқшунос ўз соҳаси ҳақида қизиқиш билан сўзлайди. Бунда журналист сценарий ёзиш, уни экранга олиб чиқишда муҳаррир сифатида иштирок этиши мақсадга мувофиқ бўлар. 2018 йилнинг 14 март куни<sup>19</sup> эфирга узатилган, Ўзбекистон халқ ёзувчиси Асқад Мухтор кундалигининг ёзилиш тарихи, теран мазмуни телевизион шаклда очиб берилди. Ҳикоялар, киносценарийлар муаллифи Эркин Аъзам кундаликни варақлаб заковатли адиб ижодхонасининг сирларидан бири ҳақида ҳикоя қилди. Халқ ёзувчиси кундалигини шу фахрли унвонга яқиндагина сазовор бўлган халқ ёзувчиси теран шарҳлади. Қаламкаш устозини тилга олган Эркин Аъзамнинг меҳри ҳар бир сўзда билиниб турди. Бадиий сўз устаси танлаган сўз ва иборалар Асқад Мухторнинг яна бир портретига

<sup>18</sup> Словарь иностранных слов. 12-е изд. М., 1985. – С. 240.

<sup>19</sup> “Madaniyat va ma’rifat” телеканали. “Maktub” телелойихаси.

тортилган чизгилардан бўлди. Баъзи ўринларда журналистнинг, шу билан бирга суҳандоннинг кадр ортида изоҳ бериши ортикча кўринди. Журналистнинг сезгирлиги, маҳорати фақат кадрда сўзлашувдагина эмас, кўрсатувнинг моҳияти, олий мақсадидан келиб чиқиб ўзини четга ола билишида ҳам кўзга ташланади.

“Унутилмас сиймолар” туркум кўрсатувларида<sup>20</sup> Шавкат Раҳмон ижоди томошабинлар эътиборига ҳавола этилди. Унда:

- Шавкат Раҳмоннинг ижодий ва ҳаётий фаолиятига назар;
- шоир замондошлари нигоҳида: адиб шеърлятида шоирнинг ички кечинмалари ифодаси; (Журналист мавзунинг ушбу қисмини очиб беришда шоирнинг замондошларига сўз беради, Усмон Азим, Халима Худойбердиева, Умарали Норматов шулар жумласидан.)
- Умарали Норматовга “Гуллаётган тош” шеърлий тўпламининг совға қилиниши хусусида.
- Орқа фон учун китоб ва китоблар жавони танланди.

Икки қисмли мазкур кўрсатувда Шавкат Раҳмон портретига телевидениенинг ифода воситалари ила чизгилар тортилди. ЎзМТРК архиви фондларида сақланиб қолган видеоматериаллар, ижодкорнинг шахсий архивидаги фотосуратлар телеэкран қаршисидан жой олган аутиторияни коммуникатив ахборот етказди. Кўрсатувда визуал ифодадан кўра вербал ифода устун. Психологлар фикрича, ўқилган ахборотдан кўра, эшитилган ахборотнинг таъсири сезиларли экан. Сабаби, инсон мияси талаффуз этилган сўзларни 140 миллисекундда қабул қилса, ҳарфлар билан ёзилган сўзлар моҳиятини тушуниш учун 180 миллисекунд талаб қилинар экан. Бу ўринда аудио қабул қилиш ўқиб идрок этишдан кўра давомлироқ бўлишини кўрамиз. Шоир ижодидаги шеърларнинг замондошлари томонидан ўқиб берилишида бу фикр амалга ошган. Г.Г.Почепцов коммуникацияга “вербал ахборотни новербалга ва аксинча новербални вербалга қайта кодлаштириш жараёни”<sup>21</sup> деб таъриф берган. Телевидениенинг ижод аҳли эса вербал ва новербал воситалар ила ахборотни визуаллаштиради. Ва уста мусаввир ўз асарида турли рангларни чаплаштириб ташламаганидек, адиб, кино ва телевидение аҳли ҳам сўзларни талабчанлик билан танлаши лозим. Телевидение қаламга олинадиган сўзни ҳам, талаффуз этиладиган сўзни ҳам инкор этмайди. Бу кудратли восита тасвир яратишга, тасвирни тўлдиришга, томошабин – тингловчи билан алоқа ўрнатишга, мавзунинг концепциясини очишга хизмат қилиши назарда тутилади.

Жумладан, биз тадқиқ қилаётган телевизион фаолият кирралари – сўз ҳамда тасвир воситаларини қўллаган ҳолда динамик композиция, мизансаҳна, мажозий ифода, руҳий ҳолатнинг бадий, бадий-публицистик таърифини бериш, ахборотни соф телевизион шаклда эфирга узатиш каби назарий масалаларни ретроспектив равишда ўрганиш лозим. Сўз ва тасвир

<sup>20</sup> “Madaniyat va ma’rifat” телеканали. “Унутилмас сиймолар”. Телевидение ва радиоэшиттиришлар архиви фонди. 2018.

<sup>21</sup> Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М.: Рефл-бук Ваклер. 2001. – С.14

муносабатларига Шарқ маданиятида, хусусан, ўзбек мумтоз назариясида, номачилик санъатида, тожик-форс адабиёти ва ранг-тасвирида узок ўтмишда ҳам эътибор кучли бўлган. Бадиий ифоданинг бу икки тури ХХ асрга келиб, бири иккинчисини тўлдириб, яхлит, синтетик табиатга эга бўлган телевизион бадиий тўқимани, информативлиги билан ажралиб турадиган телекомпозициялар мажмуасини ташкил этиши юз йилликлар муқаддам бошланган изланишнинг давоми сифатида қабул қиламиз. Бинобарин, кўхна дунёнинг бадиий тажрибаси бугунги телевизион фаолиятга, жумладан, телевидениешунослик фанига хизмат қилиши муқаррар.

#### **Фойдаланилган адабиётлар:**

1. Урабова С.Л. Цифровое телевидение в поисках семантического прогнозирования. Вести МГУ. Серия 10. Журналистика. 2018. №6. – С.249.
2. Словарь иностранных слов. 12-е изд. М., 1985. – С. 240.
3. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М.: Рефл-бук Ваклер. 2001. – С.14.
4. “Madaniyat va ma’rifat” телеканалы. “Унутилмас сиймолар”. Телевидение ва радиоэшиттиришлар архиви фонди. 2018.

### **РАДИО ВА ЁШЛАР МУАММОЛАРИ (“O’zbekiston 24” информатсион-тахлилий радиоканали эшиттиришларида ёшлар муаммоларининг ўзига хос талқин этилатгани хусусида)**

*Дилшоода ҲАМДАМОВА,  
ЎзМУ докторанти*

Дунёда ахборот маконлари кўпайиб, глобаллашув жараёни кечаётган бир пайтда ана шу жараёнларнинг мазмун-моҳиятини оммага атрофлича етказиб беришда оммавий ахборот воситалари муҳим ўрин тутди. Ахборот воситаларининг бир кўриниши бўлган радио эса ўзининг тезкорлиги, оммабоплиги, қолаверса, қулайлиги билан тингловчиларини ўзига жалб қилиб келмоқда. Айниқса, радио кейинги уч йил ичида мамлакатимизда Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг ташаббуси билан барча соҳаларда кечаётган ислохотларнинг амалий натижаларини аудиторияга ҳавола этишда ҳамон етакчилик қилиб келмоқда. Ана шуларни ҳис этган ҳолда, Президент ва ҳукумат оммавий ахборот воситалари, сўз ва матбуот эркинлигига алоҳида эътибор қаратмоқда. Айтиш керакки, оммавий ахборот воситаларининг бир тури бўлган радио ҳам ўзининг ҳаммабоп, оммабоп, турли мавзуларда эшиттиришлар тайёрлаши билан муҳим аҳамият касб этади. Радиоэшиттиришларнинг муҳим мавзуларидан бири – ёшлар масаласидир. Давлатимиз раҳбарининг 2016 йил 14 сентябрда имзолаган “Ёшларга оид давлат сиёсати тўғрисида”ги Қонунининг мақсади ҳам ёшларга оид давлат сиёсати соҳасидаги муносабатларни тартибга солишдан иборат. Мазкур Қонуннинг муҳим жиҳати шундаки, унда ёшларга оид давлат сиёсатининг

асосий йўналишлари алоҳида моддада белгилаб қўйилган, унда ёшларнинг ҳуқуқ ва эркинликлари қонуний манфаатларини таъминлаш, маънавий, интеллектуал ва жисмоний-ахлоқий жиҳатдан камол топишига кўмаклашиш ўз ифодасини топган. Бугун Ўзбекистон аҳолисининг олтмиш фоиздан зиёдини ёшлар ташкил этади. Шуларни эътиборга олган ҳолда барча давлат ва нодавлат радиоларида ана шу долзарб мавзу куннинг муҳим масаласига айланган. Жумладан, Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси таркибидаги “O’zbekiston 24” радиоканали ҳам ёшларга оид давлат сиёсатини ўз эшиттиришлари орқали тарғиб ва ташвиқ қилмоқда. Одатда ёшларга оид мавзулар эшиттиришларда турли жанрлар орқали қизиқарли тарзда тайёрланиб, эфирга узатилади. Бир мавзу мамлакатимиз узок ҳудудларидаги ёшларнинг турмуш-тарзи ҳақида ҳикоя қилса, бошқа мавзуда эса бугунги ёшларнинг келажак истиқболига бағишланади. Яна бир мавзу эса ўзида ёш истеъдодларни кашф этиб, уларни қўллаб-қувватлашни акс эттиради. Эшиттиришларнинг турли-туман ва қизиқарлилиги ҳам ана шунда.

Кейинги йилларда мамлакатимиз ижтимоий-иқтисодий ҳаётида кечаётган қизгин жараёнлар, Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев бошчилигида барча соҳаларда олиб борилаётган улкан ислохотлар, уларнинг мазмун-моҳиятини оммага етказиб беришда оммавий ахборот воситаларининг алоҳида аҳамият касб этаётганлигини эътироф этиш лозим. Бугунги кунда Ўзбекистонда 1500 дан зиёд оммавий ахборот воситалари фаолият юритаётган бўлса, ҳар бирининг аввало, оммани муҳим ахборот билан таъминлаш, ўзида одамларнинг орзу-интилишлари, дарду ташвишларини ифода этиш борасидаги ўрни, бажарадиган вазифалари бор.

Бугунги тезкор ва шиддатли кечаётган даврда оммавий ахборот воситалари орасида радио ўзининг тезкорлиги, долзарб мавзуларни кўтариб чиқиши билан муҳим аҳамият касб этмоқда. Айни вақтларда мамлакатимизда 4 та давлат ва қирққа яқин нодавлат радиоканаллар фаолият кўрсатмоқда.

Давлатимиз раҳбари таъкидлаганидек, “Ҳаётимиздаги бугунги улкан ўзгаришлар, ислохотларимиз мантиғи барчамиздан янгича ишлашни, янги ғоя ва ташаббуслар билан майдонга чиқишни талаб этмоқда”<sup>[22]</sup>. Тан олиб айтиш керак, мамлакатимиз миқёсида амалга оширилаётган ишлар кўламини сарҳисоб қилмоқчи бўлсак, уларни атрофлича ёритишга улгуриб ҳам бўлмаяпти. Айниқса, республикамиз аҳолисининг 60 фоиздан зиёдини ташкил этадиган ёшларга муҳим, долзарб мавзулардаги ахборотларни етказиб бериш, уларни турли манбалардан келадиган ноҳолис ахборотлардан ҳимоя қилиш оммавий ахборот воситалари олдида турган муҳим масалалардан биридир. Қолаверса, мамлакатимиз ёшлари билан боғлиқ муаммоларни эфирга олиб чиқиш, бу муаммоларни бартараф этишга кўмаклашиш ҳам оммавий ахборот воситалари, жумладан, радионинг олдида турган муҳим вазифалардан биридир. Дунё миқёсидаги глобаллашув жараёни кучайиб, оммани тезкор, янги-янги ахборотлар билан таъминлаш муҳим ўрин тутаётган бир паллада

---

<sup>22</sup> Мирзиёев Ш.М. Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига //Халқ сўзи, 2019 йил 28 июнь.

холис ва ҳаққонийлик мезонларига риоя қилган ҳолда иш олиб бориш муҳим аҳамият касб этади.

Шу боис ҳам бугун мамлакатимизда бу борадаги ишларни янада такомиллаштириш ва ахборотни ҳар қандай ноҳолиликлардан ҳимоя қилиш долзарб масалалардан бири бўлиб турибди.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2017 йил 2 май куни имзолаган “Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси таркибида “O‘zbekiston 24” ахборот-таҳлилий телерадиоканалини ташкил этиш тўғрисида”ги Қарори том маънода, бу борадаги ишларни такомиллаштириш учун зарур дастуриламал бўлди<sup>[23]</sup>. Қарорга кўра, янги телеканални ташкил этишдан кўзланган мақсад — аҳолига холис ва ишончли ахборотларни етказиш, республика ахборот муҳитини сифатли ахборот-таҳлилий маҳсулотлар билан тўйинтириш, мамлакатда ва хорижда сиёсат, хавфсизлик, иқтисодиёт, маданият, фан ва спорт соҳаларида рўй бераётган аҳамиятга молик ҳодисаларни тезкорлик билан ёритишни таъминлашдан иборат. Қарорга биноан “Diyor” телеканали (“Madaniyat va ma’rifat” телеканали тузилмасида) ва “Toshkent” радиоканали (“Toshkent” телерадиоканали) фаолияти тугатилди. Уларнинг частоталари ва озод қилинган штат бирликлари янги каналга берилди.

“O‘zbekiston 24” SD ва HD форматларида барча учун очиқ бўлган ижтимоий рақамли узатиш пакетига киритилди. Унинг HD форматдаги трансляцияси параллел равишда UzHD каналига эфирга узатилмоқда.

Мана, икки йилдан ошдики, “O‘zbekiston 24” мамлакат ҳудуди бўйлаб ички ва ташқи сиёсатнинг долзарб масалалари бўйича янгиликлар журналистикасининг янги форматига асосланган тарзда туну кун ахборий ҳамда таҳлилий эшиттириш ва кўрсатувларни эфирга узатмоқда.

Фуқароларни қийнаётган муаммолар ҳамда жойлардаги долзарб масалаларни муҳокама қилиш ва ҳал этиш учун давлат органлари ва ташкилотларнинг мутасадди раҳбарлари, экспертлар ҳамжамияти ва академик доиралар вакилларининг аҳоли билан очиқ ва тўғридан-тўғри мулоқотларини ташкил этиш ҳам янги телерадиоканал вазифалари сифатида санаб ўтилган.

Айтиш керакки, янги телеканал, унинг таркибидаги радиоканал ҳам юқорида айтилганларга амал қилган тарзда фаолиятини янгича, ўзига хос тарзда бошлади. Дастлаб бошловчиларнинг эшиттиришларни тўғридан-тўғри, эмин-эркин, расмиятчиликсиз олиб бораётганликларини эътироф этиш лозим. Кейин, ўз номига мос ва хослигининг исботи ўлароқ, эшиттиришларни янги хабар, маълумотлар ташкил этади. Назаримизда, энг муҳим жиҳат ҳам шу. Чунки бугунги кун тингловчисида янги, фақат янги ва холис ахборотларга эҳтиёж жуда кучли. Кузатишлардан маълумки, ахборот манбалари кўпайгандан – кўпайиб, медиа бозорлари ўртасидаги ўзаро рақобат кучайиб бораётган бир даврда истеъмолчи янги маълумотни бирон-бир манбадан

---

<sup>23</sup> Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси таркибида “O‘zbekiston 24” ахборот-таҳлилий телерадиоканалини ташкил этиш тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори. [www.pnoma.uz](http://www.pnoma.uz)

ололмаса, албатта, бошқасидан олиш имконияти бор. Бугунги тезкор давр, замон шиддати, янги техника, технологияларнинг ривожланиб бораётгани истеъмолчига танлаб ўқиш, танлаб эшитиш, танлаб кўриш имкониятини яратиб бердики, буларни ҳар бир оммавий ахборот воситаси, унинг жамоаси қалбан ҳис қилиши, иш фаолиятига бугунги кун назари билан ёндашган ҳолда, янгича иш усулларидан фойдаланиб, каттароқ аудиторияга эга бўлиш учун астойдил ҳаракат қилиши лозим. Бугунги бозор муносабатлари ана шу муҳим жиҳатларни ҳисобга олган тарзда, ҳаётга теранроқ назар билан қарашни талаб қилаяпти.

Таъкидлаш жоиз, “Ozbekiston 24” радиоканали дастурларида аудиторияга янгиликларни тезкор етказиб бериш борасидаги амалий ишлар яхши йўлга қўйилди. Бунга радиоканалнинг хилма-хил информацион дастурларини тинглаганда, яна бир бор ишонч ҳосил қилиш мумкин. Бошқа радиоканаллардан фарқли жиҳати шундаки, бу радиоканал мунтазам тарзда, танаффуссиз аудиториясини муҳим янгилик ва хабарлар билан таъминлаб туради. Албатта, бошида радиоканалнинг тўғридан-тўғри эшиттиришларини ташкил этиш, аудиторияни жалб қилиш осон кечмади. Чунки Ўзбекистон радиоси тарихида 24 соат давомида тўғридан-тўғри эфирга чиқиш қилиб, эшиттиришларни мунтазам тарзда узатиш тажрибаси ҳали шаклланмаган эди. Очиғини айтганда, бошланишида эшиттиришларни тайёрлаб, эфирга тезкор узатиш жараёнида баъзида пауза, техник носозликлар ҳам бўлди, аммо булар вақт ўтиши билан изига тушиб кетди.

Энди радиоканалнинг информацион дастурлари ҳақида сўз юритадиган бўлсак, бу муҳим жабҳага ҳам жиддий эътибор қаратилаяпти, яъни, радиожурналистларнинг ҳар куни ижтимоий, иқтисодий, сиёсий, фан, спорт, жумладан, ёшлар муаммосига бағишланган мавзулардаги эшиттиришларни ўзига хос тарзда тайёрлаб, эфирга олиб чиқишаётганининг жонли гувоҳи бўлаяпмиз.

Айтиш керакки, республика радиосининг барча каналлари, жумладан, “Ozbekiston 24” радиоканали дастурларида ёшлар муаммоси атрофлича ёритилиб борилаяпти десак, хато бўлмайди. Жумладан, ёшларни иш билан таъминлаш, касб танлашига қўмаклашишдан тортиб, фан, таълим, спортда эришаётган улкан ютуқларигача деярли ҳар бир эшиттиришда гувоҳ бўлиш мумкин. Кейин, уларнинг мустақил давлатимизнинг равнақига қўшаётган ҳиссалари, келажакдаги орзу, эзгу ниятлари ҳам эшиттиришларда жонли, ўзига хос тарзда акс этмоқда. Шунингдек, жойларда ёшлар билан ишлашдаги камчиликлар, уларнинг баъзи муаммоларини ҳал қилишда панжа орасидан қаралаётгани, ўзибўларчилик ҳолатлари ҳақида ҳам чиқишлар бўлаяптики, бу мисоллар эшиттиришларнинг янада жонли, мазмунли, қизиқарли ва ўзига жалб қилишига муҳим омил бўлиб хизмат қилмоқда.

Бугунги кундаги ёшларнинг муаммоларини юзага олиб чиқадиган турли тадбирлар, анжуманлар, қизиқарли учрашувлар, соҳа мутахассислари билан бевосита мулоқотлар ташкил қилинаптики, улар ўзининг долзарблиги, мазмун-моҳияти билан кўпчиликнинг эътиборини тортмоқда. Ахборот асри

деб аталган 21 асрда ёшлар маънавиятини ошириш, уларни турли бузғунчи ғоялардан асраб-авайлашда китобнинг ўрни ва аҳамияти катта. Инсон маънавиятини шакллантирадиган, уни юксакликка олиб чиқадиган китоб мутолааси ҳеч бир давлатда давлат сиёсати даражасига олиб чиқилмаган бўлса керак. Давлатимиз раҳбарининг 2017 йил 13 сентябрдаги “Китоб маҳсулотларини нашр этиш ва тарқатиш тизимини ривожлантириш, китоб мутолааси ва китобхонлик маданиятини ошириш ҳамда тарғиб қилиш бўйича комплекс чора-тадбирлар дастури тўғрисида”ги Қарори ҳам ушбу долзарб мавзунини кенг тарғиб қилишда муҳим аҳамият касб этди. Қарор қабул қилинган, жойларда китобхонлик маданиятини шакллантириш, китоб мутолаасига айлантириш, ёшларни жалб этиш борасида зарур чора-тадбирлар ишлаб чиқилди ва ҳаётга татбиқ этилди. Айтиш лозимки, аҳоли орасида китоб мутолаасини қанча кўп тарғиб қилинса ҳам арзийди. Масалан, радиоканал эшиттиришларидан бирида Ўзбекистон ёшлар иттифоқи томонидан 23 апрел — Бутунжаҳон китоблар ва муаллифлик куни муносабати билан “Ёшлар маънавиятини юксалтиришда китобнинг ўрни” мавзуида байрам тадбири бўлиб ўтганлиги ҳақида ҳикоя қилинган.<sup>24</sup> Ёшлар ўртасида китобхонликни тарғиб қилиш, юртимиз нашриётлари томонидан чоп этилган энг сара асарларни уларга яқиндан таништириш мақсадида ташкил этилган мазкур тадбирда республикамизнинг таниқли шоир ва ёзувчилари ҳамда билимга чанқоқ ёшлари иштирок этгани ҳақида батафсил маълумотлар берилган. Тадбир доирасида “Ўзбекистон ноширлари ва китоб савдоси ташкилотлари миллий ассоциацияси”, “Ёшлар нашриёт уйи” масъулияти чекланган жамияти ҳамда “Китоб олами” нодавлат ношорат ташкилоти томонидан китоб ярмаркалари ташкил этилгани, шунингдек, тадбирда мамлакатимиз худудлари, хусусан, энг чекка қишлоқларда ҳам замонавий кутубхоналарни ташкил қилиш, таълим муассасаларидаги кутубхоналар фаолиятини янада яхшилаш ва китоб фондларини бойитиш, китоб дўконлари сонини ошириш борасида фикр юритилган. Эшиттиришда Ўзбекистон ёшлар иттифоқи Тошкент шаҳар кенгаши мутахассиси ҳамда тадбир иштирокчиларининг фикр-мулоҳазалари ҳам ўз аксини топган.

**МУХБИР** — Тадбир доирасида ўтказилган турли танлов ва викториналарда фаол иштирок этган ёшлар ўз билимларини синовдан ўтказиш имкониятига эга бўлишди. Таниқли адиблар билан кечган давра суҳбатлари эса улар қалбидаги китобга бўлган муҳаббат ҳиссини янада кучайтиришга хизмат қилади. Инсон маънавий камолотида китобнинг тутган ўрни бениҳоя катта. Китобга ошно тутинган инсоннинг йўли ёруғ, келажаги порлоқ. Юзлаб ёшларни бир жойга жамлаган тадбир ҳам ёш авлодга китоб ва бадиий адабиётларнинг кадр-қийматга эгаллиги билан аҳамиятлидир.

Одатда, эшиттиришнинг таъсирчанлиги, ўрни, аҳамияти ёритилаётган мавзунинг долзарблиги ва муҳимлигига ҳам боғлиқ. “Радио эфири вақт

---

<sup>24</sup> “Ozbekiston 24” радиоканалининг инфор­мацион дастури. 2019 йил 23 апрель.



тамойилига кўра шаклланади, дастурлар бўйича табақаланади. Ҳаммабоплик, соддалик ва шу билан бирга жонли сўз таъсирчанлиги тингловчиларнинг ҳозирги кунгача радиога содиқликларининг барқарорлигини таъминлашга имкон яратмоқда”<sup>[25]</sup>. Буларни ёшларга оид берилаётган мавзулар кўлами ва аҳамиятидан келиб чиққан ҳолда берилаётган эшиттиришларнинг мазмун-моҳиятидан ҳам билиб олиш мумкин.

2019 йилнинг 13 июль куни журналист Нозима Тошпўлатова томонидан тайёрланиб, эфирга узатилган эшиттириш ўзида долзарбликни акс эттирган<sup>[26]</sup>. Яъни, республикаимиз таълим муассасаларида қабул жараёни қандай кечаётгани, бу борадаги камчиликлар ҳақида аҳолининг эътирозлари ҳақида айтиб ўтилган, эшиттиришда. Мухбир вазиятга ойдинлик киритиш мақсадида Давлат Тест маркази Бош бошқармаси бошлиғи Барно Ражабов билан мулоқот қилган.

*Мухбир:*– Шу кунларда олий таълим муассасаларига қабул жараёни давом этмоқда. Ижтимоий тармоқларда эса жараён ҳақида фуқароларимиз томонидан норозилик кайфиятидаги фикрлар билдириляпти. Узундан-узок навбатлар, иссиқ ҳароратда кун бўйи кутишга мажбур бўлиш, тизимдаги узилишлар каби турли муаммолар тилга олинмоқда. Тирбандликлар нима сабабдан юзага келди?

*Б.Ражабов:* – Бу жараёнга тайёргарлик анча олдин бошланганди. Тегишли норматив ҳужжатлар лойиҳалари ишлаб чиқилган. Апрель-май ойларидан бошлаб қабул жараёнида кўпроқ абитуриент бўлиши ҳақида маълумот бериб келамиз. Бу йил илк марта коллеж, лицей битирувчилари билан бир қаторда 11-синф ўқувчилари ҳам ҳужжат топширишмоқда. Ўтган йили 800 минг атрофида абитуриент ҳужжат топширган бўлса, жорий йилда 1 миллион 200 мингдан ортиқ талабгор кутилаётгани ҳақида маълум қилинган. Оддий бир мисол, 15 июндан қабул бошланган бўлсада, биринчи абитуриент 17 июнда ҳужжат топширган ва шу куни бор-йўғи 64 киши рўйхатдан ўтган. Балки абитуриентлар танловни узил-кесил қабул қилмаган ёки охирида қайси олий таълим муассасасига кам ҳужжат топширилса, ўшанга топшираман, деган фикрда кейинроқ ҳужжат топширишни ўйлаган бўлиши мумкин.”

Эшиттиришда мухбир қабул билан боғлиқ, яъни талабгор ёшларнинг вақтини тежайдиган яна бир муаммо — йил бошида ҳужжатларни 200дан ортиқ шаҳар ва туманлардаги давлат хизматлари марказлари орқали қабул қилиш режаси эълон қилингани, ҳозирда эса бор-йўғи бешта олий таълим муассасасида давлат хизматлари орқали амалга оширилгани ҳақида ҳам тўхталиб ўтган ва бунга Давлат Тест маркази мутасаддиси шундай жавоб берган:

*Б.Ражабов:* — Ўтган йили ҳужжатларни давлат хизматлари марказлари орқали топшириш битта — Тошкент Давлат юридик университетида синовдан ўтганди, бу йил эса бештага етди. Лекин шу бешта олий таълим муассасасида

---

<sup>25</sup> Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти. Ўқув қўлланма. (К. Т. Эрназаров умумий таҳрири остида). –Т.: ЎзМУ, 2002. –Б. 110.

<sup>26</sup>. “Ozbekiston 24” радиоканалининг инфорацион дастури. 2019 йил 13 июль.

60 мингга яқин абитуриент ҳужжат топширган бўлса, шундан бор-йўғи беш фоизи давлат хизматлари марказлари орқали топширган, қолганлари олий таълим муассасаларининг ўзига бориб ҳужжат топширган. Давлат хизматлари марказларига бормасдан олий таълим муассасасига борадиганлар учун олий таълим муассасасида ҳам ташкил этгандик. Ота-оналаримиз бевосита фарзанди ўқийдиган жойга бориб, саволлар бериб, аниқлаштиргандан сўнг ҳужжат топширишни афзал билишди. Албатта, келгусида ҳужжатларни давлат хизматлари марказлари орқали топшириш босқичма-босқич йўлга қўйилади.”

Бугунги ёшларни ҳаммаслақ, ҳамфикр, маълум бир мақсад йўлида бирлаштиришда Ўзбекистон Ёшлар Иттифоқи ташаббуси билан ташкил этилган Ёшлар пресс клуби томонидан ҳам кўплаб қизиқарли тадбирлар, турли мулоқот ва учрашувлар ташкил этиб келиняпти. Навбатдаги радиоёшиттиришимиз таҳлили мавзуси ҳам ана шу муҳим жабҳага қаратилади. 17 ноябрь – Халқаро ёшлар кунига бағишланган тадбир Ёшлар пресс-клуби ташаббуси билан ўтказилган.<sup>27</sup> Ўзбекистон Ёшлар иттифоқи, Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг мамлакатимиздаги ваколатхонаси ва “Меҳрли қўллар” маркази ҳамкорлигида ўтказилган мазкур тадбирда имконияти чекланган ёшлар ҳамда болалар учун инклюзив яъни очик таълим олишлари хусусидаги лойиҳалар тарғиб этилди. Айти йўналишда Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг Аҳолишунослик жамғармаси билан Ўзбекистон Ёшлар иттифоқи қошидаги “Меҳрли қўллар” маркази, имконияти чекланган ёшларнинг ғоя ва лойиҳаларини рағбатлантириш борасида ҳамкорлик қилиб келади. Ана шу ҳамкорлик натижасида амалиётга жорий этилган инновацион лойиҳалар имконияти чекланган ёшларнинг таълим олишлари ва жамиятда ўз муносиб ўринларини топишларига ҳизмат қилиб келмоқда.

МУХБИР: Ёшлар томонидан илгари сурилаётган бу каби лойиҳалар, имконияти чекланган минглаб инсонларнинг сифатли таълим олишлари ҳамда аудио визуал воситалардан унумли фойдаланишларига имкон беради.

Хабарда “Меҳрли қўллар” имконияти чекланган ёшлар ва болалар маркази раҳбари Раъно Шодиева ҳамда мазкур марказ мутахассиси Дилафруз Қўчқорованинг сўзлари келтирилган. Унда ташкилотчилар марказда янги сайт ишга туширилгани ва ҳамкорликдаги лойиҳалар, инклюзив таълим олишда мазкур сайтнинг яратадиган имконият ва қулайликлари, тақдим этилаётган дарсликларнинг афзаллик жиҳатлари ҳақида гапиради.

МУХБИР - Шунингдек, тадбир давомида имконияти чекланган ёшларнинг ижодий ишлари кўргазмаси ҳам ташкил этилди. Уларни қўллаб-қувватлаш, мустақил ҳаётда ўз ўрнини топишига кўмаклашиш мақсадида уч нафар қизга тикув машиналари совға қилинди.

Мазкур ёшиттириш шу жиҳати билан аҳамиятлики, унда мамлакатимизда имконияти чекланган инсонлар, хусусан, ёшларнинг инклюзив таълим олиш жараёнининг амалиётдаги тасдиғи ўз ифодасини топган. Қолаверса, хабарда

---

<sup>27</sup> “Ozbekiston 24” радиоканалининг “Хабарлар” дастури. 2019 йил 17 ноябрь.

ташкilotчи ва тадбир иштирокчиларининг сўзлари акс этганлиги тингловчиларда жуда яхши таассурот қолдирди, десак бўлади.

“Ozbekiston 24” радиоканали эшиттиришларидаги тезкорлик, долзарблик, кўтарилиб чиқилаётган ҳар бир муаммони ўзига хос тарзда қўя билиш ва унинг ечимини топиш каби масалаларга алоҳида эътибор қаратилаётганини энг муҳим хусусиятлар сирасига киритиш мумкин. Радиоканалнинг тажрибали ходимлари эфирга чиқаётган эшиттиришларни таъсирчан, мазмунли ва самарали бўлиши йўлида ўз тажриба ва билимларини имкон қадар намоён этаяптилар десак, муболаға бўлмайди.

### **Адабиётлар:**

1. Мирзиёев Ш.М. Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига //Халқ сўзи, 2019 йил 28 июнь.
2. Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси таркибида “O’zbekiston 24” ахборот-таҳлилий телерадиоканалини ташкил этиш тўғрисида. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори. [www. norma.uz](http://www.norma.uz).
3. “Ozbekiston 24” радиоканалининг информацион дастури. 2019 йил 23 апрель.
4. Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти. Ўқув қўлланма. (Қ. Т. Эрназаров умумий таҳрири остида ). –Т.: ЎЗМУ, 2002. –Б. 110.
5. “Ozbekiston 24” радиоканалининг информацион дастури. 2019 йил 13 июль.
6. “Ozbekiston 24” радиоканалининг информацион дастури. 2019 йил 17 ноябрь.

### **ТЕХНОЛОГИЯ ИНТЕРВЬЮ И ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОСВЕЩЕНИЯ ТЕМЫ ТОРГОВЛИ ЛЮДЬМИ В ПРЕССЕ УЗБЕКИСТАНА И РОССИИ**

*Бозорова М.А.,  
базовый докторант  
НУУз им. Мирзо Улугбека*

Основным ресурсом в подготовке материала на тему противодействия торговле людьми служат слова потерпевшего, поскольку только истории жертв достоверно демонстрируют реалии современного рабства, в силу этого предстоящая беседа требует от журналиста особой психологической подготовки. В этом смысле исследователи ООН предлагают схему опроса «РЕАСЕ», включающая в себя такие этапы, как планирование самого процесса, ознакомление жертвы о целях интервью, непосредственно сама процедура «вопрос-ответ», заключение и оценка итогов деятельности<sup>28</sup>. Следует отметить, что в ходе подготовки к беседе журналисту нужно узнать больше деталей о деле жертвы. Данный фактор способствует корректному составлению им открытых и закрытых вопросов. Начинать интервью

---

<sup>28</sup> Anti-human trafficking manual for criminal justice practitioners. Module 8: Interviewing victims of trafficking in persons who are potential witnesses. - New York: UN, 2009. – p. 9.

целесообразно с представления себя и объяснения, почему журналист рассказывает общественности истории жертв, и как они будут использованы в дальнейшем<sup>29</sup>. Этим журналист донесет до жертвы мысль о том, что первый проявляет уважение по отношению к личности пострадавшего. Кроме того, перед началом интервью им должно быть получено согласие жертвы о том, допустимо ли запись интервью с помощью технического оборудования. Из соображений этических норм жертва имеет право на конфиденциальность личных данных. Пострадавшего опрашиваемый также должен убедить в том, что последний способен разделить его чувства. Для достижения этой цели необходимо поддерживать обратную связь, а также форму активного слушания. Данного мнения придерживаются и другие авторы<sup>30</sup>. При общении с жертвами, возможно, журналистам необходимо замедлить скорость речи, предоставить жертве дополнительное время, чтобы понять, что они говорят, а также время для подготовки ответа. Здесь уместно не торопиться задать следующий вопрос и не перебивать потерпевшего. В конце опроса следует поблагодарить респондента за уделенное им журналисту время и приложенные усилия с их стороны.

Как показала практика, интервью с жертвами преступления не были замечены ни в одной исследуемой узбекистанской газете за 2016-2017 г.г. При подготовке материалов авторы сотрудничают с правоохранительными органами и ограничиваются в некоторых случаях только этим типом источников<sup>31</sup>. А героями своих материалов российские журналисты выбирают потерпевших, что, в свою очередь, делает их рассказы читабельными и «живыми»<sup>32</sup>. Следовательно, интервью с жертвами работоторговли обеспечивают материалам достоверность, повышают их социальную значимость и ценность. Кроме того, реальные истории обеспечивают и повышенный интерес аудитории, и её доверие к печати.

В большинстве случаев в статьях узбекистанской прессы интервью дают такие официальные лица государства, которые непосредственно ведут деятельность в сфере противодействия торговле людьми. Однако в таких интервью не приводятся примеры из жизни жертв, чтобы не травмировать их, а лишь описываются предпринимаемые шаги/ меры по предотвращению<sup>33</sup>.

---

<sup>29</sup> Combat Human Trafficking in the Arab Countries. Human trafficking toolkit for journalists. - UNODC for the GCC region, 2017. – p. 77.

<sup>30</sup> Anti-human trafficking manual for criminal justice practitioners. Module 8: Interviewing victims of trafficking in persons who are potential witnesses. - New York: UN, 2009. – p. 29; Toolkit to Combat Trafficking in Persons. Global Programme against Trafficking in Human Beings. - Vienna: UNODC, 2008. – p. 293.

<sup>31</sup> Абдухаликова Н. Паутина лжи // Правда Востока. – 2017 - 22 сентября - С. 8; Николаева Л. Дом без окон // Правда Востока – 2010 - 5 марта. - С. 3; Южная Е. Мероприятие для молодежи // Правда Востока. – 2016. - 14 января. - С. 2.

<sup>32</sup> Барова Е. Уроки рабского труда // Аргументы и факты. – 2016. – 21 января. – С. 9; Хакимова Е. На крючке у преступника // Мир новостей. – 2017. – 1 ноября. – С. 8; Степовой В. Педофилом может стать каждый // Мир новостей. – 2017. – 17 мая. – С. 8.

<sup>33</sup> Малособирова О. Чтобы не стать живым товаром // Правда Востока. – 2017. – 1 июня. – С. 3; Урманбекова М. Совместная работа продолжается // Народное слово. – 2017. – 17 февраля. – С. 4; Синотова Э. Об этом не стоит молчать // Правда Востока. – 2016. – 1 августа. – С. 3.

Газета «Нуқиқ» («Право») последних лет не отличается от своих конкурентов в данной сфере. Только два материала<sup>34</sup> содержат интервью с представителями правоохранительных органов и образовательных учреждений, а автор статьи «Қулликка рози бўлманг» («Не соглашайтесь на рабство») прокурор Шаватского района<sup>35</sup> ввел в материал часть интервью с жертвой траффинга, которая в состоянии депрессии (судя по её словам) рассказывает, что с ней произошло.

Судя по материалам газеты «Мир новостей», жертвы, близкие обвиняемых и участники событий в подробностях и свободно излагают ход событий. К примеру, материале «Изъятие органов выйдет из тени», интервьюируемый – заведующий отделением трансплантации почки РНЦХ им. Академика Б.В. Петровского РАМН – взвешенно и аргументированно излагает свои доводы<sup>36</sup>, вследствие чего автор не ограничивается рамками составленных им заранее вопросов и задает дополнительные, исходя из характера ответов респондента.

В статьях «Аргументов и фактов» в этом смысле прослеживается, основательный, научно обоснованный подход к интерпретации темы. Журналисты эмоционально не заражаются от ситуации, произошедшей с потерпевшим, и описывают события нейтрально. Герои публикаций малообеспеченные, безработные, больные, сироты. Хотя журналисты поддаются извечным стереотипам, они сумели обобщить итоги интервью и по ним представить читателю единую технологию вербовки доверчивых людей: их приглашают на высокооплачиваемую работу, перевозят или похищают, а дальше отбирают документы и заставляют трудиться в суровых условиях<sup>37</sup>.

Таким образом, судя по интервью узбекистанских журналистов, они не контактировали с пострадавшими от работорговли и/или проходившими реабилитационный курс лечения. Думается, журналистам Узбекистана целесообразно улучшить качество контента материалов по теме торговли людьми за счет включения в текст публикаций мнений самих жертв, передачи их эмоциональных переживаний. Им следует повышать уровень профессиональных навыков общения с преступниками, людьми, находящимися в глубокой депрессии после эксплуатации в качестве жертвы, а также с лжепострадавшими. Для журналистов, специализирующихся на теме противодействия торговле людьми, необходимо организовывать и регулярно проводить мастер-классы. В рамках таких мероприятий целесообразно наладить сотрудничество с психологами, которые помогут журналистам выработать навыки проведения интервью с участниками и жертвами траффинга, оказавшимся в кризисной ситуации и тем самым формировать, прежде всего, у самих журналистов толерантное отношение к потерпевшим.

---

<sup>34</sup> Одам савдосидан қанчалик огоҳсиз? ЎзА // Нуқиқ. – 2017. - 3 август. - 3 Б.; Ёшлар – одам савдосига қарши. ЎзА // Нуқиқ. 2016. - 4 феврал. - 12 Б.

<sup>35</sup> Қуръязов У. Қулликка рози бўлманг // Нуқиқ. – 2016. - 21 апрел. - 9 Б.

<sup>36</sup> Половцева Е. Изъятие органов выйдет из тени // Мир новостей. – 2016. - 30 марта. - С.5.

<sup>37</sup> Барова Е. Уроки рабского труда // Аргументы и факты. – 2016. - 21 января. - С. 9.

Печатные издания России чаще всего предоставляют новые журналистские расследования по поводу очередных фактов и явлений торговли людьми. Их корреспонденты профессионально беседуют с жертвами торговли людьми, выявляют и противопоставляют в публикациях интересы сторон, аргументированно обосновывают свою точку зрения, и самое главное, обеспечивают свою нейтральность. Вероятно, российским печатным изданиям будет целесообразным увеличить частоту публикаций статей, посвященных именно тематике торговли людьми.

### **Список литературы:**

1. Anti-human trafficking manual for criminal justice practitioners. Module 8: Interviewing victims of trafficking in persons who are potential witnesses. New York: UN, 2009.
2. Combat Human Trafficking in the Arab Countries. Human trafficking toolkit for journalists. UNODC for the GCC region, 2017.
3. Toolkit to Combat Trafficking in Persons. Global Programme against Trafficking in Human Beings. Vienna: UNODC, 2008.
4. Г. Нуқуқ, подшивка за 2016-2017 годы.
5. Г. Аргументы и факты, подшивка за 2016-2017 годы.
6. Г. Мир новостей, подшивка за 2016-2017 годы.
7. Г. Народное слово, подшивка за 2016-2017 годы.
8. Г. Правда Востока, подшивка за 2016-2017 годы.

## **MIGRATSIYA JARAYONLARI VA UNDA OAVNING TUTGAN O'RNI**

*Zoxitova N.*

*O'zMU Jurnalistika fakulteti*

*1-kurs tayanch doktoranti*

Migratsiya ijtimoiy borliqdagi inson tamadunnidan beri mavjud bo'lib kelgan jarayon. Insoniyat tarixi bu migratsiya tarixi hamdir. Globalizatsiyaning asosiy ta'sir omillaridan bo'lgan internetning rivojlanishi natijasida migratsiya o'sib bordi. XX-asrning oxiriga kelib aholining makonli harakatlanishi ortib bordi, buning natijasida kapital aylanishining o'sishi, baynalmillashuv, etnik-diniy munosabatlarning chuqurlashuvi kabi holatlar yuzaga keldi. Migratsiya va globalizatsiya sohasidagi professor, Xalqaro migratsiya Insitutining sobiq rahbari Robin Koenning fikriga ko'ra, oxirgi uch asr ichida bir nechta migratsiya davrlarini ajratib ko'rsatish mumkin. « Eng yirik migratsiya hodisasi sifatida AQShga Afrikada kuch ishlatilish yo'li bilan qullarning ko'chirilishini aytish mumkin »<sup>38</sup>.

«Migratsiyani aniqlashtirish yuzasidan birinchi ilmiy ishlarni XIX-asrning oxirlarida uchratish mumkin. Unda migratsiyaga insonning vaqtinchalik yoki doimiy yashash joyi sifatida qaralgan »<sup>39</sup>. Davrimiz haqli ravishda axborot asri deb nomlandi. Bir vaqtlar jamiyat taraqqiyoti besh formatsiyaga bo'lib o'rganilgan

<sup>38</sup> Robin K. The Cambridge survey of world migration. Cambridge University Press-1995.

<sup>39</sup> Vinujdennie migrantov v gosudarstvax SNG: poisk soglasovannix resheniy v ramkax sodrujestvo/Pod red. V. Mukomelya, E. Paina; Sentr etnopolit I region issled.-M. OOO "Firma Infograf", 2000.

bo'lib quyidagilardan iborat bo'lgan, ibtidoiy jamoa, quldorlik, feodalizm, kapitalizm va kommunizm jamiyatlari. Endilikda aksar tahlilchilar "jamiyat uchga - agrar, sanoat va axborot davriga bo'lingan holda o'rganilishi kerak degan fikrlarni o'rta tashlamoqdalar.

OAVning yetakchi vazifasi bu - axborot berish. Jurnalist Xurshid Do'stmuhammad axborotga sodda ammo tushunarli tarzda quyidagicha ta'rif beradi: "Sahar pallasi xo'rozning qichqirig'i, yotog'idan bosh ko'tarayotgan quyoshning zarrin nurlari, elas-elas esgan shabada, quloqqa chalingan shovqin-sas, dimoqni qitiqlovchi xushbo'y hid - hamma-hammasi – axborot! Insoning yurish-turishi, xatti-harakati, ko'z qarashlari, eng-boshi, qiyofasi, gap-so'zi, hatto biron so'z aytmay jim turishi ham- axborot!"<sup>40</sup>. OAV bu har qanday jamiyatning ko'zgusi. Ayniqsa, demokratik va fuqarolik jamiyati qurishni istayotgan hukumat va jamiyat uning erkin, ochiq ishtirokisiz bu vazifani to'liq uddalay olmaydi. "General Luiz Makkenzi (Bosniyadagi ingliz harbiy kontingentining rahbari)ning so'zlariga qaraganda - "mening ixtiyorimdagi qurol-yarog' majmuasida eng kuchlisi ommaviy axborot vositalari bo'lgan. Tinchlikni o'rnatish va zo'ravonlikni yo'q qilishda harbiy kuchlarga nisbatan ularning ta'siri ancha ustunlik qilgan"<sup>41</sup>.

"Jurnalistika- ijtimoiy insitut sifatida faoliyat yuritar ekan, o'zining tub mohiyatiga ko'ra, ijtimoiy axborot yeg'ish, ishlash va tarqatishdek funksiyasidan tashqari, ijtimoiy fikrni shakllantirishda aholiga xolis va haqqoniy axborot berishdek g'oyatda muhim funksiyani ham bajarishi lozim"<sup>42</sup>.

XXI asr axborot nafaqat turli xil nano texnologiyalar balkim, axborot asri hamdir. Fan va texnikaning ilg'or yutuqlari, zamonaviy axborot kommunikatsiya texnologiyalari, xususan, internet tizimi turli davlatlar va mintaqalar o'rtasidagi chegaralarni ochib berdi. Kishilar chegaralarni turli yo'llar orqali kesib o'tib, ko'chish harakatlarini amalga oshirayotgan bir davrda, ana shu chegaralarni quolsiz va juda tezlikda kesib o'tishga qodir bo'lgan bir davrda OAVning roli ayniqsa, internetning o'rni va ta'siri juda muhimdir. Avvalari kishilar insonlarning migratsiyasi va uning ortida bo'layotgan voqealar haqida, muhojir va qochoqlarning taqdiri haqida bexabar edi. Biroq, bu migratsiya jarayoni endi boshlanganini bildirmaydi. Ta'kidlanganidek migratsiya insoniyat tarixi, tamadduni bilan bo'g'liq, u yillar davomida shakllanib rivojlanib kelayotgan jarayon. Masalaning asosiy jihati shundaki, unda OAV va turli texnologiyalar hozirgidek ko'rinishga va imkoniyatlarga ega bo'lmagan. Atrofiga biror begona yurtdan kishilar ko'chib kelsa ham, mahalliy aholi (O'zbekiston) uni mehmondek iliq qabul qilgan, unga nisbatan shakllanadigan munosabat asosan kelgan muhojirning o'z xatti-harakatlarining natijasi ta'sirida bo'lgan. Ammo, OAV rivojlangandan so'ng kishilar asosiy axborotni, undan tun-u kun uzluksiz ola boshladilar. Turli yo'llar bilan kirib kelayotgan muhojirlar, yo'llarda halok bo'layotgan qochoqlar, jinoyatchi, terrorist muhojirlar, migrantlarning tashqi va ichki qiyofasi, ularning qilayotgan ishlarini ommaga yetkazishda OAV asosiy rolni o'ynadi. Ana endi, mahalliy aholi kelgan

<sup>40</sup> Do'stmuhammadov X. Axborot mo'jiza, joziba, falsafa. -T.: Yangi asr avlodi nashriyoti, 2013. -B.19

<sup>41</sup> Jumaev R.Z, Xo'janov B.A. Konfliktologiya asoslari. -T.: Akademiya, 2000-B.179

<sup>42</sup> Qozoqboev T, Xudoyqulov M. Jurnalistikaga kirish. Darslik -T.:Iqtisod-Moliya, 2018-B.9

muhojirni birinchi ko'rganda uni tanimasa ham, aynan o'sha OAVda ko'rgan, o'qigan va eshitganida hosil bo'lgan tasvirlari orqali ko'ra boshlaydi.

Masalaning yana bir jihati ham borki, agar OAV bo'lmaganda biz dunyoda qochoqlar inqirozi qanday kechayotganligi, ularning chegaralardagi ayanchi ahvoli haqida butun dunyoga xabar bera olmasdik. "OAV e'tiborisiz deyiladi, "Ethical journalism Network" xalqaro tarmoq tashkiloti tarafidan tayyorlangan "Moving stories" nomli hisobotda, - "gumanizm inqirozlari o'zining daxshatli asoratlari bilan, tashqi dunyo tarafidan kech anglangan bo'lar edi"<sup>43</sup>.

Demakki, OAVning asosiy roli, bu uning omma ongiga ta'sir etishida va uni boshqarishida namoyon bo'ladi. Har kunlik qayta va qayta takroran berilaveradigan xabarlar, ularning uslubi, shakli va yondashuvi orqali inson ong ostiga singib boradi va uning fikriga ta'sir etadi va hattoki, aynan o'sha fikrni o'zi xohlaganday qilib shakllantiradi. "Media and migration: Comparative analysis of print and online media reporting on migrants and migration in selected origin and destination countries" nomli tadqiqot dasturining mualliflari, "OAV- migratsiya kabi muammolarni qanday qabul qilinishiga chuqur ta'sir ko'rsatadi"<sup>44</sup>- deb ta'kidlaydilar.

Muhojirlarga nisbatan atrofdagi kishilarning fikrlarini uch guruhga ajratishimiz mumkin.

Birinchi guruh kishilari muhojirlarlar yetkazib beruvchi mamlakat (shu jumladan O'zbekiston) kishilarining bu vaziyatga nisbatan bo'lgan baholari. Bandlik va mehnat munosabatlari vaziri Sherzod Kudbiyevning ta'kidlashicha, - "Bugungi kunda 2 million 600 mingga yaqin fuqarolarimiz chet elda mehnat qilmoqda. Shundan 83 foizi, ya'ni 2 milliondan ortig'i Rossiyaga to'g'ri keladi"<sup>45</sup>. Bunda, ularga achinish hissi bilan qarashlari, ularga hamdard bo'lishga intilishlari va mamlakat siyosatida bu borada olib borilayotgan siyosatning xatoligini e'tirof etishlari yaqqol kuzatiladi. Ayollarga nisbatan esa salbiy qarashlar, ularni yengiltaklikda ayblash asosiy uchraydigan munosabatlardan biridir. Judayam kamchilik bu vaziyatda aynan o'sha kishilarni dangasalikda, boriga shukr qilmaslikda ayblash holatlari ko'zga tashlanadi.

Ikkinchisi esa, muhojirlarning asosiy manzili bo'lgan davlat (masalan, Angliya) fuqarolarining bu boradagi qarashlaridir. Ushbu davlat kishilari tashrif buyurayotgan immigrantlarning yevropalik yoki yevropalik emasliklariga, o'qimishli va savodsizliklariga, xristian yo bo'lmasa musulmon ekanliklariga hattoki, ba'zi o'rinlarda teri ranglariga qarab ham turli darajada muhojirlar bilan munosabatga kirishadilar. Muhojirlarni qabul qiluvchi mamlakat fuqarolarida, muhojirlar bizning ish o'rinlarimizni egallab oladilar degan fikr ham yo'q emas. Musulmon immigrantlarga nisbatan ularda xavsirash kuchli bo'lib, ba'zi kishilarni o'z

---

<sup>43</sup> EJN. Moving Stories. International Review of How Media Cover Migration. -London, 2015. - P.3

<sup>44</sup> Marie M, Warren W. Media and migration: Comparative analysis of print and online media reporting on migrants and migration in selected origin and destination countries. Australia-2015. P.7

<sup>45</sup> <https://kun.uz/uz/news/2019/08/01/mehnat-muhojirlari-har-yili-ozbekistonga-5-milliard-dollar-yubormoqda-vazir>



mamlakatining islomlashib ketish xavfi havotirga soladi. Buni siyosatchilarning OAV orqali berib borilayotgan fikrlarida ham ko'ramiz. "Yevropa qochoqlar inqirozi" davrini olaylik. Vengriyaning bosh vaziri Viktor Orban OAVda qilgan chiqishlarida bot-bot ushbu masalani gapirib o'tishini guvohi bo'lishimiz mumkin. "Oddiygina qilib aytganda musulmonlar borgan sari ko'payganda ko'payib boraveradi va biz bu Yevropani tanimay qolamiz", - deya ta'kidlaydi u o'z nutqlarining birida. Shuningdek u, "Vaqt o'tgan sari Yevropada madaniyatlar o'rtasida musobaqa boshlanadi va bu musobaqada xristian dini vakillarining mag'lub bo'lish ehtimoli yuqori. Chunki, oxir-oqibat ular bizdan ko'p bo'ladilar, bu oddiy matematika"<sup>46</sup>, - deb hisoblaydi. Oksford Universitetining Migratsiya observatoriyasida 2010-2013-yillarda o'tkazilgan tadqiqot natijalariga ko'ra, Britaniya matbuotida muhojirlarga nisbatan "...terrorchi", "soxta" so'zlari eng ko'p qo'llanilgan so'zlardan hisoblanadi"<sup>47</sup>. Bu esa, chegaralarda turli xil yo'llar bilan og'ir ahvolda o'tayotgan kishilarni jinoyatchilik bilan bog'lab ko'rsatadi.

Uchinchi guruhda har ikki holatdagi yurt (misol uchun, Rossiya) vakillarining ya'ni, ko'plab muhojirlarni o'ziga jalb etuvchi shu bilan birga, ko'plab emigrantlarga ega bo'lgan mamlakat fuqarolarining fikrlaridir. 2019 yilda "Rossiya eng ko'p muhojirlarni qabul qiluvchi mamlakat sifatida so'nggi bir yilda Germaniyadan o'zib ketib ikkinchilikni egalladi (12 million nafardan ortiq), qiziq jihati shundaki Rossiya mamlakatni tark etayotgan fuqarolar bo'yicha ham yetakchi uchinchi pog'onani egallaydi (10,5 million)<sup>48</sup>". Rossiya aholisining aksar qismi Kavkaz va ayniqsa O'rta Osiyodan kelayotgan migrantlarga nisbatan gastarbayer, yovvoyi, intellekt jihatdan qoloq, madaniyatsiz kabi so'zlarni ko'p qo'llashadi va ularning migrantlar haqidagi qarashlari asosan salbiy bo'yoqlarga ega ekanligi namoyon bo'ladi. Ushbu mamlakat aholisining ba'zilarida muhojirlar hamma yerni bosib ketdi, men ham chet elga ketaman deganlari ham uchraydi. Bunday turdagi mamlakatlarda iqtisodiy ahvol yomonlashib borayotgan yoki ma'lum hudulardagina rivojlanish yuqoriligi kuzatiladi. Kuzatuvlar natijasida albattaki, oz bo'lsada mehnat muhojirlarini kattalarni hurmat qilishliklarini, Moskva kabi shaharlarida migrantlar ko'cha supuruvchi va shunga o'xshash kabi ishlarda ishlamasalar tub aholi bu kabi yumushlar bilan shug'ullanmasligini takidlaydiganlar ham yo'q emas. G'arbiy Yevropa mamlakatlari fuqarolariga nisbatan esa xayrixohlik sezilib turadi. Bunday munosabatning sababini, Rossiya fuqarolarida sobiq ittifoq davrida boshqa bir qator millatlar bilan birgalikda Markaziy Osiyo xalqlariga nisbatan shakllanib qolgan tushunchalar, sobiq koloniyasi sifatida mensimaslik, o'sha davrlarda ularni qoloq, bilimsiz sifatida tasvirlangani va albatta hozirgi OAVning mehnat muhojirlari obrazini shu tarzda yaratgani deb izohlash mumkin. OAVda muhojirlar tarafidan sodir etilgan salbiy holatlarga asosiy urg'uning berilishi, ularning ichki dunyosi ochib berilmasligi. Fotoreportaj va videolavhalarda ham rakursning qora tarafdin

<sup>46</sup> Boris Kalnoky. <https://www.welt.de/politik/ausland/article146497225/Am-Ende-werden-die-Muslime-mehr-sein-als-wir.html>. 16.09.2015.

<sup>47</sup> Danilova V. Media and Their Role in Shaping Public Attitudes Towards Migrants. United Nations University Institute on Globalization, culture and mobility. 2014.07.16. <https://gcm.unu.edu/publications/articles/media-and-their-role-in-shaping-public-attitudes-towards-migrants.html>

<sup>48</sup> [www.kun.uz/qaysi-davlatlarda-mehnat-muhojirlari-ko'p](http://www.kun.uz/qaysi-davlatlarda-mehnat-muhojirlari-ko'p). 15.02.2019.

o'rnatilgani shunday munosabat shakllanishining asosiy omillaridan biri bo'lib xizmat qilgan.

Professor Xudoyqulov Muhtor matbuotning prinsipi haqida gapira turib quyidagilarni ta'kidlaydi,- "Matbuot o'z zimmasiga yuklangan ijtimoiy vazifalarni bajarishda ma'lum tamoyillarga amal qiladi. Matbuotning asosiy vazifasi umuminsoniyatga xizmat qilishdan iborat bo'lganligi uchun uning bosh tamoyili ham...umuminsoniylik bo'lmog'i kerak"<sup>49</sup>. Migratsiya o'z ichiga iqtisodiy, siyosiy, diniy, ijtimoiy, etnik kabi jihatlarni qamrab olgan. Bu turdagi xabarlarni yoritishda OAV bag'rikenglikni namoyon etishi yo bo'lmasa ziddiyatlarni qo'zg'atishi mumkin. Ko'pgina mamlakatlarning qonunchiligida ijtimoiy, diniy etnik konfliktlarni keltirib chiqarishi mumkin bo'lgan xabarlarni OAV orqali tarqatib agitatsiya va propaganda qilish taqiqlangan bo'lsada, reallikda bu qoidalar ishlamaydi yoki ularga amal qilinmaydi. Jumladan, Ruandadagi 1994-yilning aprelida sodir bo'lgan genotsid yarim milliondan ortiq insonlarni hayotdan olib ketdi. Allan Tompson boshchiligida nashr etilgan "OAV va Ruanda genotsidi"<sup>50</sup> nomli kitobda bu konfliktini shakllantirishda OAVning qanday hal qiluvchi rolni o'ynagani haqida hikoya qilinadi. Italiyalik tadqiqotchi Jessika Ter Val 1996-yildagi ilmiy maqolasida<sup>51</sup>, Italiyaning "La Repubblica" gazetasi jurnalisti Rimdagi tashlandiq zavod hududida minglab noqonuniy yashab kelayotgan muhojirlar yashaydigan joydan reportaj tayyorlagani. Unda u muhojirlarni asosan kriminal bilan bog'lab ko'rsatgani va ushbu kontekstda shu paytga qadar bo'lgan ko'plab etnik mojarolar ham berib ketilganligini hikoya qiladi. Bu esa, italiyan jamoatchiligida antimigratsiya kayfiyati keskin ko'tarilishiga sabab bo'ladi deb yozadi.

Erkinlikka intilish har bir OAV xodimlari oldida turgan vazifa ammo, barcha narsada me'yor bo'lishi shart. Uning nima ekanligini ahamiyati yo'q. Shu o'rinda, Fransiyaning satirik jurnallaridan bo'lgan Charlie Hebdo tahririyatiga qilingan qurolli hujumni olaylik. Bu barchaning ko'zida terror hisoblansada, aslida tanganing ikkinchi tomoni ham mavjud. Bu surat nafaqat bir shaxsga balki milliardlab insonlarga nisbatan, ularning qadriyatlarini va e'tiqodlariga qaratilgan munosabat edi. Uning ortidan etnik va diniy mojarolar kelib chiqishini, salbiy oqibatlarga olib kelishini inobatga olish lozim edi. Tahririyat jurnalistlarining fransuz jamiyati monoetnik jamiyatdan, muhojirlar hisobiga (Fransiya muhojirlarni eng ko'p o'ziga jalb etuvchi mamlakatlar 10taligiga kiradi) polietnik jamiyatga aylanganini hisobga olmagani, ushbu vaziyatni oxirigacha aniq tasavvur etmagani bois Fransiya demokratiyasi nuqtai nazaridan odatiy deb hisoblangan karikatura terrorizm o'chog'ini yuzaga keltirdi va islom diniga bo'lgan g'arbiy Yevropadagi nafrat darajasini yanada oshirdi. Albatta bu migrantlar hamda tub aholi kayfiyatiga o'ta

---

<sup>49</sup> Xudoyqulov M. Jurnalistika va Publitistika. -T.: Tafakkur, 2011. -B.58

<sup>50</sup> Qarang: Thompson A. The media and Rwanda Genocide. London:Pluto Press, 2007.

<sup>51</sup> Jessica Ter Wal . The social representation of immigrants: the Pantanella issue in the pages of La Repubblica // New Community. Journal of ethnic and migration studies. 1996, Volume- 22, Issue-1. P. 39-66

salbiy ta'sir ko'rsatdi. Nafaqat Fransiya balkim, G'arb olamida bu hujumdan so'ng musulmon immigrantlarga nisbatan jamiyatda tazyiq va qo'rquv ortdi.

Professor F. Mo'minov aytganidek, "Jurnalistikaning bosh maqsadi- ijtimoiy insitut sifatida belgilangan natijalarga erishish, jamoatchilik fikri va kishilar xatti-harakatida ijobiy o'zgarishlar paydo qilishdir"<sup>52</sup>. Shu nuqtai nazardan olib qaraganda, migratsiya jarayonining ishtirokchilari bo'lgan qochoqlar, migrantlar mavzusini ommaga yetkazishda OAV xodimlari etika qoidalariga, insonparvarlik, haqqoniylik, tolerantlik va xolislik tamoyillariga amal qilishlari, faqatgina sensatsiya ortidan quvmasdan uning oqibatlarini tahmin qilgan holda jamoatchilik e'tiboriga taqdim etishlari zarur. Zero, unda mamlakatlar manfaatlari, inson qadr-qimmatini, sha'ni masalasi yotadi.

## **МАССМЕДИАВИЙЛИК - ЗАМОНАВИЙ МЕДИАМАТНИНГ СИФАТИНИ БЕЛГИЛОВЧИ ОМИЛ**

*Саодат Шамақсудова*

*ЎзЖОКУ Босма ОАВ ва ноширлик иши факультети*

*"Ўзбек тили ва адабиёти" кафедраси*

*катта ўқитувчиси*

Массмедиа ва унинг нутқий фикрий амалиётининг қатъий назариясини яратиш - журналистика илми олдида турган энг долзарб вазифадир. Уни ўрганишда бир қатор соҳа вакиллари иштирок этиши талаб этилади: фалсафа, маданиятшунослик, коммуникация, сиёсатшунослик, психология, педагогика, тилшунослик, санъатшунослик, маркетингология, журналистика назарияси, реклама ва жамоатчилик билан алоқалар. Турли усул ва таҳлилий жараёнлар (тарихий типологик таҳлил, тавсифий таҳлил, социологик таҳлил, социал-психологик таҳлил, дискурс таҳлил, контент-таҳлил, маъновий таҳлил, лисоний таҳлил, услубий таҳлил, тузулмавий-компазицион таҳлил ва бошқалар) массмедиа илми ўрганишда керакли бўлган муаммоли изланиш доирасини кенгайтиради.

Оммавий мулоқотнинг муаммоммолари хилма-хил бўлиб, ушбу илмий мақоламизда массмедиа аспектининг медиамаатн шаклига келишидаги ўзига хослигини ўрганишни мақад қилиб қўйдик.

Бугунги кунда массмедиа жамият ҳаётида нафақат мавжуд бўлиб қолмай, балки барча субъектларнинг коммуникация жараёнларини керакли даражада олиб боришларини таъминлаб бермоқда. Массмедиа ижтимоий муҳитнинг инфратузилмасини шакллантирувчи компоненти бўлибгина қолмай, барча ижтимоий жараёнлар маданий тус оладиган, ижтимоий бир хил (айнан, мос) моделлар юзага келадиган, жамоатчиликнинг доминант фикр ва мафкуравий векторлари шаклланадиган, ўз мавқеига эга контекстга айланди.

Массмедиа ҳозирги замонда ҳар қандай фикр ва қарашларни қўллаб-қувватлайди ва шу билан биргаликда уларни ўз ишлаб чиқариш жараёни,

---

<sup>52</sup> Mo'minov. F. Jurnalistika samaradorligi fani bo'yicha ma'ruzalar to'plami. -T.: Universitet, 1994. -B.5

ададлаштириш ва маълумотни тарқалиши қоидаларига бўйсиндиради. Шундай қилиб, медиаматн фикрларнинг турли шакллари бирлаштиради. Медиаматн моҳияти унинг расмий ва мазмунли шаклда оммавий алоқа контекстларини узатиб бериш имкониятига эга бўлишида кўринади, унинг параметрлари массмедиавийлик тушунчасида акс этади.

Массмедиавийликни тушунишда (массмедиа шаклидаги диалектика, замонавий медиаматннинг интегратив сифати) оммавий ахборот воситаларининг ижтимоий амалиёти энг муҳим тўртта импульсни қамраб олишини назарда тутиш керак: 1) технология; 2) амалдаги ижтимоий контекст; 3) ижтимоий йўналтирилган маълумот, 4) катта ижтимоий аудитория.

Массмедиавийликнинг асосий тамойиллари мавжуб бўлиб, улар қуйидагилардан иборат:

1. **Технологик тамойил** – медиаплатформаларнинг техник хусусиятлари билан боғлиқ бўлиб, улар ахборий маҳсулотни ишлаб чиқариш, ёзиб олиш ва етказиш усуллари белгилаб беради;
2. **Мавжуд контекст тамойили** - ахборот маҳсулоти ва долзарб оммавий жараёнларни мустақкам алоқасини шакллантиради;
3. **Адад (тираж) тамойили** - бир вақтнинг ўзида асл матнни кўп нусхада бўлишини ва унинг кўпвариантлилигини таъминлаб беради. Бу тамойил ёрдамида маҳсулот шахсий кечирмалар, билимлар ва одатда, эксперт ва ихтисослашган билим доирасидан чиқиб, уни ҳар кунги кундалик ҳаётда қўлланиладиган билимларга айлантиради. Натижада маълумот уникаллигини йўқотиб, эксперт фикри бўлмаган оммавий феноменга айланади. Ёзма шаклдаги матнларни интерпретация қилиш бир тамондан адресатнинг ички дунёси, фикрлаш принциплари ва эстетик қадриятлари орқали қабул қилинса, иккинчи тамондан экспертнинг ўқиш ва билим олиш жараёнидаги қўлланиладиган интерпретатив методологияси ва дискурсив англаш орқали юзаган келади. Булар ўртасидаги фарқ яққол намаён бўлади. Бунда маълумотни интерпретация қилиш ва қабул қилишнинг сифати турлича бўлади. Массмедиа маҳсулотига айланадиган маълумотнинг тили ва шакли олдиндан аудиториянинг билими ва таржибасига мос шаклда “тахрир қилинган” тарзда узатилади. Бу массмедиа эксперт фикри ёки шахсий билимларни узатиб бермайди дегани эмас, лекин ўзига хос чекловлари мавжуд.
4. **Аудитория тамойили** орқали омма ҳаётидаги фактлар аудиториянинг билими, тили ва эҳтиёжига, шу жумладан алоқа ва технологик афзалликларига, муайян турдаги оммавий ахборот воситаларига мойиллигига қараб мослашади.

Аудиториянинг эътиборини жалб қилиш турли усуллар орқали амалга оширилади. Уларга:

- Интеллектуал маҳсулотни аудиториянинг ижтимоий коммуникатив майдонида самарали жойлаштирилиши;

- Ахборий-тематик материални параметрларини аудиториянинг ўзига хослиги ва унинг талабларига мослашиши;
- Маълумотни композицион-тузилмавий жойлаштирилиши (сарлавҳа комплекси, визуализация, инфографика ва бошқалар);
- Ўзига жалб қилувчи нарратив (сюжет). Унинг белгилари драматизациялаш, пародиялаш, таъсирчан услублардан фойдаланиш, сторителлинг (қизиқарли прагматик ҳикоя) ва бошқалар;
- Нутқий таъсир этиш усуллари. Бунга нотиклик санъати талаблари киради.

Булар аудиторияни ахборотга жалб қилувчи усуллар бўлиб, уларнинг катори бундан ҳам кенг бўлиши мумкин. Уларнинг асосий мақсади кенг ижтимоий оммани мулоқотга чорлашдан иборат.

Аудитория тамойили 1) технологик аспект – ахборотни тўсиқсиз онсон қабул қилиш, ахборий маҳсулот билан бўлган мулоқотни узликсиз ва чекланмаган бўлишини таъминлаб бериш; 2) мазмун жиҳатидан – аудиториянинг интеллектуал даражаси, билими, тажрибаси ва қобилиятларига тўғри келадиган маълумотни узатиш; 3) маънавий-этикод аспекти – ахборий маҳсулотни аудиториянинг доминант бўлган кадриятлари, маданий-ғоявий қарашларига мослиги; 4) тузилмавий-кодланган аспект – медиаматнлар доирасида аудитория талабларига мос бўлган маъновий кодлар ва уларни ташкил этиш усуллари (тўғри ва нотўғри кетма-кетлик); 5) композицион-услубий аспектда – медиаматн композициясининг аудитория тамонидан кутилаётган таъсирчанлик, экскрессивлик ва далилланганликка мос келиши кабиларни ўз ичига олади.

Кенг ижтимоий аудитория тамойили ҳозирги net-технологиялари таъсирида ўзгача сифатга эга бўлган коммуникация контекстларини яратди. Уларда ҳозирги кунгача узвий боғлиқ бўлмаган бир тамондан шахсий характерга эга бўлган шахслараро алоқа, бошқа тамондан эса оммавий шахсизлантирилган (деперсонализациялаштирилган) субъектга қаратилган, яъни адресатнинг белгилари (масофавий, кўп сонли, ижтимоий-маданий)га қаратилмаган бўлади.

5. **Такрорлаш тамойили** берилаётган маълумотни аудитория назаридан четда қолмаслигини таъминлаб беради ва аудитория эътиборини узатилаётган аборотга узоқ муддат жалб этишини таъминлайди. Медиаматннинг замонавий маданиятдаги моҳияти (муҳимлиги) унинг оммавий қайта жонланиши билан таъминланади.
6. **Вақт потенциалини ошириш тамойили.** Мунтазам ривожланаётган замонавий жамиятда ахборот ишлаб чиқариш саноати билан боғлиқдир. Бу жараён содда, тежамкор (жумладан, вақтни тежаш) технологияларини талаб қилади. Бунда асосий ролни ререйтинг – тайёр матн (қолип) асосида матн яратиш технологияси ва уларни трансформацияси (қайта ишланиши) бажаради.
7. **Оммалаштириш (реклама қилиш) қилиш тамойили.** Бу тамойил нафақат ахборот алмашилишига, балки аудиторияни кенгайтиришга олиб келадиган

янги манбааларни топишга, янги истеъмолчиларни жалб этишга ёрдам беради. Ҳозирги кунда бозор иқтисодиёти шароитида маълумот узатиш “кўчада бонг уруш” усулидан “Интернетда клик босиш”гача ўзгарди.

8. **Интертекстуаллик тамойили.** Инсоннинг ўзини ва атроф муҳитни англашида ҳар бир фикр бошқа фикрлар билан бўлган алоқа натижасида юзага келади. Фикрлар ўзаро бир-бирига мос ва қарама-қарши фикрлар диалоги асосида ўзига хос бўлган уникал маъно майдонини яратиб, ундаги фрагментларнинг ҳар бири бошқаларининг таъсирида фокусланади ва юзага келади. Замонавий массмедиада яратилган зич ахборот майдонида ҳар бир унсур мақсадга мувофиқ ёки мажбурий равишда бошқалар билан ўзаро боғланганлиги, мулоқот алоқаларига кўшилиши интертекстуаллик тамойилини фаоллаштиради. Массмедиа интертекстуаллигининг ўзига хослиги шундаки, оммавий ахборот воситалари амалиёти доирасида мавжуд ва потенциал матнлар билан аввалги алоқалар ўртасидаги семантик алоқаларни ўрнатиш маданий анъаналарнинг чуқурлашиши ва маданий-тарихий хотирани юзага келтириш билангина эмас, балки замонавийликнинг ижтимоий контекстини ривожлантириш билан боғлиқ.
9. **Мультимедиавийлик тамойили.** Бу тамойил бир матн ичида манбаларни юзага келтирувчи маъновий код ва воситалари (сўз, сурат, графика, расм, товуш, анимация, тасвир) ва бошқаларнинг уйғунлиги. Уларнинг ҳамкорлиги аудиториянинг ахборотни тўлиқ қабул қилишига қаратилган.
10. **Интерфаоллик тамойили.** Замонавий ахборот коммуникатив технологиялар орқали медиаматн янги, интерфаол форматга эга бўлади. Бу форматнинг асосий мақсади аудиторияга маълумотни тўғридан-тўғри ва турли вариантларда олиш ва ушбу маълумотларга ўз муносабатини ёзма тарзда қолдириш имкониятини беради.

Демак, массмедиалик (массмедиа шаклидаги диалектика) матн сифатини намоён этиб, фикр ифодалашнинг бошқа шакллари орасида уни алоҳида ўринга эга бўлишини таъминлайди. Бу массмедиаининг ижтимоий тажрибадаги алоҳида хусусиятларини белгилаб беради.

Массмедиалик матннинг ўзига хос хусусияти бўлиб, бошқа параметрларда ҳам ўз аксини топади, уларни илмий тадқиқ этиш ҳозиргача давом этмоқда. Оммавий мулоқотдаги нутқий фикрлаш жараёнлари муаммолари тўғрисидаги дискуссиялар ҳали вери поёнига етмайди. Чунки массмедиаининг инсон ҳаётидаги ўрни ва уни инсонни жалб этишдаги усуллари ҳам хилма-хил – мобиллик, эркинлик, хокимлик, муваффақият, глобаллашув, хилма-хиллик, ўзига хослик, тезкорлик, мослашувчанлик, интерфаоллик, барчага қулайлик, таъсирчанлик, визуализациялаштирилганлик ва сторителлинг.

#### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:**

1. Аннекова И.В. Медиадискурс XXI века: лингвофилософский аспект языка СМИ. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 2011.

2. Бовоне Л. Новые культурные посредники: научное исследование как исходный пункт кросс-культурного обмена // Социальное знание: формации и интерпретация: матер. медунар. науч. конф. Казань: Форт-Диалог, 1996.

## СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ФОРМИРОВАНИЮ МЕДИЙНОЙ ГРАМОТНОСТИ

*Фатима Муминова,  
доктор филологических наук, профессор Университета  
мировой экономики и дипломатии.*

*Имеющиеся возможности и проблемы.* В современном мире воспитание и образование молодого человека, подготовка его к будущей специальности сопряжено с некоторыми трудностями, вызванными спецификой технологического прогресса. Хотя каждое молодое поколение любого столетия и страны имеет свои сложности и проходит некоторые ступени адаптации и роста, тем не менее, на наш взгляд, *нынешнее информационное поколение значительно отличается от других времен и эпох.* Во-первых, такая глобальная взаимозависимость и моментальная осведомленность о происшедших событиях, о негативных и разоблачающих авторитеты сильных материалах в минувших столетиях не встречалась. Во-вторых, но и такая возможность личностного профессионального роста, изучения в онлайн-режиме большого количества источников, научных трудов всех времен и стран в любое время и независимо от географического места проживания человека, также никогда не имела. *В-третьих*, в нынешнее время трудно найти правильный ориентир к достижению цели из-за наличия у человека множества обязанностей, необходимости быть всегда в тренде и недостатка свободного времени для саморазвития, и для того, чтобы «остановиться и оглянуться», поразмышлять и взвесить свои плюсы и минусы. Давление жизни, ритма эпохи на человека и его психику очень огромно. Потому часто встречаются случаи стрессов, нервных срывов и болезненных, трагических потрясений. Как быть студенту в окружении этих где-то противоречивых факторов, как развиваться, сохраняя свою здоровую психологически- нравственную структуру и динамику восприятия новизны. Ведь качественные показатели молодой личности могут быть вполне измерены и проявлены в результатах его действий.

*Развитие цикла умений.* Студент, независимо от профиля обучения, специализации, в целом должен научиться управлять своими делами, ставить задачи наиважнейшие, стратегически важные для достижения своей цели, и текущие, повседневные, на день –два. К перспективным или наиважнейшим относятся: овладение прочными фундаментальными знаниями, пониманием закономерностей развития социальных, экономических процессов, умением отличать особенности, отличительные черты цивилизаций, исторических эпох, сообществ и групп людей. Без уяснения общего процесса человеческого

развития и его взаимосвязи с природой, земными катаклизмами, факторами окружающей природной среды, трудно судить, оценивать жизнь отдельной ойкумены, народа или его проявлений. Допускаю, что мне скажут, этого невозможно достичь за год-два или даже за три года. Я отвечу, если вы поставите цель- узнать этот фундамент знаний, если очень сильно захотите и будете к этому стремиться, у вас все получится. Платон говорил, когда вы ставите большую цель и стремитесь к ней, цель тоже стремится к вам и работает на вас. Как это понять? Большая цель заставляет вас подсознательно отбрасывать, уходить от всего мелочного, суетного и мешающего вам благотворно работать. В результате, вы начинаете рационально распределять свое время, планировать текущие дела, исходя из выделения основного времени на то, что служит основной цели. То есть исходя из большого, перспективного, вы определяете и стараетесь быстрее выполнить текущие дела.

Далее *вторая группа умений*, которыми молодые должны овладеть, это тоже очень важная часть учебного обучения в вузе. Необходимо овладеть достаточным запасом лексического и терминологического выражения. Вы можете научиться, штудировав различные труды светочей науки, понимать процессы развития сообществ, государств и мира человеческого в целом. Но если студент не овладеет мастерством правильно использовать слова, термины, не научится излагать познанное самостоятельно, или с помощью педагога, в точных терминах, выражениях, он останется, застрянет на полпути в движении к своему совершенству. Работа над словом, обогащением словарного запаса, развитием аналитического и системного мышления- это большое подспорье в формировании студента как интеллектуальной личности.

*Третья группа умений* касается выработки методов и способов действия для ведения или начала научно-исследовательской, или прикладной работы. Как приступать к сбору материалов по теме, имея текстовые источники, как дифференцировать их по частям, отделам, как обеспечить достаточность материалов для доказывания своей позиции. Все подобные вопросы определяют методологию научной, исследовательской работы. Все эти циклы можно охарактеризовать как овладение навыками поиска истины в исследовании определенной проблемы.

*Медиаграмотность.* Для выработки умения работы с медийными ресурсами, то есть с материалами средств массовой информации, интернет-источниками, онлайн-текстами, разноликой палитрой соцсетей - требуется постоянная собранность, внимательность и критичность. Общая болезнь, попадающих в соцсеть – «зачарованность» шквалом информации, картин, сюжетов, сообщений, на, казалось бы, табуированные темы. Если самокритичный студент, вооружен большой целью - жизненной и профессиональной, он должен научиться отличать «информационный мусор», пустой звук из броских слов от серьезных, полезных и нужных ему для работы материалов. Работая в этом направлении, он постепенно научится не



задерживаться на малозначащих интригующих материалах, и быстрее переходить к поиску серьезной литературы, научных исследований, статей.

Ныне выработка культуры информационной работы у членов общества обозначается часто словом «медиаграмотность», «медиаобразование». Если при возникновении персонального компьютера, интернета в Узбекистане в начале 1990-х годов под медиаграмотностью понималась компьютерная, интернет- грамотность, т.е. техническое умение работы на новых оборудованьях, технике, то сегодня ситуация изменилась. По вопросам медиаграмотности проводятся международные конференции, семинары, разрабатываются проекты, вводятся учебные дисциплины и спецкурсы, создаются учебники, пособия, пишутся диссертации, дипломные и магистерские работы, издаются журналы и научные вестники. Чем все это обусловлено? Во-первых проникновением коммуникационной технологии, интернет сети во все сферы жизни, начиная с детских садов, кончая вузами, банками, интернациональными компаниями. Во-вторых, стремлением прояснить происходящее в глобальной инфорсфере и дать правильную оценку, рекомендовать пути решения.

От воздействия медиа самыми уязвимыми остаются учащаяся молодежь, студенты, дети дошкольного возраста. Медиаграмотность включает много аспектов, здесь и транспарентность решений, законов, открытое правительство, информационная поддержка министерств по трудоустройству молодых, выпускников учебных заведений и др. Социальные сети имеют самую разную аудиторию, подразделяются по тематической направленности, по обращению пользователей, по ориентации на определенную социальную группу. Наиболее популярными являются Facebook, Twitter и LinkedIn, Google, [ВКонтакте](#), [Instagram](#) и др. Некоторые ученые советуют развивать в студентах навыки коммуникаций, творчества, инновационности, критического мышления, что поможет им не утонуть в потоке информации. В Докладе Всемирного экономического форума отмечалось, что «новые технологии образования должны помочь воспитать в юном поколении те важнейшие навыки, которые будут способствовать продуктивному участию молодежи не только в образовательном процессе, но и социуме вообще».<sup>53</sup> К персональным качествам учащихся здесь относят: любопытство, инициативность, целеустремленность, адаптивность, социальная и культурная осведомленность.<sup>54</sup>

Другой автор замечает, что в условиях, когда многие простые задания выполняют машины, поднимается спрос на навык- системно мыслить, увязывать невидимые, скрытые смыслы, прогнозировать их причину и последствия. «Сегодня большинство людей... могут быстро узнать все что угодно и найти множество данных по любому вопросу. Но ведь тут надо еще вычлениить из общего потока необходимое и все проверить: убедиться в том,

---

<sup>53</sup>Писаревский М. 16 качеств и навыков необходимых студентам XXI века. // <https://innovationhouse.org.ua/ru/statti/>

<sup>54</sup> Там же.

что информация соответствует действительности. Сейчас стало важным не столько знать много, сколько знать, где и как можно получить необходимую, точную и достоверную информацию по нужной теме и критически ее осмыслить. Способность дойти до сути проблемы, решать не ее следствие, а причину, будет особенно цениться в дальнейшем. Умение лечить не «симптом», а то, что его вызывает, возможность понять глубинный смысл происходящего и поступающей информации и верно отреагировать в связи с этим знанием — все это поднимет специалиста на новый уровень компетенции». <sup>55</sup>

Современность с ее ростом информационных потоков ставит задачу формирования в обучающейся молодежи умений отбора и правильного использования мединой продукции. Это становится одним из качественных показателей выпускников вузов, уровня овладения ими информационными ресурсами и применения в профессиональной деятельности.

## ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ ЖЕНСКИХ ЖУРНАЛОВ

*Исраил Мукаддас Иргашевна*  
профессор кафедры

*“Интенсивного преподавания второго  
иностранного языка” факультета  
международной журналистики УзГУМЯ*

*Тешабоева Дилфуза Муминовна*  
Д.ф.н., профессор, заведующая кафедры

*“Интенсивного преподавания второго  
иностранного языка” факультета  
международной журналистики УзГУМЯ*

В процессе информирования женской аудитории особую роль играют экспрессивно-речевые качества коммуникатора. Женская пресса отличается повышенной степенью эмоциональности, что связано с вербальными характеристиками женской личности. «Природа создала женщин очень эмоциональными существами. Их психология не терпит однообразия, монотонности, с чем приходится считаться журналистам женских изданий», — отмечает Р.М. Ямпольская, характеризуя своеобразие женской периодики, следовательно, язык женских журналов отличается эмоциональной насыщенностью. <sup>56</sup>

Используемые авторами ресурсы языка направлены на достижение конкретных коммуникативных задач, которые связаны с волеизъявительной

---

<sup>55</sup> 10 навыков, которые нужны всем студентам. // <http://srshb.ru/nauka-i-biblioteka/blog/10-navyikov,-kotoryie-nuzhnyi-vsem-studentam.html>

<sup>56</sup> Ямпольская Р.М. Женская пресса. Ее типологические особенности. // Система средств массовой информации России. Вестник МГУ. Серия 10 "Журналистика". Ч. II. - М., 1994. - С. 22.

функцией печатного издания. Все средства воздействуют на адресата, способствуют изменению его сознания<sup>57</sup>.

Вопросу эмоциональности текстов женской прессы и процессу ее создания посвящен ряд научных работ (А.В. Анисимовой, В.В.Акуличевой, О.В.Дробышевой и др.). Однако, как показывает исследование О.Здравомысловой, Н. Кигай, сами авторы женской прессы отрицают наличие особого стиля в материалах, адресованных женским аудиторным группам: «Язык женской прессы в целом не выделяется особенностями, но в то же время журналисты высказывают «нормативное» представление, что тексты на женскую тему более «эмоционально окрашены». Создается впечатление, что вопрос о языке женской прессы вызывает затруднение».

Анализируя данное заключение, можно предположить, что авторы женских изданий не отмечают стилистических особенностей собственных публикаций по той причине, что они сами принадлежат к феминной группе и создают произведения в стиле, характеризующем особенности женского вербального поведения, что подтверждает ответ журналистки, приведенный в работе О.Здравомысловой, Н.Кигай: «Сам язык ничем не отличается, другое дело, что язык женщины может отличаться от языка мужчины».<sup>58</sup> Перейдем к непосредственному рассмотрению лингвостилистических особенностей текстов женских журналов.

Как было отмечено ранее, женская пресса отличается повышенной степенью отражения динамики эмоций и чувств. «На языковом уровне эмоции трансформируются в экспрессивность. Эмоции, эмоциональность, чувства – психологические категории, а экспрессивность – языковая. Таким образом, содержанием языковой экспрессивности являются эмоции и чувства человека», – заключает Ф.Г. Самигулина.<sup>59</sup> Передача эмоционального состояния в контексте вербального сообщения возможна за счет использования изобразительно-выразительных средств языка (риторических приемов). Изучение аспектов усиления изобразительности и выразительности речи относится к сфере экспрессивной стилистики.

Используя средства изобразительности, авторы женских изданий достигают следующих целей: повышают степень образного представления в информационно-коммуникативной среде, воздействуют на ассоциативное мышление, привлекают внимание адресатов к определенным темам, идеям, компонентам текста, оказывают воздействие на аудиторию.

Специфика языка женской прессы отражается в многообразии использования приемов экспрессивной стилистики, эффект эмоциональности и выразительности лингвистического компонента достигается путем образования фигур мысли (тропов), словесных фигур речи, риторической

---

<sup>57</sup>Поспелова О.В. Гендерный подход к изучению медиадискурса. //Актуальные проблемы журналистики. – Архангельск: Помор. Гос. Ун-т, 2004, С.80-116.

<sup>58</sup>Здравомыслова О., Кигай Н. Женская тема в средствах массовой информации. - М.: Ассоциация журналистов, 2002.- С.24., 34.

<sup>59</sup>Самигулина Ф.Г. Специфика языковой экспрессивности и особенности психических процессов, обеспечивающих ее. // Ростов: Филологический вестник Ростовского государственного университета. 2005. № 1.- С. 30.

композиции. **Тропические фигуры** способствуют достижению эстетического эффекта выразительности языка женских журналов. Тропы, известные также под названием фигуры переосмысления, построены на принципе сопоставления, в основе которого могут находиться отношения тождества, смежности, сходства. Анализ публикаций женских изданий показывает, что тропы широко используются их авторами, но не в равной степени.

**Метафоризация** широко применяется в рекламных жанрах, например, в заметке духи «Today Tomorrow Always» описаны следующим образом: «...аромат искренних эмоций и радостных воспоминаний»<sup>60</sup>, благодаря метафоризации образ аромата раскрыт через гамму чувств, что позволяет его ассоциировать с определенным женским типом.

При формировании **метонимической конструкции** могут образовываться предметные пары: целое и часть, вещь и материал (например, в предложении «Надень клетку и горошек» речь идет об одежде, ткань которой имеет определенный рисунок), творение и творец (в предложении «...Макс Черницов в ЦУМе, например, продается. Опять же, Чапурин, Симачев, Ахмадулина» говорится о продаже вещей, созданных модельерами), сотрудники и учреждение (например, в предложении «В самом центре чешской столицы, в старинном здании, хранящем дух барокко и ренессанса, уже 10 лет принимает посетителей бутик Lancome»<sup>61</sup> речь идет о продавцах модного магазина). В женских журналах наблюдается частое использование метонимии, основанной на паре «сотрудники – учреждение», так, в рекламных информационных заметках часто сообщается о новых товарах, услугах, при этом коллектив компании, фирмы-производителя представляется через название (««Gloria» (коллектив редакции журнала «Gloria») готовит сюрприз», «Отель «Астория» поддерживает начинание...», пудра от «Pura», аромат от «Avon», помада от «Max Factor», эмульсия от «Vichy», бальзам от «Kenzo»).

**Антитеза** (фигура речи, основанная на отношении контраста между сопоставляемыми явлениями) используется для создания эффектной смысловой контрастности. Например, «...свои познания он черпал не из реальной жизни, а из голливудских фильмов», «Я должна выглядеть как королева: эффектно, но не вычурно». В данных предложениях прием антитезы помогает формированию образа на основании сопоставления различных понятий, синкретичности разноплановых идейных конструктов в едином смысловом понятии.

В публикациях женских журналов представлены: **парцелляция** (фигура, характеризующаяся распадением частей однопредложения на обособленные), например: «Пирожки люблю печь. И экспериментировать на кухне. Было бы для кого готовить», «Конечно, можно позвонить родителям. Но стыдно. Да и сдаваться так сразу не хотелось»; **парентеза** (фигура,

---

<sup>60</sup>Прекрасное завтра. // Cosmopolitan. 2018. Март. -С. 66.

<sup>61</sup>Александров А. Пропавшее наследство. // Караван историй. 2011. Март. -С. 291; Дорэ В. Между двух миров. // Караван историй. 2011. Март. -С. 243.

основанная на внесении в предложение другого предложения, словосочетания), например: «Даме, которая спит сама по себе, можно подарить все что угодно: мягкую игрушку размером с диван, сервиз или даже шампунь (хотя мне не известны мужчины, «добившиеся своего» при помощи шампуня)», «А на тебя, работающую сутками напролет / с прыщом наносу / толстую / худую / пребывающую в затаившихся бесперспективных отношениях / без того самого платья (нужное подчеркнуть), и полупринц-то никогда не упадет».

Отличительной особенностью вербального компонента женской периодики является повышенная степень эмоциональности, что является прямым отражением характеристик речевого коммуникативного процесса женского аудиторного сегмента. Обеспечение эмоциональной динамики и чувственности достигается за счет введения в текст изобразительно-выразительных средств языка. Многообразие приемов экспрессивной стилистики подтверждает ориентированность авторов изданий на создание текстов максимально привлекательных для феминной группы.<sup>62</sup>

Тропические фигуры обеспечивают расширение эстетического эффекта выразительности языка женской прессы. Присутствие метафоры, метонимии, перифразы, антономазии помогает совершенствовать образно-мыслительные формы, передавать характеристики описываемых предметов, явлений в ассоциативной форме. Наличие фигурных амплификаций (сравнения, антитезы, градации) свидетельствует о задействованности в языковой сфере женских изданий изобразительных средств, способствующих увеличению выразительности текста и актуализации внимания на определенных речевых единицах.

Отличительной особенностью вербального компонента женской периодики является повышенная степень эмоциональности, что является прямым отражением характеристик речевого коммуникативного процесса женского аудиторного сегмента. Обеспечение эмоциональной динамики и чувственности достигается за счет введения в текст изобразительно-выразительных средств языка. Многообразие приемов экспрессивной стилистики подтверждает ориентированность авторов изданий на создание текстов максимально привлекательных для феминной группы.<sup>63</sup>

Для текстов глянцевого элитарного журнала для женщин характерно использование жаргонизмов, разговорной, фамильярной, стилистически сниженной лексики, что отражает общую тенденцию демократизации языка и речи, взаимодействия между литературным языком и внелитературными элементами. Такие языковые средства как тропические фигуры (метафоры,

---

<sup>62</sup>Кравченко Л. Под знаком дождя. // Даша. 2017. № 26. -С. 37; Ее признания // Cosmopolitan. 2017. Март. - С. 106; Бубликов А. Последний отчет. // Там же. 2017. Декабрь.- С. 126; Васильева Л. Мужское начало. // Там же. 2017. Февраль. -С. 25.

<sup>63</sup>Кравченко Л. Под знаком дождя. // Даша. 2017. № 26. -С. 37; Ее признания // Cosmopolitan. 2017. Март. -С. 106; Бубликов А. Последний отчет. // Там же. 2017. Декабрь.- С. 126; Васильева Л. Мужское начало. // Там же. 2017. Февраль. - С. 25.

метонимии, перифразы, антономазии), фигурные амплификации (сравнения, антитезы, градации) осуществляют усиление образного представления в информационно-коммуникативной среде, иницирование ассоциативного мышления, привлечение внимания читателей, сближение текстовой единицы с вербальной моделью адресата, объединению в ней художественно-выразительных, образно-мыслительных категорий.

## **РОЛЬ СМИ В РАЗВИТИИ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТУРИЗМА**

*Ранохон Турсунова,*

*кандидат исторических наук, доцент*

*Университета мировой экономики и дипломатии*

Туризм сегодня – это одна из составляющих не только экономического, но и политико-культурного потенциала страны. В отдельных странах туристическая индустрия приносит высокий доход, но это зависит от многих факторов. Развитие туризма в Узбекистане стартовало после обретения независимости. В 1992 году был принят Указ первого Президента Ислама Каримова, в соответствии с которым была учреждена Национальная компания «Узбектуризм». Однако основой формировавшейся нормативно-правовой базы стал принятый позже Закон «О туризме» от 20 августа 1999 года. Не менее значимым является Указ первого Президента страны «О подготовке квалифицированных кадров для сферы туризма в Узбекистане» от 30 июня 1999 года и Постановление Кабинета Министров «О мерах по дальнейшей поддержке и развитию сферы туризма в Республике Узбекистан» от 10 октября 2012 года.

Закон «О туризме» принятый в 1999 г. заложил основу для развития туристической отрасли в Узбекистане, особенно значима его заслуга в либерализации и создании рынка туристических услуг, частного сектора, конкуренции в туристическом бизнесе. Но дальнейшее развитие туризма и превращение ее в развитую туристическую индустрию, требует отражение в национальном законодательстве международных стандартов, определяемых Всемирной туристической организацией<sup>64</sup>.

Важной вехой в летописи отечественного туризма стало вступление республики в 1993 г. во Всемирную туристскую организацию ООН (ЮНВТО). В рамках сотрудничества с ней в 1994 г. 19 странами мира была принята Самаркандская декларация о туризме вдоль Шелкового пути. В 1999 г. была принята Хивинская декларация по туризму и сохранению культурного наследия, поддержанная ЮНВТО, ЮНЕСКО и Советом Европы. В 2002 г. принята Бухарская декларация по туризму вдоль Шелкового пути, которая подчеркивает преимущества устойчивого туризма и определяет конкретные

---

<sup>64</sup> Развитие туризма в Узбекистане: состояние и перспективы.

<http://traveluzbekistan.uz/mice/index.php/ru/2016-08-17-12-28-13/167-poleznaya-informatsiya-2>

шаги по стимулированию культурного и экологического туризма на этом направлении<sup>65</sup>.

Молодому государству предстоит решить ряд задач, с целью совершенствования туристической инфраструктуры, среди которых: увеличение количества туристов, желающих посетить Узбекистан; привлечение иностранных инвестиций, готовых вкладывать в нашу республику; активизация рекламных акций, позиционирующих историко-культурный потенциал государства; но самая приоритетная задача – подготовка высококвалифицированных кадров, соответствующих международному стандарту.

Подготовкой кадров для туристической отрасли на сегодняшний день занимаются пять вузов, среди которых: Самаркандский институт экономики и сервиса, Ташкентский государственный экономический университет, Бухарский и Ургенчский государственные университеты, а также Сингапурский институт развития менеджмента в Ташкенте.

Потенциал Узбекистана весьма высок, и это не только наличие благоприятной погоды, которая способствует посещению туристов круглый год, но прежде всего неповторимый колорит историко-культурных объектов, по официальным источникам которых насчитывается более семи тысяч, из которых более чем четыре тысячи памятников культуры официально вошли в список культурного наследия ЮНЕСКО<sup>66</sup>, относящихся к различным историческим эпохам и цивилизациям, но самое главное неповторимая национальная кухня (одного только плова имеется более 100 вида), и не стоит забывать про национальный менталитет, среди которого традиционное узбекское гостеприимство. Все это в купе может составить достопримечательность республики.

Безусловно, что историко-культурный туризм в Узбекистане имеет приоритетное значение, однако, в последние годы в Узбекистане зафиксированы новые виды туризма, которые привлекают иностранных гостей, это прежде все экотуризм, геотуризм, медицинский, религиозный, гастрономический и др.

На сегодняшний день, результатами целенаправленной работы в туристическом секторе стало прежде всего увеличение числа туристов, и география стран прибывающих в Узбекистан. По официальным данным ежегодно Узбекистан посещают более двух миллионов человек из разных уголков мира. Особенной популярностью наша страна пользуется у граждан Германии, Франции, Италии, Республики Корея, Японии, КНР, Малайзии, России, Индии<sup>67</sup>.

Помимо этого, 11 аэропортам Узбекистана определили статус международных. Национальная авиакомпания «Ўзбекистон хаво йуллари» пополнилась современными и удобными во всех отношениях самолетами,

---

<sup>65</sup> Развитие туризма в Узбекистане. <https://www.trend.az/casia/uzbekistan/2651045.html>

<sup>66</sup> Городами вошедшими в список мирового наследия ЮНЕСКО являются Хива, Самарканд, Бухара, Термез.

<sup>67</sup> Развитие туризма в Узбекистане. <https://www.trend.az/casia/uzbekistan/2651045.html>

среди которых приоритетное место заняли Boeing и Airbus. География пунктов назначения авиакомпаний достигла более 40 зарубежных стран и список будет расти.

Особой популярностью среди туристов пользуется и железная дорога, и ее скоростной поезд «Афросиаб» испанской компании Talgo, которая с 2011 г. только увеличивает протяженность железнодорожного полотна, и сегодня доходит уже до Бухары.

Туристическая индустрия сегодня находится на новом витке своего развития, и связано это с приходом к власти президента Узбекистана Ш. Мирзиёева, который начал свое правление с глубокой перезагрузки всех сфер жизни общества, в том числе и в международной плоскости, в данном случае с развития международного туризма.

Не секрет, что предыдущая администрация сделала ставку на безопасность, но это не означает, что сегодня мы от нее полностью отказались. Время диктует гармонизацию в развитии туристической отрасли, которая предполагает в первую очередь облегченный въезд в страну и комфортное пребывание во время пребывания.

То, что туристическая индустрия может приносить солидные дивиденды, неоспоримый факт, в этой связи в Узбекистане проводится последовательная работа по привлечению большего числа туристов и расширения границ рекламного диапазона нашего государства.

Так, самыми последними инновационными нововведениями в сфере туризма призваны стать:

- привлечение отечественных знаменитостей в сфере политики, экономики, культуры, с целью проведения рекламных акций о туризме в Узбекистане. Данное мероприятие приурочено к адаптации раскрученного мирового опыта
- внедрения так называемого института Tourism brand Ambassador (Посол туризма в зарубежных странах). Подобный институт успешно функционирует в ведущих европейских странах, США, Китае и др.
- создание международного телеканала UzReportWorld, вещающего на иностранных языках. Канал призван стать аналогом таких раскрученных зарубежных информационных телеканалов как – National Geographic, Discovery, Viasat History.
- реализация в аэропортах и гостиницах скидочных пластиковых карт, которые будут действовать на всей территории республики.
- преобразования улиц столицы – Ташкента в туристические зоны.
- внедрение мобильной регистрации туристов на поезд и самолет.
- запуск системы электронных виз E-Visa для Узбекистана.
- развитие паломнического туризма (зиёрат) в Узбекистане, для которого имеются необходимые условия.
- развитие чартерных рейсов.
- создание большего количества бесплатных зон Wi-Fi.
- продажа банками золотых слитков в качестве памяти об Узбекистане и хорошего капиталовложения.



- переход на тур-услуги через интернет, с использованием многоязычных сайтов и т.д.

Особое внимание необходимо уделять освещению туристической сферы через социальные сети, с целью расширения круга потенциальных туристов в нашу республику. В этой связи, ведется плодотворная работа, по рекламированию достопримечательностей Узбекистана. Активизировалась пресс-служба Госкомтуризма в Узбекистане, которая на постоянной основе информирует о нововведениях в искомой отрасли.

Кроме того, в помощь туристической полиции появится специальный кол-центр под управлением частной компании для оказания оперативной помощи туристам с единым коротким общереспубликанским телефонным номером. Уже сегодня ведется видеонаблюдение на объектах туристической инфраструктуры.

Для ориентации индивидуальных туристов в республике утверждены и начали внедряться туристические знаки для улучшения системы навигации посещения туристических объектов, памятников архитектуры. Данное нововведение можно рассматривать как успешную адаптацию международного опыта в туристической деятельности.

Таким образом, исходя из вышеизложенного, следует отметить, что туризм в Узбекистане претерпевает качественные изменения и имеет большие перспективы для развития в обозримом будущем. Об этом свидетельствует статистика приезжающих туристов, поток которых растет из года в год, отзывы иностранных гостей, участие отечественных экспертов в международных туристических выставках и конференциях. В этой связи необходимо более активное участие всех масс-медиа, с целью освещения проделанной работы в искомом направлении, и привлечения большего числа как отечественных, так и зарубежных туристов.

## **ВИЗУАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ КАК НОВАЯ ФОРМА КОММУНИКАЦИИ**

*Гулноза Нажмиддинова,  
докторант Университета журналистики  
и массовых коммуникаций Узбекистана*

Визуальная информация обладает уникальной возможностью восприятия. Это обуславливается тем, что она легко воспринимается, но процесс её обработки человеческим мозгом является сложным. Человек получает визуальную информацию не только через каналы коммуникации и медиа, но и от окружающего его внешнего мира.

Английский ученый Ф.Уэбстер характеризует современное общество как медиа-насыщенную среду. Свою точку зрения он высказывает следующим образом: «Мы живём в медианагруженном обществе..., новые средства информации окружают нас, представляют нам свои «сообщения», на которые мы вольны отвечать или не реагировать. На самом деле мы гораздо теснее

связаны с информационной средой, она притягивает в нас как составляющая нас самих».<sup>68</sup>

Действительно, на сегодняшний день существенно изменился темп жизни, ритм времени, скорость и формы передачи информации в целом. В таких условиях гораздо быстрее и эффективнее воспринимается именно визуальная информация – она влечёт за собой более пристальное изучение вопроса и вызывает уже целенаправленный предметный интерес.

Визуальной информацией наполнено личное пространство человека, она выступает как форма коммуникации между людьми, более того, каждый отдельный человек является носителем своей визуальной информации. Безусловно, в сферу визуальной информации попадает огромный пласт печатной продукции, телепередачи, все виды видео и различного рода реклама.

Легкость восприятия превращает визуальную информацию в высокоэффективную форму коммуникации. Так, выбирая между различными формами повествования, аудитория отдаёт предпочтение именно визуальной форме.

Визуальное повествование или визуальный нарратив - это история, рассказываемая, с использованием визуальных средств массовой коммуникации. Она может быть рассказана с использованием фотографий, иллюстраций или видео, и может быть дополнена графикой, музыкой, голосом и другим аудио. Созвучное значение имеет и относительно новый в теории медиа термин визуальный сторителлинг<sup>69</sup>. Этот вид коммуникации, безусловно, не является чем-то новым, поскольку общение посредством картинок существовало задолго до возникновения письменности.

Одним из самых популярных жанров визуального сторителлинга являются комиксы. Комиксы уникальны, поскольку единственными ограничениями для повествования являются воображение и мастерство художника. Рассказы представляют собой холст для неограниченного бюджета, спецэффектов и персонажей, нарисованных с достаточной реалистичностью, чтобы это было захватывающе. Отсутствие "звука" обеспечивает высокий уровень персонализации, что, к слову, можно заметить и в немом кино. Примечателен и механизм чтения комиксов. То, как аудитория читает, так же важно для изучения, как и сам контент. В анимации или кино все чувства, за исключением обоняния, стимулируются, что делает переживание очень пассивным. Зрители наблюдают за тем, что происходит, в соответствии с тем, как режиссер решил вести фильм. Нет другого способа пережить визуальную историю, поэтому она очень линейна.

Комиксы – это статичные изображения, где от панели к панели выделяются наиболее важные элементы сцены, чтобы сохранить читательский интерес и создать реалистичные ожидания с четким путем. Элемент времени

---

<sup>68</sup> Уэбстер Ф. Теории информационного общества. - М.: Аспект Пресс, 2004. - С. 28.

<sup>69</sup> Tony C. Caputo, *Visual Storytelling: The Art and Technique*, Watson-Guptill Publications, 2003.// <http://www.tonycaputo.com/chapter/words-and-pictures/index.html>

движется по-другому, поскольку действие в большей степени контролируется читателем, чем писателем или художником. Читатель может оставаться на одной панели или странице столько, сколько захочет писатель или художник, они могут создать страницу с достаточным количеством информации, чтобы замедлить читателя. Следовательно, действие в комиксе является скорее интерперсональным<sup>70</sup>, чем интерактивным. Так, аудитория вносит частичку себя в восприятие, делая его несколько уникальным для себя. Интерперсональные медиа, такие как старые немые фильмы или комиксы – это то, где визуальный рассказчик требует вклада от участника (читателя или зрителя). Другими словами, когда мы смотрим немое кино, мы – по нашим собственным вкусам, симпатиям и антипатиям – вносим свой вклад в виде городских звуков, голосов и звуковых эффектов. В комиксах мы также вносим свой вклад в действие, эффекты и время (даже переворачивая страницу). Во многих отношениях комиксы больше похожи на немые фильмы, книги или радиопостановки, каждый тип из которых требует от человека слишком личного или интимного участия в действии, а не просто просмотра или формирования его.

Чтобы понять специфику жанров визуального сторителлинга и, в частности, комиксов, рассмотрим следующую таблицу<sup>71</sup>, позаимствованную из книги Тони Капуто, автора многочисленных книг и пособий по визуализации:

Визуальный сторителлинг																
Статичность							Динамичность									
Осветительность			Интерперсональность				Линейность			Интерактивность						
Статьи		Иллюстрации		Комиксы			Кино		ТВ	Мультимедиа			Игры			
Газеты	Журналы	Книги	Детские книжки	Периодика	Графические	Манга	Немое	Звуковое	Сериалы	Прямой эфир	EnhancedTV	Интернет	DVD	Ролевые игры	Игры от первого	Стратегия

Таблица объединяет визуальные средства повествования на различные группы. Под определение статичные медиа попадают печатные и веб-страницы, а под динамичные – медиа, где событие или действие имеет движение. Эти два семейства разделены на группы по специфике: осветительные, интерперсональные, линейные и интерактивные. Так, в печатных СМИ (газетах, журналах) визуальный ряд имеет в основном

<sup>70</sup> Там же.

<sup>71</sup> Там же

второстепенную роль и чаще всего используется для дополнения, “освещения” текста. Ту же специфику имеют и книги с картинками. Но в детских книжках, виммельбухах можно заметить интерперсональность, о которой мы говорили выше. Линейность кино и телевизионного контента отмечается тем, что этот тип визуального сторителлинга превращает зрителя в пассивного наблюдателя. А интерактивность, в свою очередь, подразумевает ответную реакцию, обмен знаниями, оценивание.

## **ГАЗЕТА ТИЛИ: ЖУРНАЛИСТЛИК ШЕБЕРЛИК ХӘМ ТИЛДЕН ПАЙДАЛАНЫҰДАҒЫ МАШҚАЛАЛАР**

*Оразымбетова Злиха Қдырбаевна*

*Қарақалпақ мәмлелтик университети Журналистика кафедрасы  
профессоры, филология илимлери докторы*

Баспасөз тили әдебий тилдің бүгинги раўажланыў жағдайын өзінде сәўлелендириўши үлкен дәрек болып есапланады. Себеби, әдебий тилдің орфографиялық, лексикалық, грамматикалық хәм стилистикалық нормаларының сақланыўы газета тилинде өз сәўлелениўин табады. Соның менен бирге, газета тили өзине тән төмендегише белгилерине ийе болып келеди:

1. Газета тили жазба әдебий тилдің публицистикалық стилинің бир түри. Бирақ, ол сыртқы формасы жағынан әдебий тилдің басқа функциональлық стильлеринен парқланады.

2. Газета тили еркин хәрекет етиўши, жәмийетте жүз берип атырған өзгерислерге байланыслы жедел өзгеретуғын лингвистикалық кубылыс саналады.

3. Газета тили жазба әдебий тилге ортақ белгилерден тысқары, нейтраллық қәсийетине де ийе. Бул газетада басылған материаллардың түрлише стиль хәм сүўретлеў формаларында көринеди.

4. Газета тили өзиниң грамматикалық хәм стилистикалық экспрессивлиги (тәсиршеңлиги) менен әдебий тилдің басқа формаларынан ажыралып турады.

5. Газета тилинде жазба әдебий тилдің де, аўызеки сөйлеў тилинің де, рәсмий хұжетлер, көркем әдебий хәм илимий мийнетлер тилинің де белгилери ушырасады.

6. Газетада бас мақала, түрли мазмун хәм характердеги материаллар, хроника, қарарлар хәм телеграммалар хәм басқа да хабарлар бериледи, бирақ, олар өзлериниң стилистикалық, грамматикалық хәм ўақыяны баянлаўы тәрәпинен бир-биринен ажыралып турады. Бул жағдай газета тилинің курамалылығын пайда етеди, гезета тилинде гетерогенлик<sup>1</sup> белгини пайда етеди.

---

<sup>1</sup> Гетероген - хәр түрлилик дегенди аңлатады. Қараңыз: Егорова Т. В. Словарь иностранных слов современного русского языка. – М: Аделант. 2014. – С. 157.

7. Стандарт бірліктерден, штамп сөздерден пайдаланыў газета тилинин баслы белгилеринен бири.

8. Егер газета бетлеринде баллетристтик материал берилсе, эмоционаллық, экспрессивлик ҳәм образлылық және де артады, бул жағдай да газета тилин сыпатлаўшы белгилерден бири есапланады<sup>2</sup>.

Сонлықтан да, газета тилин үйрениў ҳәм оны илимий изертлеў ең биринши гезекте тилбилими ушын үлкен әҳмийетке ийе.

Мәмлекетимизде газеталар халық санасына тәсир етиўши, халықты миллий ғәрезсизлик идеясы руўхында тәрбиялаўшы, халық пенен байланыстырыўшы шөлкем, оларды бирлестириўши ең өткир курал деп қаралады. Соның ушын да, газета тили әпиўайы, анық, түсиникли болып, ҳәр қандай жағдайда да бәлент - пәрўаз гәплерден мүмкин болғанынша аўлақ болыўы керек.

Газета тилин ҳәр тәрәплеме үйрениў әдебий тил өзгешеликлерин изертлеў менен тығыз байланысly. Сонлықтан да, тилбилиминде газета тилин үйрениўге әҳмийетли итибар қаратылмақта. Рус тил билиминде, айырым түркий халықларының тилбилиминде күнделикли баспасөз тилин изертлеў өткен әсирдин басларында-ақ басланған еди. Ал, ҳәзирги қарақалпақ тилбилиминде күнделикли баспасөз тилин ҳәр тәрәплеме үйрениў мәселесине арналған тек санаўлы мийнетлер<sup>3</sup> бар. Демек, тилбилиминин түрли тараўлары бойынша көплеген мийнетлер жазылған болса да, газета тили, оның өзгешеликleri, хызметleri бойынша жетерли дәрежеде арнаўлы жұмыслар алып барылмады.

Газета тили – әдебий тилдин, тил мәдениятының айнасы есапланады. Әдебий тилдин қағыйдаларын дурыс өзлестириў ҳәм де оған әмел етиўди тәмийинлеў барысында тәлим-тәрбия орынлары, баспасөз, баспа ислери, радио, телевидение әҳмийетли ўазыйпаны атқарады. Әдебий тилди оқытыў, оның қағыйдаларына сәйкес жазыў, әдебий тилде сөйлеўде әсиресе, газетаның тәсири күшли. Газета жазба дәрек сыпатында әдебий тил қағыйдаларын өзлестириўде үлги ўазыйпасын атқарады. Сонлықтан да, газета тили ҳәмме үлги алатуғын тил сыпатында қаралып, жәмийет ағзалары баспасөзге қарап өз жазыўын ҳәм сөйлеўин қәлиплестирип барады.

Егер өткен дәўирлерге нәзер салып қарайтуғын болсақ баспасөз, мине, усы ўазыйпаны заман көз-қарасынан өзине тәнлик пенен атқарып келгенлигин көриўимиз мүмкин. Өткен әсирдин 30-40-жылларында қарақалпақ тилине болған қатнас, газета тилине де өзинин унамсыз тәсирин тийгизди. Нәтийжеде баспасөз дерлик рәсмий тилге айланып қалды. Газета материаллары тек сол дәўир талабы тийкарында тек рәсмий мағлыўматлардан, санлардан ибарат болған бир қыйлы жыллық (ярым жыллық, үш айлық) жазба есаплардан,

<sup>2</sup> Солганик Г.Я. О языке газеты. – М. 1968. – С. 89.

<sup>3</sup> Айымбетов М. Опыт лингвостилистического анализа лексики и морфологии каракалпакского публицистического текста. Канд.дисс. – Нукус: Билим, 1991. – С. 128; Оразымбетова З.Қ. Қарақалпақ күнделикли баспасөзи тилинин қәлиплесиўи (1924-1940-жыллар баспасөзи материаллары тийкарында). Канд.дисс. – Н.: 2006. – Б. 22; Оразымбетова З.Қ. Қарақалпақ күнделикли баспасөзи тилинин стильлик өзгешеликleri. Монография. Т.: 2019.

талқылаусыз, қандай-да бір қызықлы машқалаларды өзінде сәулелендире алмайтуғын хәм мәселениң мазмуны терең ашып берилмеген, курғак сүүретлеуден ибарат мақала хәм корреспонденциялардан, тийкарсыз мәзи мақтауға, бәлентпәрұаз сөзлерге куралған материаллардан хәм де сол дәуір көринисин сәулелендиретуғын репортажлардан ибарат болды. Және де оларда сөйлеу тилиниң тәсири үстемлик етеди. Жыллар өтип газетадағы жазыу көриниси жетилисип, раўажланып барды. Әсиресе, ғәрезсизликтің дәслепки күнлеринен баслап-ақ, баспасөзде жазыу көриниси түптен өзгертилип, тил мәдениятының артып барғанын көриуимиз мүмкин. Баспасөз материалларының мазмуны *ғәрезсизлик, азатлық, еркинлик, дәретиушилик, тарийхий, миллий, диний қәдириятларға хұрмет, келешекке исеним идеялары* менен байытылды. Журналистлердиң еркин дәретиушилик пенен қәлем тербетуине имканиятлар жаратылды. Журналистлердиң хуқықларын кепиллеуши бир қатар нызамлардың қабыл етилиуи, олардың дәретиушилигине, белсендилигине нәтийжели тәсир жасады. Олардың ана тилинен пайдаланыуында бираз болса да жанлы дәретиушилик хәрекет көзге тасланады. Әсиресе, бурын оншама қолланыла бермейтуғын нақыл-мақалларды орынлы хәм шебер қолланыу, түрли сүүретлеу куралларынан пайдаланыу, көркем тил менен сөйлеу тили бирликлерин уйғынластырып жазыу тәсирли хәм жанлы сүүретлеуді қәлиплестирип барды. ХХІ әсирге келип қарақалпақ баспасөзинде жазыу мәдениятындағы өзгерислерди қысқаша төмендегилерде көриуимиз мүмкин:

1. Газета жанрларына тән жазыу стили қәлиплести. Мәселен мақала, есабат, репортаж, сүүретлеме, хабар жанрлары өз көринислерине хәм стилине ийе болды. Хәр бир газета материалының өзине тәнлигин, мазмунын биринши қараудан сәулелендиретуғын темаларды қолланыуда үлкен өзгерислер болып, мақаланың мазмунын ашыуда тил бирликлеринен пукталық пенен пайдаланыу хәрекеті басланды.

2. Газетада нақыл-мақаллардан, афоризм хәм көркем-сүүретлеу куралларынынан өнимли хәм орынлы пайдаланыу күшейди. Текстлердиң жанлылығы, көркемлиги, тәсиршеңлиги бир қанша артып барды.

3. Газетада турмыс машқалаларын сәулелендириуши хәм олардың шешимин көрсетиуши, газета оқыушысын пикир жүритиуге, ойланыуға, жуўмақ жасауға үйретиуши материалларға көплек орын ажыратылды хәм соған сәйкес тил куралларынан пайдаланыуға итибар қаратылды. Газетада бурын ушырасатуғын буйрық, шақырық, бәлентпәрұаз сөзлердиң орнын газета оқыушысы менен жанлы байланыс ийеледи. Буның ушын әпиуайы, анық сөзлерден, әсиресе, пикирлеуге үйретиуши сорау мәнисиндеги гәплерден пайдаланыу жолға қойылды.

4. Баспасөзде гәп қурылысында ықшамлылық, әпиуайылық, аўызеки сөйлеу тили менен көркем тил арасында жақынлық орнатылды. Узыннан узак қоспа гәплерди пайдаланыу кемейтилди, олардың орнын әпиуайы мазмунлы гәплер ийелей баслады.

5. Газета тилинде ушырасатуғын әдебий тил нормаларының бузылыўлары белгили дәрежеде кемейтилди. Имла нормаларына әмел етиў тәртипке түсти, сөз қолланыў, сөз бирликлери хәм қосымталарды өз орнында қолланыў, пикирди дурыс баянлаў хәм саўатлы жазыўға итибар артты. Нәтийжеде қарақалпақ тилинің қағыйдаларына сәйкес келетуғын текстлер газетадан орын ала баслады.

Улыўма алғанда, ғәрезсизликтің дәслепки жылларында газетада тил мәдениятын және де асырыў, газета оқыўшысы менен жанлы хәм тәсирли байланыс жасаў сыяқлы ўазыйпаларды атқарыўда унамлы өзгерислер жүз берди. Ең тийкарғысы, газетада тәсирли, ықшам, мазмунлы жазыўда, информацияларды кең қамтыўда, зәрүр машқалаларды өз ўақтында сәўлелендириўде журналистлердің жан күйерлиги сезилерли дәрежеде болды.

Турмыс раўажланыў хәм өзгерислерден ибарат. Бүгинги газета тилинде жоқарыдағы жетискенликлер менен бир қатарда тилден пайдаланыўдағы айырым кемшиликлер машқала сыпатында түс алмақта. Олардан орфографиялық, пунктуациялық хәм грамматикалық қәтелер, имла қағыйдаларының бузылыўы, сондай-ақ, стилистикалық кемшиликлер баспасөз тилинде ушырасып турады. Әсиресе, районлық, тараўлық газеталарда, айырым республикалық газеталарда да жазыў мәдениятының төменлиги, саўатлылық, дурыс жазыў хәм дурыс сөйлеў мәдениятына кери тәсир жасаўшы жағдайлар – тилден пайдаланыўда үлкен кемшиликлерди пайда етпекте. Олардың айырымларына тоқталып өтсек:

1) Қарақалпақ тилине мәмлекетлик тил бийлиги берилиўи хәққындағы нызам жойбарының додаланыўы дәўиринде басланған дәслепки хәрекет орысша-интернациональ сөзлерди түркий, қарақалпақша яки болмаса парсыша-арабша сөзлер менен алмастырыў ўазыйпасы болды. Соның нәтийжесинде тилимизге, газета тилине халыққа бурын таныс емес көплеген сөз хәм терминлер кирип келе баслады. Мысалы: *автоном республиканы – мухтар жумҳурият, самалетты – отарба* деп алыў сол дәўирлердің өзінде көпшилик тәрәпинен надурыс екенлиги түсиндирилди. Нәтийжеде олардың жумсалыўы узақ даўам етпеди. Жаңа сөз хәм терминлерди дөретиў менен байланыслы болған жағдайлар еле де даўам етпекте. Соның нәтийжесинде газетада сөз хәм терминлерди қолланыўда хәр қыйлылық ушырасады. Гейпара сөзлер вариант сыпатында қолланылмақта: *секретарь-хаткер, программа-дәстүр-бағдарлама, проект-жойбар-реже* хәм т.б.

2. Сөз қолланыўда артықшалық, тәкирар қолланыў жағдайлары ушыраспақта. Бул тексттің мазмунына хәм тәсиршеңлигине тиккелей кери тәсир көрсетеди. Мысалы: *Оқыў, үйрениў, исеним, сарпланған күш, елдің халықтың ары ушын умтылыўлар, сарпланған мийнет* кем-кемнен көзге көрине баслады («ҚЖ», 30.09.2006.), *Келешекте* қаламыз шырайына шырай қосатуғын бул имарат *келеси жылы* пайдаланыўға тапсырылады. Бул жердеге *келеси жыл* сөз бирлиги хәм гәптеги логика *келешекте* сөзинің артықмашлығын көрсетип турыпты.

3. Газеталарда гейпара түсиниксиз, түсиндириўди талап ететуғын сөзлердиң қолланылыў жағдайлары ушырасады. Бундай сөзлерди илажы болғанынша газетада қолланбаған мақул. Мысалы: *Бақлаўшылар теракт ақыбетлерин түрлише баян етпекте* («ҚЖ». 02.05.2002.), *Феромон тутқыш қойып шығылып, трихограмма жиберилди. Трипске қарсы карбомид пенен ислеў берилди* («ЕҚ», 11.06.2005).

4. Синоним сөзлердиң орнында қолланылмаўы ямаса көп қолланылыўы: *Тийкаргы Нызамымызга таянып ҳәм сүйенип жумыс алып бармақтамыз* («ҚЖ». 28.11.2006.)

5. Грамматикалық формаларды қолланыўдағы кемшиликлер. Мәселен, сөз жасаўшы қосымталарды надурьс қолланыў, айырым ўақытларда оларды қолланыўда итибардың пәслиги ҳәм т.б.

6. Баспасөздеги стилистикалық қәте-кемшиликлер. Мәселен, текстти артықша созып жиберий ҳәм гәплер арасындағы мазмун байланысының үзилип қалыўы. Мәселен: *Бизлер апамыз көрсеткен гилем-қурақ көрпеше, дийўалдағы илдирилген гилем-апамыздың 78ге шыққандағы қол өнери ушын керек болар деген дәмеде нағыслардың атын сорап жазып алыўға тырыстық* (//ҚҚ №5-6. 2000.).

7. Баспасөз тили анықлықты ҳәм конкретликти, хәр бир нәрсени өз атамасы менен атаўды талап етеди. Айырым жағдайларда газета материалларында алжасықларға жол қойылмақта. Мысалы: *«Өзбекстан қосықлар байрамы» таңлаўының республикалық басқышында бул жәмәәт 2-орында ийеледи* («ҚЖ», 02.05.2002.) Бул жерде *«Өзбекстан Ыатаным мениң...» атамасындағы қосықлар таңлаўы* болыўы керек.

8. Техникалық қәтелер нәтийжесинде текстлер бир-бири менен байланыспаған ҳалда басып шығармақта. Мысалы: *Өмириңизди қалайынша алып барыў, шөлкемлестириў, ой-пикириңизди басқарыў сизиң ңызда!* (//С.№2. 2010.) Бул жерде *қол* сөзи басылмай қалған.

Жоқарыдағы сыяқлы кемшиликлерге бүгинги жағдайда көз жумып караўға болмайды. Оларға итибарсызлық газета тилиниң кейинги раўажланыўына, жаңа әўлад журналистлерди тәрбиялаўға, улыўма саўатлылық ҳәм сөйлеў мәдениятына өзиниң унамсыз тәсирин тийгизиўи сөзсиз. Булар арасындағы әсиресе, сөз қолланыў, текст дүзий, гәплердиң стильлик анықлығына итибар бермеў жағдайлары барлық газеталарға хәр қыйлы дәрежеде тән болып, айырым газеталарда олар күннен-күнге көбейип бармақта. Гейбир газеталардың бир санының өзинде онлаған, хәттеки оннан да көп түрли көринистеги кемшиликлер ушырасады. Бул тилимиз ҳәм баспасөзимиз ушын да тәшўиш туўдыратуғын жағдай.

Газета тили – миллетимиздиң ең уллы мийрасы болған әдебий тилимиздиң ажыралмас тармағы, оның айнасы, саўатлылық ҳәм сөйлеў мәдениятының үлгиси. Жоқарыдағы сыяқлы кемшиликлер айырым газеталарда көбирек, ал айырымларында аз болса да ушырасады. Журналистлердиң хақыйқый дөретиўшилиги, сын пикирлерге қалыс мүнәсибетинде ғана газета тилиниң раўажланыўына хызмет етиўи мүмкин.



Журналисттерге жүктенген ең үлкен жууапкершилик бул – газета тилинин үлгили тил болып қалыуын тәмийинлеуден ибарат.

## **ЖУРНАЛИСТЛИК ДӨЕТПЕЛЕРДЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЛЕРДИҢ ҚОЛЛАНЫЛЫҰЫ**

*Нурбекова Г. А.*

*Қарақалпақ мәмлекетлик университети еркин излениуишиси*

Ана тилимиздиң пикирди тәсирли, анық, образлы етип жеткерийудеги усыллары менен қураллары көп. Солардың бири фразеологизмлер болып есапаланады. Фразеологизмлер – халықтың әсирлер дауамында тил арқалы жаратқан образлы сүүретлеу хәм көркемлеу қуралы болып есапланады. Сонлықтан да, көркем әдебиятты фразеологизмлерсиз көз алдымызга келтире алмаймыз. Ал, фразеологизмлердиң журналистикада, анығырағы баспасөзде орны қандай?

Дурыс, көркем шығармалардың фразеологизмлерден пайдаланыу дәрежесин журналистикаға салыстырыу қыйын. Себеби, көркем әдебият толығы менен көркем сүүретлеуге, көркемлеу қуралларына тийкарланады. Сонлықтан да, фразеологизмлерден кең хәм өнимли пайдаланыу көркем әдебиятта оғада күшли. Ал, фразеологизмлерсиз баспасөз тили де оғада жарлы болып көринер еди. Бирақ, енди баспасөзде фразеологизмлердиң қолланылыуы көркем әдебиятта қолланылыуынан бир қанша, гейде кескин парық қылатуғын өзгешеликлерине ийе. Соның ушын да баспасөзде фразеологизмлердиң орны хәм әхмийетин, олардан пайдаланыудың өзине тән өзгешеликлерин, оның жетискенлик хәм машқалаларын үйрениу илимий жақтан актуал мәселелердиң қатарына киреди.

Фразеологизмлерди тил билиминде алымлар келип шығыуына қарап еки түрге: ауызеки хәм жазба деп бөледі. Өткен дәуир аралығында баспасөз тилинде фразеологизмлерден өнимли пайдаланылды, екинши тәрәптен тазадан фразеологизмлер пайда болды.

Фразеологизмлерди тийкарынан халық жаратады. Жазба әдебиятта болса, шайыр, жазыушы, драматург, гейде публицистлер де халық фразеологизмлерине усап кететуғын таза, бурын қолланылмаған мәнили бирликлерди қолланады. Булар авторлардың шеберлигинен дөреген, олардың дөретиушилик тапқырлығының мийуеси. Ал, олардың сәтли шыққанлары көп қолланылғаны ушын кем-кемнен тилимизде турақласып барады. Кейинала, хәттеки, оны кимниң пайда еткени оншама әхмийетли болмай қалады. Журналистлер өз материалларында, мине, усы белгили сөз бирликлеринен пайдаланып кете береді. Теориялық жақтан алып қарағанда, яғный өзгешеликлерине бола бул да журналистлик текстте фразеологизмди қолланыудай нызамлылықларға бойсынады.

Журналистлик текст тәбиятына бола бархама тәсиршеңликке умтылады. Бирақ, тәсиршеңлик – абстракт түсиник емес. Тәсиршеңлик дегенде, бириншиден, мақсетти анық көрсетиу, екиншиден, пикирдиң санаға тез жетип

барыўына ерисиў, үшіншиден информацияның ядта узақ мүддет сақланып қалыўы нәзерде тутылады.

Турақлы сөз дизбеклериниң қатарына нақыл-мақаллар да киреди. Сонны атап өтиўимиз керек нақыл-мақаллар ҳәмме халықта бар. Олар типологиялық жақтан барлық халықта да дерлик бир нызамлылық тийкарында жасалады. Соның менен бирге ҳәр бир халықтың нақыл-мақаллары миллий өзине тән өзгешеликлерине де ийе болады.

Қарақалпақ халқының көркем-әдебий мийрасларының қатарында фразеологизмлер де жүдә көп. «Қарақалпақ фольклоры»ның 100 томлығының \_\_ томы нақыл-мақаллар менен фразеологизмлерге ажыратылған. Бирақ, оған тилимиздеги барлық нақыл-мақалар менен фразеологизмлер толық киргизилген, деп айта алмаймыз. Себеби, оларға тилимизде ең көп қолланылатуғын нақыл-мақаллар менен фразеологизмлер ғана киргизилген.

Биз, бир нәрсени ашық айтып өтпекшимиз, фразеологизмлер тилдиң таяр байлығы, олар күшли көркемликке ийе болып, пикирди тәсиршең жеткерийде оғада қолайлы екен, журналистикада, соның ишинде баспасөз тилинде журналистлердиң ҳәм авторлардың олардан пайдаланыўы тәбийий. Демек, баспасөз текстлеринде фразеологизмлер көп қолланар екен, оларды илимий жақтан үйрениў актуал мәселе болып есапланады. Қала берсе бүгинги күнге шекем қарақалпақ журналистикасында, соның ишинде баспасөзинде фразеологизмлердиң қолланылыўы илимий изертлеў объекти болған жоқ.

Журналистика оперативликти, тезликти жақтырады. Ол бүгинги күн менен жасайды. Көбинесе кешеги гәп кешиккен мағлыўмат болыўы да мүмкин. Ал, усы оператив хабар тәсиршеңлик пенен жеткерилсе, оннан да жақсы. Бунда фразеологизмлерге талап күшли.

Фразеологизмлер түсинигине төмендегилер киреди:

- турақлы сөз дизбеклери;
- нақыл-мақаллар;
- идиомалар;
- афоризмлер.

Бул фразеологиялық бирликлердиң ҳәр бири өзине тән өзгешеликлерге ийе. Тил билиминде оларға тәрийиплер берилген, олардың уқсас ҳәм парықлы тәрептери үйренілген.

XIX әсирдиң белгили рус тилши алымларының бири В.Даль нақыл менен мақалды бир-бирине салыстырып, былай деп жазады: «Нақыл – халықтың тәрийплеўинше ғумша, мақал – мийўе»<sup>1</sup>. М.А. Рибникованың пиқринше: «нақыл толық, тамамланған мазмунды бериўши, ҳүким аңлатыўшы гәп болса, мақал астарлы мәни аңлатыўшы ибара, ол нақылдың ярымы»<sup>2</sup>.

Ғәрезсизлик жылларына келип қарақалпақ журналистикасының тили белгили дәрежеде жаңа бағдарға өзгерди. Бул өзгерис неде көринеди? Бириншиден, баспасөздиң саны кескин артты. Екиншиден, баспасөздиң түрлери көбейди (тараўлық газеталар пайда болды). Үшиншиден, баспасөзде

<sup>1</sup> Даль В. Напутное//Пословицы русского народа. М.: 1957. - С. 20.

<sup>2</sup> Рибникова М.А. Русские пословицы пословицы и поговорки. М.: 1961. - С. 17.

басқа тиллерден аударма материаллар көбейди. Бул халатлар баспасөз тилинің раўажланыуына тийкар болды.

Түркий халықлар тиллери, соның ишинде қарақалпақ тили де сөзлик курамында айырықша топар болып танылатуғын фразеологиялық сөз дизбеклерине оғада бай. Ҳақыйқатында да фразеологизмлер өзиниң образлылығы менен терең мәнилиги менен көзге түсетуғын ҳәр бир миллет тилиниң өзгеше бир көриниси болып табылады. Ерте дәўирлерден бери халық тилинде қолланылып киятырған фразеологизмлердиң экспрессивлик бояўы күшли болып, олар тилге көрк, өзгеше бир түс береди. Сонлықтан да фразеологизмлер көркем шығармада да, газеталарда да сүүретлеўдиң лексика-семантикалық қуралларының бири сыпатында кеңнен қолланылған. Бунда фразеологизмлерге тән өзгеше лексика-семантикалық, стилистикалық белгилер есапқа алынады. Фразеологизмлерде экспрессивлик мәниниң күшлилигине қарай сөз шеберлери өз шығармаларында түрли стильлик бояўларды бериў ушын жумсайды. Ҳәр қандай фразеологизм жеке сөзлерге туўра эквивалент бола алмайды. Олар жеке сөзлер арқалы берилген улыўма мәниге қосымша түр бериў арқалы тилдиң көркемлеў қуралына айналады.

Фразеологизмлер еки ямаса оннан да көп мәнили сөзлерден қуралғаны менен, олар пүтин бир мәнини аңлатып келеди. Мәселен, *«аяғына бас урыў»* деген сөз дизбеги үш мәнили сөзден турады. Олардың ҳәр бири дара мәнисинде емес, ал аўысқан екинши бир мәнини, яғный *«жалыныў»*, *«жалбарыныў»* - дегенди аңлатады. Сонлықтан да, көбинесе бундай таяр түринде ушарасатуғын фразеологиялық сөз дизбеклериниң көпшилиги сөзлик курамында мәнилес синонимлерине ийе болып келеди. Бирақ фразеологизмлердиң беретуғын мәнисин екинши бир сөз бенен дәл сол өзгешеликлерди сақлаған ҳалда алмастырыў мүмкин емес. Буны төмендеги мысаллардан көриўимизге болады:

*«Сай сүйегин сырқыратып жиберген сөзлерге қайырып ҳештеңе айта алмай, аналарына жантасқан бузаўлардың ҳәр қайсысына бир жуўырып, өлдим азарда айырып байлады.»* («Еркин Қарақалпақстан» газетасы, 2018-жыл, 14-апрель.) *«Соның ушын да Исмайыл өзине ысық көринген перзентлериниң исине иши жылымай ынжылып отыр»*, *«Оол кисини көргенде Сәнемниң де, Жумагүлдиң де тынысы тарылып, тышқан тесиги мың теңге болды»* («Еркин Қарақалпақстан» газетасы, 2012-жыл, 7-май.)

Бул келтирилген мысаллардағы *«сай сүйегин сырқыратып»*, *«өлдим азарда»*, *«иши жылымай»*, *«тышқан тесиги мың теңге»* деген фразеологизмлердиң аңлатып турған мәнисин екинши бир сөзлер арқалы дәл бериў қыйын. Себеби, олардың ҳәр бириндеги нәзик мәнини екинши бир сөзден табыў мүмкин емес. *«Сай сүйегин сырқыратыў»* деген фразеологизм тек *«азапланыў»*, *«қыйналыў»* мәнисин емес, ал оған қосымша *«иштен қатты қыйналыў»*, *«иштен азапланыў»* мәнисин де береди. Бул жерде автор қахарманның халатын, оның дәртин, азапланыўын, қыйналыўын көрсетиў ушын усы фразеологизмлерди дурыс таңлаған. Себеби, азапланыў, қыйналыў ҳәр қыйлы себеплерден, мәселен, *бахытсызлықтан, аўырыўдан, таяқтан,*

*жетіспеушіліктен* хәм тағы басқада жағдайлардың себебинен болыуы мүмкин. Жаман сөздің адам психологиясына тәсирин дәл көрсетіу мақсетинде автор усы фразеологизмнен пайдаланған.

«*Өлдим азарда*» фразеологиялық сөз дизбегине мәніси дара сөз түріндегі мәнілес сыңары сыпатында «*зорға*» сөзиниң мәнісине жақын. Бірақ онда «*өлдим азарда*» сөз дизбегине тән эмоциональлық-экспрессивлик мәнісин айрықшалық сәйкес дара сөз сыпатындағы сыңары менен салыстырғанда кемлик қылады. Бириншисинде, ұақытша қыйыншылық халатында иске асқан семантикалық белги өзгешелиги бар. Ал, екінши мысалдағы «*иши жылымау*» фразеологизми семантикалық жақтан «*унамау*», «*жақтырмау*» сөзиниң мәнісине жақын. Бунда да усы фразеологизм аңлатып турған эмоционал-экспрессивлик мәни сәйкес сыңарында сезилмейди.

Үшінши мысалдағы «*тышқан тесиги мың теңге болыу*» фразеологизми «*албырақлау*», «*сасыу*» дегенди аңлатады. Деген менен усы фразеологизмге тән толық семантикалық өткірлиги, тәсиршеңлик бояулары менен басқа сөз арқалы аңлатыудың мүмкиншилиги жоқтай көринеди.

Бул жағдайда фразеологизмлердің пүткил системасына тән соның менен бирге оның сөз дизбеклериниң басқа түрлеринен өзгеше белгилерин сыпатлаушы көринислеринен ибарат.

Фразеологизмлер хаққындағы машқаланың тил илиминде қоспалылығын дәлиллеуши мәселелер оғада көп. Соған қарамастан елеге шекем қарақалпақ тил илиминде фразеология машқалалары жеткиликли дәрежеде илимий изертлеу объекти болмай киятыр. Ал, фразеологизмлердің журналистикада, соның ишинде баспасөз тилинде қолланылыуын изертлеуши арнаулы илимий жумыслар да елеге шекем алып барылмады. Бул мәселе филология илимлериниң докторы З.Оразымбетованың «Қарақалпақ күнделикли баспасөзи тилиниң стильлик өзгешеликleri» темасындағы докторлық диссертациясының бир бөлимінде ғана үйренилген. Сонлықтан да, қарақалпақ тилиниң фразеологиясын изертлеу, оны илимий көз-қарастан хәр тәреплеме үйрениу бүгинги қарақалпақ тил билиминиң оғада әхмийетли машқалаларының бири болып саналады.

#### **Пайдаланылған әдебиетлар:**

1. Каримов И. Юксак маънавият – енгилмас куч. Т.: Маънавият. 2008. – Б. 83.
2. Даль В. Пословицы русского народа. М.: 1957. – С. 20.
3. Рибникова М.А. Русские пословицы пословицы и поговорки. М.: 1961. – С. 17.
4. Оразымбетова З.Қ. Қарақалпақ күнделикли баспасөзи тилиниң стильлик өзгешеликleri. Докторлық диссертациясы. Н.: 2019. – Б. 240.

### **“ҚОРАҚАЛПОҚ МАТБУОТИДА БАДИЙ-ПУБЛИЦИСТИК ЖАНРЛАР ТРАНСФОРМАЦИЯСИ”**

(публицист-ёзувчи Ш.Уснатдинов ижоди мисолида)

*Б.Палуанов,  
Қорақалпоқ давлат университети журналистика  
кафедраси доценти, филология фанлари номзоди*

Публицист, журналист, жазыўшы Шарап Уснатдинов қорақалпоқ адабиёти билан матбуотида алоҳида ўрнига эга ижодкор. Адибнинг қатор публицистик, журналистлик асарлари қорақалпоқ матбуотида кенг аудиториясига эга. Аммо, унинг охириги йиллари бадиий ижоди ҳам айқин намоён бўлмоқда.

Биз Ш.Уснатдинов ижодини таҳлил қилиб ўрганганимизда, муаллиф томонидан қатор жанрларда материаллар ёзилганин кузатдик. Журналистик нуқтаи- назаридан, Уснатдинов ижодида мақола, интервью, рецензия, суҳбат, очерк жанрлари кўпроқ намоён бўлади. Мазкур жанрлардаги асарларида тадқиқотчи Е.В. Выровцева таъкидлаганидек, «дастурий жанрларнинг ўзгаришига, муаллифлик бошлашининг кучайиши» сабаб бўлмоқда. Мазкур жараёни фанда ҳар хил номлайди: персонификация, эссеизация, субъективизация.»<sup>72</sup>

Бадиий адабиёт ўлчамлари нуқтаи назаридан эса, охириги йиллари адибнинг ҳикоя ва повестьлари маҳаллий матбуот саҳифаларини беэмомқда.

Мазкур тадқиқотимиз мақсадидан келиб чиқиб, айтадиган бўлсак, муаллиф ижодида жанрлар трансформацияси бошқа қорақалпоқ публицист-ёзувчиларига нисбатан аниғироқ кўриниш ҳосил қилади.

Аслида Шарап Уснатдинов журналист сифатида идодиётга кириб келган бўлса, дерлик журналистика жанрларида материаллар тайёрлаганига шубҳа йўқ. Аммо, унинг ижодида журналист сифатида мақола, интервью ва очерк жанрлари бошқа жанрларга нисбатан ривожланди. Ш.Уснатдинов нафақат журналист бўлиб ишлади, балки ўзининг бош муҳаррир сифатида ҳам «Еркин Қорақалпоғистон» газетасини такомиллаштириш мақсадида жанрий ривожланишга ҳам ҳисса қўшди. Масалан, ў «Еркин Қорақалпоғистон» газетаси муҳаррири сифатида газетада янги «Публицист минбери» рубрикасини ташкиллаштирди ва ўзи биринчилардан бўлиб мазкур руҳн остида қатор публицистик материаллар билан чиқди. Бу жараён нафақат газета оммасининг кенгайишига тўртки бўлди, балки газетада ижод қилаётган журналистларга ҳам таъсир ўтказди.

Шарап Уснатдинов ижодидаги жанрлар трансформациясиша назар қаратсак, битта мавзу билан қатор жанрларда асарлар ёзгани ва унинг аудиторияси кенгайиб борганини кўриш мумкин. Масалан, унинг ижодида Ўзбекистон Қаҳрамони, Ўзбекистон ва Қорақалпоғистон халқ шоири Ибрайим Юсупов образи алоҳида ўринни касб этади.

Маҳаллий матбуотда шоир ҳақида, унинг ижоди ҳақида дуркум мақолалар ёзиш билан кифояланмастан, шоир билан «Эй, ўақыт! Бол, бол

---

<sup>72</sup> Выровцева Е.В. Трансформация традиционных публицистических жанров в современных массмедиа. //Вестник Челябинского государственного университета, 2015, №5, 211-бет.

жебеуішим...»<sup>73</sup> мавзусида сухбат хам ўтказди. Демак, аудиторияга таъсир кўчини такомиллаштириш учун хам монолог шаклдан диалог шаклга ўтиш хам яхши натижа кўрсатди. Бошида ёзган мақолаларида муаллиф шоир ҳақида батафсил ёзгани билан унинг билан тенг усулда сухбат ўтказишга ўринмаган. Йиллар ўтиб, ижодиётда бирга ҳамкасб бўлгани ва унинг ижодининг сирларини батафсил ўрганишидан сўнг сухбат жанрига ўткан. Сухбат давомида шоир билан бирга истиқомат қилаётгани, замандош бўлганлиги муаллифга ғурур бағишлашини сир тутмаган. Шу боис, муаллифда сухбат ўтказиш имконияти мавжуд эди.

Аммо, халқ шоири вафот этганидан сўнг, Уснатдинов яна Юсупов образига қайтади. Бу гал, замандош эмас, ҳамнафас бўлмаганидан муаллиф шоир ҳақида мемуар жанридаги «Мэнгиликке айланган мийрас»<sup>74</sup> номли материал тайёрлайди. Шоирнинг вафотидан кейинги адабиёт ва ижодиёт ҳақида сўз бўлади.

Муаллиф бунинг билан хам кифояланмасдан яна Юсупов образига алоҳида диққат қаратади ва илгари ёзган журналистик материаллари негизида бадиий асар яратади. Натижада, шоир ижоди бўйича «Ибрайым Юсупов. Шайырдың жаслығы»<sup>75</sup> деган хужжатли повесть ёзиб, кенг оммага жорий қилди. Бунда муаллиф образи учинчи шахс кўринишида воқеа-ҳодисаларни ҳикоя қилади, асосий урғу мемуарлик сифатга берилади. Таъкидлаб ўтиш жоиз, муаллиф илгари ёзган журналистик асарларида айтилмаган айрим фактларни мазкур хужжатли повестида баёе қилади. Мазкур асарда эссе жанридагидек, аудитория билан жонли сухбат хам қилади: «Усы жерде оқыўшыларымыздың шыдамын сынай бермей хэм шайырдың туўысқаны ҳаққында қайта айланып гүрриң етиўге ўақыттың болмай қалыўын есапқа алып, оның өмири ҳаққында қысқаша алдын ала мыналарды айтпақшымыз.»<sup>76</sup>

Ш.Уснатдиновнинг журналистик ва бадиий адабий асарларида хам жанрлар синтезини хам кўзатиш мумкин. Асар мазмунларида бир хил факт бўлгани билан, жанрдан-жанрга ўткан сайин мазмун янгиланиб, воқеалар ривожланиб, муаллиф образи хам кўпроқ намоён қилади.

## **PERSPECTIVES OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ASSISTED CREATIVE WRITING PROGRAMS IN MEDIA**

*Aitolkyn Ashimova,  
1-year Ph.D. candidate, al-Farabi Kazakh  
National University, Faculty of Journalism*

The notion of artificial intelligence (AI) is constantly changing since it was first introduced at the Dartmouth Conference of 1956 by John McCarthy. Moreover

<sup>73</sup> «Еркин Қарақалпақстан» газетасы, 2004-жыл, 4-ноябрь.

<sup>74</sup> «Сөз зергери еди» (Яднама). Нөкис, Қарақалпақстан, 2009 25-32 бетлер

<sup>75</sup> Уснатдинов Ш. Ибрайым Юсупов. Шайырдың жаслығы. Нөкис, Билим, 2013. Б.270.

<sup>76</sup> Уснатдинов Ш. Ибрайым Юсупов. Шайырдың жаслығы. Нөкис, Билим, 2013. 261-бет

over the course of the years there came to be several definitions for artificial intelligence that utilize different approaches such as thinking humanly and rationally and acting humanly and rationally (Russel and Norvig 2010). And as the time passes and the field of AI evolves even further the many definitions of AI continue to appear to outline more-specialized subcategories of the field such as machine learning, deep learning or natural language processing. And each of these definitions is valuable for providing guidelines and goals for researchers. The definition that is most relevant for this article is the one given by Kurzweil “The art of creating machines that perform functions that require intelligence when performed by people.” This particular definition entails that we anticipate that AI will be able to produce behavior that is usually associated with human thought processes and activities, activities such as decision-making, problem-solving, and learning.

The field of artificial intelligence has produced a wide set of technical practices that spill over to almost any form of human activity from data mining to various artistic endeavors. During the same year of 1956, American economist political scientist Herb Simon predicted that “within ten years computers would beat the world chess champion, compose “aesthetically satisfying” original music, and prove new mathematical theorems” (Teuscher 2011). Even though it more than a decade for artificial intelligence to deliver on some of those promises, it acquired additional capabilities. Moreover, technologies that integrate some features of AI are already proliferated in daily life. Many people are familiar with automated writing through two features of Gmail, for example, Smart Reply offers brief answers to routine emails. Another common feature is Smart Compose that suggests appropriate endings for the words and sentences during typing. According to Google, Gmail's Smart Compose feature uses context and patterns to suggest phrases that users can add to the sentences. Smart Reply and Smart Compose technologies prove that AI is already successful at formulaic writing tasks.

Both Smart Reply and Smart Compose are based on the software called natural language generation (NLG). It was designed to automatically create a written narrative from structured data. NLG already utilized for a variety of content generation needs in including business intelligence dashboards, business data reports, personalized email, and in-app messaging communication, client financial portfolio updates and more (Marr, 2018). The next step for NLG software was to create technology that will be capable to create whole pieces of content without explicit human supervision and for the output to sound like a human-generated.

The model that can more or less successfully perform such a task is called GPT-2 and it is a text generating model developed by nonprofit company OpenAI. According to its creators, GPT-2 is a large transformer-based language model with 1.5 billion parameters, trained on a dataset of 8 million web pages for a total of 40 GB of text (Radford et al. 2018). The program’s primary goal is to predict the next word, given all of the previous words within some text and to create generate conditional synthetic text. The conclusion of the research states that “The diversity of tasks the model is able to perform in a zero-shot setting suggests that high-capacity models trained to maximize the likelihood of a sufficiently varied text

corpus begin to learn how to perform a surprising amount of tasks without the need for explicit supervision” (Radford et al. 2018). The creators of the program claim that it “outperforms other language models trained on specific domains (like Wikipedia, news, or books) without needing to use these domain-specific training datasets.” Currently, the program is capable of generating content only in English. At first, the company behind GPT-2 refused to the full version of the program because of their concerns about malicious applications of the technology. One of the prominent misapplications of the given technology could be the generation of fake news. However, as an experiment in responsible disclosure, OpenAI instead agreed to issue a much smaller model for researchers to experiment with.

Since its release GPT-2 has caught the media attention and there numerous experiments performed by media outlets. For example, the British daily newspaper The Guardian inserted into the neural network of GPT-2 the opening line of George Orwell’s Nineteen Eighty-Four: “It was a bright cold day in April, and the clocks were striking thirteen”. And the generated text was “I was in my car on my way to a new job in Seattle. I put the gas in, put the key in, and then I let it run. I just imagined what the day would be like. A hundred years from now. In 2045, I was a teacher in some school in a poor part of rural China. I started with Chinese history and history of science” (Hern).

Another experiment was designed by the American weekly magazine The New Yorker where GPT-2’s source was the publication’s archive. The experiment used all nonfiction work published since 2007 (but no fiction, poetry, or cartoons), along with some digitized classics going back to the nineteen-sixties. The model was fed the first paragraph of Lillian Ross’s 1950 Profile of Ernest Hemingway into the prompt window: “Ernest Hemingway, who may well be the greatest living American novelist and short-story writer, rarely comes to New York. He spends most of his time on a farm, the Finca Vigia, nine miles outside Havana, with his wife, a domestic staff of nine, fifty-two cats, sixteen dogs, a couple of hundred pigeons, and three cows.” The GPT-2 generated text followed as “I walked up the path to the fence and saw a plump dog, that had been a common visitor to the Finca Vigia before the war, galloping up a path to the main building, with a tiny cow of the same name standing by her side. There was a puddle of red gravy in the front yard, and Hemingway sat down in a lawn chair” (Seabrook). However, as the experiment went on and researchers made the model refresh the text, the quality of the generated content stated to deteriorate.

Despite the fact that OpenAI had eventually released the full version of the model to the public in May of 2019, GPT-2 is not widely utilized in media outlets. However, there are other natural language generation programs that are called automated journalism applications. Several global newsrooms utilize them to perform the fact-checking, comment monitoring, streamlining workflow, eliminating fake news, and writing formulaic content. Artificial intelligence helps create text summarizations, short and coherent versions of longer documents. This requires the algorithm to understand the source document and then distill the meaning and important details in a fluent summary. One of the common usages for



automated journalism applications is to generate sports reports (The Associated Press). The software follows the narrative design and determines the insights from a game that is important for the reader to know.

The proliferation of AI-based technology opens new perspectives for the mass media. Not unlike many other implementations of AI, natural language generators will allow media organizations to cut time and costs behind news and article research. Thus, the utilization of such applications might decrease the amount of “fake news” despite the initial concerns to do otherwise as it was voiced by experts and academics. In addition, AI integrated technologies are able to process large datasets and create more efficiently than humans can. This is especially useful for the generation of short news articles that do not require high levels of creativity. The organization that will implement such natural language generators based solutions will be capable to produce a greater amount of content in a portion of the time it would take humans to write each one individually. And thus this will allow introducing the advantages of the economies of scale in media.

## References

1. Brown, James J. "Rhetorical Devices: Database, Narrative, and Machinic Thinking." In *Ethical Programs: Hospitality and the Rhetorics of Software*, 134-66. ANN ARBOR: University of Michigan Press, 2015.
2. “Don't Fear the Writernator.” *The Economist*, *The Economist Newspaper*, [www.economist.com/books-and-arts/2019/10/31/dont-fear-the-writernator](http://www.economist.com/books-and-arts/2019/10/31/dont-fear-the-writernator).
3. Hern, Alex. “New AI Fake Text Generator May Be Too Dangerous to Release, Say Creators.” *The Guardian*, *Guardian News and Media*, 14 Feb. 2019, [www.theguardian.com/technology/2019/feb/14/elon-musk-backed-ai-writes-convincing-news-fiction](http://www.theguardian.com/technology/2019/feb/14/elon-musk-backed-ai-writes-convincing-news-fiction).
4. Marr, Bernard. “Artificial Intelligence Can Now Write Amazing Content -- What Does That Mean For Humans?” *Forbes*, *Forbes Magazine*, 13 May 2019.
5. Mateas, Michael. “Expressive AI: A Hybrid Art and Science Practice.” *Leonardo*, vol. 34, no. 2, 2001, pp. 147–153., doi:10.1162/002409401750184717.
6. Radford, Alec, Wu, Jeffrey, Child, Rewon, Luan, David, Amodei, Dario and Sutskever, Ilya. "Language Models are Unsupervised Multitask Learners." (2018).
7. Russell, Stuart, and Peter Norvig. *Artificial Intelligence: a Modern Approach Preview Chapters from Forthcoming Edition*. Prentice Hall, 2010.
8. Seabrook, John. “Can a Machine Learn to Write for The New Yorker?” *The New Yorker*, *The New Yorker*, 31 Oct. 2019, [www.newyorker.com/magazine/2019/10/14/can-a-machine-learn-to-write-for-the-new-yorker](http://www.newyorker.com/magazine/2019/10/14/can-a-machine-learn-to-write-for-the-new-yorker).
9. Teuscher, Christof. *Alan Turing: Life and Legacy of a Great Thinker*. Springer, 2011.

## ТАШКЕНТТЕ ШЫҚҚАН «ШОЛПАН» ЖУРНАЛЫНЫҢ САЯСИ БАҒЫТЫ

*Акынбекова А.Б.*

*Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық  
университеті, PhD доктор*

*Мукушева Қ.С.*

*С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік  
Университеті PhD доктор,*

*Бакенова Р.Ш.*

*Әл-Фараби атындағы Қазақ  
Ұлттық университеті, Аға оқытушы*

### **Кіріспе**

«Шолпан» – қырғыз-қазақ тілінде айына бір рет шығатын саясат, шаруашылық, білім-әдебиет журналы. 1-ші саны 1922 жылдың 15 қазанында Ташкент қаласында шыққан. Журналдың алғашқы бетінде «Бүкіл жер жүзінің еңбекшілері, бірігіңдір!» деген ұран жазылған. «Шолпан» – Түркістан АКСР-і ОАК-нің білім, әдебиет, шаруашылық, саяси журналы. Оның «Оқу бөлімі», «Түркістандағы халық ағарту ісі» деген бөлімдерінде оқу-ағарту, бала тәрбиесі мәселелері, алғашқы кеңестік еңбек мектебінің мазмұны, оқу бағдарламасы, сабақ жүргізу әдістемесі, орыс мектептерінің оқыту тәжірибелері таныстырылып, бұл жөніндегі маңызды пікір-ұсыныстар жарияланды. Журналда көптеген ғылыми маңызды мақалалар жарық көрді. Бірақ оның жеке мақалаларында буржуазиялық-ұлтшылдық қате тұжырымдарға жол берілген деп есептеліп, осыған байланысты журнал 8 саны шыққаннан кейін 1923 жылдың мамыр айында жабылды» («Қазақстан»: Ұлттық энциклопедия, 1998 ISBN 5-89800-123-9, IX том) деген. «Ақ жол» газетінің 1921 жылғы 22 ақпанындағы нөмірінде «Шолпан» журналы деген хабар шығады. Онда «Ташкентте қазақ, қырғыз, өзбек, түрікпен тілдерінде Халық Ағарту комиссариаты жанындағы Білім комиссиясы атынан «Шолпан» атты журнал шығатын болды. Қазіргі уақытта баспаханада әріп терушілердің аздығынан һәм қағаздың шамалылығын еске алып, үш ұлт үшін уақытша ортақ журнал шығармақ болды. Журнал 56 беттік болып айына екі рет шығады. 24 беті қазақ-қырғыз, 24 беті өзбек, 8 беті түрікпен тілінде болмақ. Журнал оқу-білім, әдебиет, саясат жайынан жазылмақ» деп алдын-ала хабарланады («Ақжол» газеті 1921ж. 22 ақпан). Алайда, 1922 жылдың 15 октябрында 1-саны жарық көрген «Шолпан» журналы қырғыз-қазақ тілінде айында бір шығатын саясат-шаруашылық, білім-әдебиет журналы болып шығады.

### **Негізгі бөлім**

Профессор Т. Қожакеев «Шолпан» журналының шығу тарихы жайлы: «Шолпан» журналының бірінші нөмірі тек 1922 жылы 22 қазанда жарық көрді» деп жазған (Т. Қожакеев., 1991ж.). 1999 жылы жарық көрген Қазақ ұлттық энциклопедиясының 4- томының 50-бетінде «Шолпан» (1921-1924) шыққан деп мәлімет береді. Журналды оқырманға таныстыру, оны

жарнамалау, оқырман тарту мақсатында 1923 жылдың февраль айындағы «Темірқазық» журналының 1-санына «Шолпан» журналы деген мақала жарияланған. «1922 жылы 15 октябрьден бастап Түркістан партия комитеті атынан қазақ-қырғыз тілінде «Шолпан» атты саясат, шаруа журналы шыға бастады. Журналдың 1- саны басқармаға келді», деп журналдың мазмұнына талдау жасайды. Журналдың түпнұсқа негізіне сүйенсек, «Шолпан» журналы 1923 жылдың, 15 қазанында жарық көргеніне көз жеткіземіз.

Журналды шығарушылар оның алғашқы санында «Шолпан» журналын Түркістан коммунистер партиясының Кіндік комитетінің тілі. Саясат-шаруашылық, білім-әдебиет туралы айында бір шығатын қырғыз-қазақ журналы. Шығарушы: Иса Тоқтыбаев. Бастырушы: Түркістан коммунистер партиясының Кіндік комитеті деп жазған (Шолпан журналы. 1922ж.,№1) . Осылайша, «Шолпан» журналының 1- саны 1922 жылдың 15 қазан айында Ташкент қаласындағы «Туркестанское государственное издательство» баспасынан басылып шыққан. Журналдың алғашқы саны ғана жеке басылған, кейінгі сандары 2-3, 4-5, 6-7-8 болып бірге шыққан. Журналдың соңғы 8-санында Басқарманың «Оқушыларымызға!» деген хабарландыруы берілген. Онда: «Журналымыздың қосылып шыққан бұл үш (6-8) нөмірлері, мерзімді уақытынан бір ай кешігіп шығып отыр. Кешігу себебі, баспахана жұмысының жамандығынан болды. Сондықтан, басқарма өзінен болмаған себептермен, журналдың мезгіген уақытында шыға алмай, оқушыларды зарықтырғанына құрметті оқушылардан зор кешу өтінеді» деп жазған («Шолпан» журналы. 1923ж.,№ 8). Журналды шығарушылар тарапынан осындай хабарландыру бола тұра Шолпан журналы шықпай қалады. Оның себебін «... жеке мақалаларында буржуазияшыл-ұлтшылдық қате тұжырымға жол берілген деп есептеліп, осыған байланысты журнал 8-саны шыққанан кейін 1923 жылдың мамыр айында жабылды» деп жазған (Қазақ ұлттық энциклопедиясы.4-том). Журналдың соңғы санының екінші бетінде «6-7-8-нші сан. 1923 жыл, март, апрель, май» деп жазылғанымен мұқабасында 1923 жыл, 30 июнь деп шыққан күні мен айы анық басылған («Шолпан» журналы, 1923ж) Сондықтан да журнал 1923 жылдың 30 июньінде соңғы саны шыққан соң жабылды деп нақты айта аламыз.

«Шолпан» журналына жызылу бағасы:

2 айға 800 сом

3 айға 400 сом

1-саны 150 сом болып белгіленген. Журналдың алғашқы санынан белгіленген баға өзінің шығуын тоқтатқанша өзгертпеген. Журналдың бірінші санының соңғы бетінде «Шолпан» журналына сөз жазушы азаматтар, деп мақала авторларының аты-жөні жазылған. Олар: «Нәзір Төреқұлов, Сұлтанбек Қожанов, Санжар Асфендияров, Тұрар Рысқұлов, Мұхтар Әуезов, Ораз Жандосов, Халел Досмұхамедов, Иса Қашқынбаев, Аққағаз Досжанова, этнограф Әбубәкір Диваев, Мырзағазы Есболов, Кәрім Жәленов, Сегізбай Айзунов, Жаһанша Досмұхамедов, Ә. Сыддықов, А.Арабаев, Олегов, Искалов,

Әбдірахман Оразаев, Сара Есова тағы басқалар» деп көрсетілген («Шолпан» журналы. 1922ж.,№ 1).

Өзбекстан Орталық Мемлекеттік архивіндегі мерзімді баспасөздер анкетасында: «Шолпан» журналының қызметкерлері кімдер?» деген сұраққа М.Әуезов пен М.Жұмабаевтар аталып, редколлегия мүшелері ретінде И.Тоқтыбаев пен М. Әуезов көрсетіліпті. (ЦГА Уз. ССР. ф.34.оп.1.ед.хр.2153,18-22-б). 1922 жылы М.Әуезов Орта Азия мемлекеттік университетінің еркін тыңдаушысы ретінде оқуға түскен М.Әуезовтың аталған мерзімді баспасөздерге белсене ат салысқаны ақиқат. М.Әуезов: «1922-23-жылдың қысында Ташкентте «Шолпан» журналын шығардық, сонда біраз әңгімелер бастырдым», - дейді («Өз жайымнан мағлұмат» деген мақаласында). 1922-1923 жылдары Ташкентте «Шолпан» журналын шығарысып Абай творчествосы туралы кеңінен сөз қозғайтын «Қазақ әдебиетінің бүгінгі дәуірі» атты тарихи, әдеби сын зерттеуін жариялайды. Онда қазақ әдебиетінің тарихын Абайға дейінгі және Абай дәуірі деп бөліп, шолу жасайды.

Қазақ баспасөзін зерттеген ғалым Бейсембай Кенжебаев: «Газет, журналдарда көбінесе бұрынғы ұлтшылдар, алашордашылар, ескі зыялылар отырды. Олар адал істемеді. Осыдан кейін кейбір газеттердің атына «алаш» деген сөз араласты; газет-журналдарда кейде бірді-екілі ұлтшыл бағыттағы материалдар басылып жүрді; «Шолпан», «Сана» сыяқты журналдар мен «Ақ жол» ашық ұлтшылдық бағытта шықты. Ұлтшылдар осы газет, журналдарды ұлтшылдықты үгіттеу құралы етуге тырысты» (Кенжебаев Б., 1955ж.) деген пікірде болған. Бірақ оны қызыл идеологияның кезінде жазғаны анық еді. Өйткені Б. Кенжебаев қазақ әдебиеті тарихын сон-ау Орхон-Енисей жазбаларынан бері қарастырған ірі ғалым, батыл азамат екенін өмір кейін көрсетті. Расында да «Шолпан» журналында тәуелсіздікті аңсаған, ұлтының қамын ойлап, қайтсек ел боламыз деген алаш азаматтары еңбек еткен. «1922 жылға дейін байшыл-ұлтшылдар совет тәртібіне қарсы, контрреволюциялық пікірлерін баспасөз беттерінде именбестен ашықтан-ашық жазып отырды. Ал, 1922 жылдан бастап, Қазақстандағы баспа орындарында байшыл-ұлтшылдық пікірге ашықтан-ашық орын берілген жоқ. 1920-24 жылдарда байшыл-ұлтшылдар Ташкенде шыққан «Шолпан», «Сана» журналдарында, «Ақ жол» газетінде жат идеялық шығармалары арақідік жарияланып отырды» (Темірғали Нұртазин 1960ж.) «Шолпан» журналына қатысты жазушы-ғалымдардың «ұлтшыл» бағытты ұстанды деген пікірлеріне орай біз «Ұлтшыл» деген сөздің ұғымын тереңірек түсінуге тырыстық.

Ұлтшылдық құбылысын анықтай отырып, француз зерттеушісі Жан-Люк-Шабо (Chabot J. –L.Lenationalism. –PUF, 1993) оны былайша бөледі:

- Национализм, обозначающий чувство патриотизма, любви к своей нации, к своим корням;
- Национализм как обостренное чувство патриотизма которое приобретает крайнюю форму в случае появления обстоятельств, представляющих угрозу существования какой-либо нации:

- Национализм как политическую доктрину, претендующую на решение проблем человечества, при которой главенствующая роль отводится одной определенной нации.

Ұлтты қалыптастыратын белгілер - тарих, тіл, дін және мәдениет - белгілі бір әлеуметтік қоғамдастықты біріктіретін және олардың өзіндік ерекшелігін білдіретін адамдардың негізгі элементтері ретінде де түсінуге болады.

Ұлтшылдық Әлемдік энциклопедияда берілген анықтамаға жақын келеді: «В условиях, предшествующих рождению юридической самостоятельного государства, национализм означает волеизъявление какого-либо сообщества, осознавшего свою историческую индивидуальность, строить и развивать свое суверенного государства» (Encyclopaedia Universalis, P.,1990, t16) «Ұлтшыл» ұғымына осындай анықтама берілген екен. Ал Жүсіпбек Аймауытов «Тәрбие» («Абай» журналы, 1918ж.,№2) деген мақаласында ұлтшылдықтың жақсы, жаман жағы деп екіге бөліп қарастырады. «Жақсы жағы: бір халықтың ұлтшыл адамдары көбейсе, ұлты үшін жанын салып, сол ұлтты көркейтуге тырыспақ. Адамның өз басының көркеюімен ұлты көркеймейді, ұлты көркейсе, өзі көркеймек. Бір ұлт бақытты болса, ол бақыт сол ұлттың ішіндегі адамдарына да ортақ. Бір адамның бақыты, сол ұлттың ішіндегілерге де ортақ. Бір адамның бақыты бір ұлтты бақытты қылуға жетелейді. Ұлтын, отанын көркейту, қандас-діндес, тілдес бауырлардың қамын жеу- бұл жақсы жұмыс. Ал енді жаман жағы мынау: ұлтшыл адам бір ұлттың ғана қамын ойлайды; бұл қамын ойлау жолында басқа жұрттармен тартысады, жұлысады. Өз қылығы дұрыс, қисық болсын үстіне шығарып, басқаны жеңуге жаһат қылады. Біреуді жеңуге ұмтылған кісі қызуламақ, қызу кісі өз қатесін көргісі келмейді. Қатесін көрмеген кісі бірбеткей, ақыл көзінің ауданы тар кісі болу керек. Ақыл көзінің ауданы тар кісі адамшылыққа пайда келтіре алмайды. ... Ұлтшыл адам біреуге зорлық қылса да, қан төксе де мұқатып, өз Отанының дәуірлеуін іздейді», деп тіршіліктің өз талқысы аласұртып, әр халыққа ұлтшыл болмасқа ерік қоймай отырғанын сөз етеді. «Ұлтшыл болу- адамшылдық іс емес, заманның ісі», деп ойын қорытындылайды. Журналдың басы-қасында «ұлтшыл», «алашордашыл» азаматтар болды деген пікірлерге, тағылған айыптарға қарай сол заманның саяси жағдайы да басымдылық танытқан деп білеміз. Өйткені, заманның қиындығына қарамай газет-журнал шығарып таратты. Теңдікті, елінің тәуелсіздігін аңсаған азаматтар баспасөзді үгіт-насихат құралы ретінде пайдаланып, ел арасында ағартушылық қызметін жүргізді, ұлттың коды болып табылатын өнерді, әдебиетті, мәдениетті, салт- дәстүрді дәріптеді. Халықтың санасын оятуды мақсат тұтты. Мақсат-міндеттерін біз қарастырып отырған басылым беттерінен айқын аңғарамыз.

### **Ойталқы**

Енді басылымның мазмұнындағы мақалаларды бөлім-бөлімге бөліп қарастырсақ.

«Шолпан» журналындағы саяси-әлеуметтік тақырыптар журналдың Саясат, партия тіршілігі бөлімдерінде;

Ұлттық басылымдағы оқу-ағарту, әдебиет және мәдениет мәселелері; Ағарту, оқу, білім, әдебиет, тарих бөлімдерінде;

Экономикалық және шаруашылық проблемалары; Шаруашылық бөлімдерінде жан-жақты көтеріліп, тақырыпқа терең бойлаған көлемді мақалалар жарияланған. Сондай-ақ журнал беттерінде бұйрық жарлықтар да басылып тұрды.

Саяси һәм жалпы бөлімінде «Абыр-сабыр заманда сақтану керек» деген мақала «Т» деген бүркеншік есіммен берілген. Онда «Төңкерістен бұрын қырғыз-қазақ кедейлері ылғи өгейлік көріп келді. Басынан тоқпақ кетпеді. Жақсылықтың сәулесі тимеді, көргені ылғи зорлық-зомбылық, жауыздық еді. Түркістанда патшашыл хүккіметті басқарып келген жергілікті жұрттың «қамқоршылдары», патша өкіметіне арқа сүйеп, аштан келген келімсектердің кулық-сұмдығына шыдағандары қырғыз-қазақ, болып еді. Өзін санға алмай қырғыз-қазақты байлығы, жер-суы үшін, жеп-сору үшін ғана патшашыл хүкімет билеп келді. Февраль революциясының бастапқы күндері қырғыз-қазақтарды киізге орап, лампы майын құйып, өртеп жіберіп, жеріне ие болған отаршылдар мұңаймаған кісі сияқтанып, ондап, жиырмалап қырғыз-қазақ пасөлкелерін қайтарып берді» («Шолпан» журналы, 1922ж., №1), деп төңкеріске дейінгі қазақ-қырғыздардың жағдайының төмен болғанын, революциядан кейінгі жағдайының жақсаратынын жаза отырып, өзгеріп болып отырған уақыттың саясатына да сенімсіздік танытып, қазақ-қырғыз халқы баяғы таз қалпына түсіп, ұстағанның қолында, тістегеннің аузында кетуі мүмкін екендігін ескертеді. Мақала авторы ұлтына, еліне, жеріне жаны ашыған азамат. Баспасөз беттерінде ұлтшылдық мазмұнды жарияланымдардың кетіп қалмауын қадағалап отырғанның өзінде журналдың алғашқы санының бірінші беттерінде жарық көрген.

XX ғасырдың басында Россияда халықтың саны өсіп, диханшылдық бір жолға қойылған соң жерге деген мұқтаждық туындаған. Сол кездері Россиядағы кедейлерді, патшашыл үкімет Россия колониясы болған Түркістан, Қазақстан секілді аймақтарға тығып, Қазақстан, Түркістанды келімсектерге толтырған еді. Міне осы жағдайды баяндағын «Азаттықтың жолы осы» деген мақала басылған. Онда: «Ішкі Россиядағы алғы тентірегендерді, Түркістанға көшіруде ескі хүкіметтің көздеген мақсаты екі түрлі: 1) жергілікті жұрттың жерін іштегі жерсіздерге беріп, бүліншілікті тоқтату. 2) келімсектерге сүйеніп, жергілікті жұрттарды өз дегеніне көндіру еді» («Шолпан» журналы, 1922ж. №2) деген. Мақалада ескі хүкіметтің көздеген мақсаттарын орындалғаннан және де келімсектердің қазақ-қырғызды айналдыра қоршай, қазақ-қырғыздардың көшіп-қонып жүрген ең жақсы жерлеріне орналасып алғандарын жазады. Бұл жағдайдың қазақ-қырғызға жағымсыз екенін, ендігі уақытта Түркістанда артық жер жоқ екенін айта отырып, жерін қорғаштайды. Ендігі тұста, азаттықтың жолы-жердің байлығын қазақ-қырғыз өзі ұқсатса, шикізатты өзімізде пайдалануды ұсынып, зауыт-фабрикалар Түркістанда ашылса пайдалы болар деген ой айтады. Саяси азаттық жерге иелену, мал шаруасын аяқтандыру, өнімді молайту дей отыра,

тіршілікті орнықты жолға салмай, алған саяси азаттықтың жұғымы аз болады дегенге келеді. Осы тарихи жағдайға байланысты алаштанушы ғалым, М. Қойгелдиев жазғандай: «XIX ғасырдың екінші жартысында, яғни, 60-шы жылдардағы реформадан соң өз күшіне сенген Ресей әкімшілігі сақтық атаулыны мансұқ етіп, қазақ қоғамын ашық отарлау және орыстандыру ісіне кірісіп кетті. Үкімет ішкі Ресейлік губерниялардан қазақ жеріне орыс шаруаларын жаппай қоныстандыру шараларын іске асыра отырып, қоныс аударушылардың жағдайын заңдық және экономикалық тұрғыдан негіздеп, нығайтып қана қойған жоқ, сонымен бірге, олардың санасында өздері туралы қазақ жеріне алдыңғы, дамыған өркениеттің жетістіктердің жеткізуші, жарылқаушылар бейнесін қалыптастыруға күш салды... Осы түсінік ресей оқу орындарында білім ала бастаған қазақ жастарының санасына да енгізіле бастады. Бірақ, оқудағы қазақ жастары бұл идеяны сол күйінде қабылдай қоймады. Үкіметтің аграрлық саясаты нәтижесінде жарамды қазақ жерлерінің жаппай қоныс аударушылардың пайдасына өте бастауы, соның нәтижесінде кедейленген жатақтардың көбейе түсуі жаңа қалыптасып келе жатқан ұлттық зиялылар тобын саясатпен кәсіби шұғылдануға, ұлт-азаттық қозғалыс идеологиясын қалыптастыруға, ұлттық поатформадағы саяси партияға бірігуге мәжбүр етті.(М. Қойгелдиев13-14б.) Қазақ зиялыларының көзқарасы бойынша ұлт өзінің жерін, дәстүрін, тілі мен ділін толығымен иеленбейінше қоғамда даму болмайды деген оймен азаттықты аңсай отырып баспасөз арқылы халыққа жеткізіп отырған.

### **Нәтиже**

«Шолпан» журналының үкімет тарапынан қысым көріп, тынысының тарылып бара жатқанын журналдың біріктіріліп шыққан 4-5 сандарынан байқаймыз. Журнал бетінде «Оқушыларымызға» деген басқармадан хабарландыру басылады. «Шолпан» журналына, дүние жағынан хүкіметтің беріп келген жәрдемі бұдан былай тоқтатылатын болды. Журналдың бар қаражаты өз мойнына түсіп, өзінен өндірілетін ақшамен шығатынға айналды. «Жығылған үстіне жұдырық» дегендей, оның үстіне қымбатшылық күннен күнге өсіп келеді» («Шолпан» журналы, 1922ж., №4-5) деп қырғыз-қазақ азаматтарынан көмек сұрайды. Яғни журналға 1923 жылдың басынан үкіметтің жәрдемі тоқтатылып, қысым көрсетіле бастағанын аңғаруға болады. Басқарама журналдың жабылып қалуынан күдіктеніп, журнал алдырушыларынан ақшаларын кешіктірмей жіберуін өтінеді. Сонымен қатар журналды ел арасына, қала-қалаларға тарату, оған жазушыларды жию мәселесінің де реттелетініне сеніммен қарайды.

Қазақ баспасөзінің тарихын зерттеген ғалым Х. Бекқожин өзінің «Қазақ баспасөзі тарихының очеркі» деген еңбегінде «Шолпан журналының әдебиет бөлімінде көп қателіктер жіберді. Өйткені, оған сол кездегі ірі ұлтшылдар, алашордашылар да қатысты. Олар әдеби шығармаларында ұлтшылдықты уағыздау, торығу, Октябрь революциясының жеңісін теріс түсіндіру әрекетінде болды. Осындай қателіктері үшін «Шолпан» журналы көп өмір сүре алмай, 1923 жылы май айында жабылды дейді(Қ. Бекхожин, 1981). Бұл

пікір «Шолпан» журналында ұлтының қамын жеген алашорда азаматтарының қызмет еткенін тағы да дәлелдей түседі. Дәл осындай пікірде болған ғалым Т. Қожакеев «Әдебиет бөлімінде «Шолпан» жекелеген қателіктер жіберді. Кейбір шығармаларында торығу орын алды, Октябрь революциясының жеңісін теріс түсіндіретін ойлар айтылды. Кей материалдарында ұлтшылдықты қоздыратын пікірлер жіберді. Осындай қателіктері үшін, қаржы тапшылығынан «Шолпан» журналы көп өмір сүре алмай 1923 жылы мамыр айында жабылды» деген (ҚожакеевТ.,1991ж.). Журналдың жабылу себебіне келсек, сол бір кезеңнің қазақ халқының басына, оның ішінде қазақ зиялыларына қандай ауыртпашылық әкелгенін М.Әуезовтың 1932 жылдың мамыр айында, жазушының сол кезде басқа амалдың жоқтығынан жазған «Енді мен саясатпен айналыспаймын, әдебиетке бір жола бет бұрамын» деген саясатын «Председателю СНК КАССР тов. Исаеву У. О признании своих политических ошибок» деген хатынан оқи аламыз: «В частности, считаю, абсолютно не соответствующими социальному заказу революционных лет и революционной общественности, свои ранние идеологические вредные высказывания на страницах журнала «Шолпан», о путях казахской литературы дореволюционных лет» (Әуезов және архив, 1997). М.Әуезовтың бұл бас тартуын көкірегі ашық әр азамат дұрыс түсінеді. Себебі Мұхтар Әуезовтың бұл хаты ендігі жерде күрес күрделене түскенін терең сезінген, көп нәрсені түсінген адамның саяси қадамы болатын. «Шолпан» журналының 1922-жылғы №2-3 санында М.Әуезовтың «Қазақ әдебиетінің бүгінгі дәуірі» мақаласының басы, 1923 жылғы №4-5-інші сандарында оның соңы «Қазақ әдебиетінің қазіргі дәуірі» деген атпен жарияланады. Бұл мақалаға «Қоңыр» деп ат қойған. Ол кезде журнал шығарушы, оған жазатын авторлар саны өте аз болғандықтан, бір кісінің бірнеше мақаласы, тіпті түрлі жанрдағы туындылары бір санда жариялана беретін. Негізгі редакциялық жұмыс М.Әуезовтың үлесінде болғандықтан, материалдардың тапшылығын толтыру мақсатында журналдың бір санындағы жазушының бірнеше әңгіме, мақалаларына бүркеншік есімдер молынан пайдаланылатын. Әлгі аталған екі мақалада «Қоңыр» деген жазушының жиі қолданатын бүркеншік атымен жарияланған. «Шолпан» журналының 2-3 сандарында М. Әуезовтің «Қазақтың қалам қайраткерлеріне» деген ашық хаты жарық көреді. Мұнда да әдебиеттің бір сүйенетін дінгегі газет-журнал екендігін айтады. Сол заманда газет-журналдың аз болғандығын, сол себепті де баспасөз өз міндетін толық атқара алмай отырғандығын жазады. «Не басындағы адамы ауысады, не заманы ауысады, көбінің өмірі тіпті болымсыз, қысқа болады» деп («Шолпан» журналы, №2) сол дәуірде шыққан газет-журналдардың жабылу себептеріне алаңдауын білдіреді.

«Шолпан» журналының ғұмыры қысқа болса да, ұлт руханиятының өркендеуіне ықпал етті. Айталық, XX ғасырдың 20-жылдары қазақ қаламгерлері қаламынан туған қазақ әдебиетінің жауһарлары болып саналатын көптеген үздік шығармалар алғаш рет «Шолпанда» жарық көрді. Бұл турасында журналды жинақтап, баспаға әзірлеген Х. Есенқарақызы:



«Шолпан» журналы өзінің қысқа ғұмырында қазақ поэзиясының жанашыры бола білді (Есенқарақызы Х.,2010), деп лайықты бағасын береді.

### **Қорытынды**

Қорытындылай келгенде, Ұлт баспасөзінің қалыптасу тарихында «Шолпан» журналының алатын рөлі зор. «Шолпан» халықтың қоғамдық-саяси хабарларымен қамтамасыз етіп қана қоймай, әрі ағартушылық, әрі әдебиет пен мәдениетті насихаттау қызметін атқарды. Әдебиет халықтың сана-сезімін оятатын, эстетикалық талғамын қалыптастыратын, білім көкжиегін кеңейтетін құрал болғандықтан, халықтың рухани қажеттілігін өтеу мақсатында «Шолпан» журналының шығарушылары арнайы әдебиет бөлімін арнады. Оның нәтижесінде, қазақ әдебиетінің жауһар туындылары көпшілікке насихатталды. Проза, поэзия, әдеби сын мен халық мұрасы бойынша авторлар белсенді түрде шығармаларын журнал беттерінде жариялап тұрды. Кезінде түрлі жанрда «Шолпанда» басылған бұл шығармалар ұлттық әдебиеттің жетістігін көрсетіп, әрі оның даму бағытын анықтады. Баспасөз тарихында саясат, шаруашылық, білім-әдебиет мазмұнында шығатын журналдың үлгісін көрсеткен басылым болды.

Әрине, кез-келген басылымның қызметіне баға беру үшін сол заманның, сол дәуірдің саяси ахуалын екшелей отырып, бағамдау керек. Партиялық идеология «Шолпан» журналы көтерген материалдарды қолдай қоймайтын еді. Сондықтан да «Алашордашыл», «Ұлтшыл» басылым деп оны қаржыландыруды тоқтатты, қудалады. Бірақ қазақ баспасөзінің тарихында «Шолпан» журналының өзіндік үлкен орны бар. Әдебиет, өнер, шаруашылық, саясат бәрі- бәрі журналда ашық тақырыппен жазылды. Сондықтан да жаңа пролетарлық саясаттың икеміне келмеді. Бірақ «Шолпан» жаңа қанаттана бастаған қазақ зиялыларының ой- жүйесіне қазақ болашағының қандай болатындығы жөнінде ой жиегін қалыптастырып кетті. Сондықтан да «Шолпан» журналы ұлт сөзін сөйлеген басылым ретінде қазақ баспасөзінің мақтанышы болып қала бермек.

### **Әдебиеттер**

«Ақжол» газеті 1921ж. 22 ақпан

Әуезов және архив «Атамұра» баспасы, Алматы, 1997. –Б.23

Бекхожин Қ. «Қазақ баспасөзі тарихының очеркі» Алматы, «Мектеп»1981,- Б.107

Encyclopedia Universalis, P.,1990, t16,p.18

Кенжебаев Б. Қазақ баспасөзінің тарихынан. Қазақ Мемлекеттік баспасы, 1955ж, -Б.36

Қазақ ұлттық энциклопедиясы.4-том

«Қазақстан»: Ұлттық энциклопедия/Бас редактор Ә. Нысанбаев – Алматы

Қожакеев Т. Жыл құстары.- Алматы: Қазақстан, 1991,- Б.62.

Қожакеев Т. «Жыл құстары»Алматы «Қазақстан» 1991ж.-Б.62

Қойгелдиев М. Ұлттық саяси элита. Қызметі мен тағдыры.-Б.13-14

Нұртазин Т. Жазушы және өмір. Қазақтың көркем әдебиет баспасы. Алматы 1960ж.-Б.35

ЦГА Уз. ССР. ф.34.оп.1.ед.хр.2153,18-22-б

ChabotJ. –L.Lenationalism. –PUF, 1993, p3.

«Шолпан» журналы. 1922ж.,№1

«Шолпан» журналы. 1923ж.,№ 8

«Шолпан» журналы, 1923ж

«Шолпан» журналы. 1922ж.,№ 1

«Шолпан» журналы,1922ж.,№1

«Шолпан» журналы, 1922ж. №2

«Шолпан» журналы, 1922ж. №4-5

«Шолпан» журналы, №2

«Шолпан» Құраст., Х. Есенқарақызы.- Алматы: Ан Арыс,2010, -Б.10

## ҚАЗІРГІ ЖУРНАЛИСТИКАДАҒЫ SMART ТЕХНОЛОГИЯЛАР ҚЫЗМЕТІ

*Алимжанова А.Б.,*

*әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,  
журналистика факультетінің аға оқытушысы, PhD.*

*Маратова Д.Қ.*

*журналистика факультетінің магистранты,*

*Алматы, Қазақстан.*

Қазіргі уақытта жаңа технологиялар кез келген кәсіпті, мамандықты қайта қалыптастырып, жаңа леп әкелді. Біздің қоғамды тек интернет пайдаланушылар деп атамай, «интернеттегі шығармашылық қоғам» деп те атап жүр. Себебі, бүгін көптеген шығармашылық үдерістер интернет арқылы жүзеге асуда. Шығармашылық салалар дәстүрлі өнер, БАҚ-пен ғана шектелмейді, ақпараттық технологиялардың пайда болуымен түбегейлі демократияланды. Жаңа технологиялар кұрастырған адамдарға да, пайдаланушыларға да үлкен мүмкіндік сыйлауда. Адам өзін түрлі рөлде, түрлі салада көре алады, жаңа үрдіс қалыптастырып бір уақытта үш экранда яғни, шығармашылық үстелде, планшет және смартфонда жұмыс істеп, барлық қызмет түрін қолжетімді, ал шаруасын жеңіл іске асырады. Қарапайым адамдардың амбициясының, шығармашылық қырының, қызығушылығының алға жылжып, ортасы, арман еткен әлемінің кеңейгенін байқауға болады. Ендігі жерде компьютер экранына есеп және ақпарат машинасы, құрылғы ретінде ғана емес, сонымен қатар шығармашылық мүмкіндіктер айдыны, өзін-өзі дамытып, көрсетуге арналған жаңа орта деп қарастыру қажет. Адам неғұрлым технологияның мүмкіндігі жайлы көп білсе, соғұрлым креативті дүниелер жасай алады. Яғни, журналистер жазған материалдарын цифрлы форматқа көшірудің тартымды жолдарын қарастыру керек. Бұл – тәжірибені жақсартуға көмектесетін жаңа құралдар мен платформаларды қолданып, іске

асырып үйрену керек деген сөз. Міне, енді осы кезекте біз «Smart журналистика» атты кезеңге аяқ басамыз.

Smart журналистика түсінігінің қалыптасқанына көп уақыт өте қойған жоқ. Smart технологиясы бұл – нақты мақсат қоюға арналған заманауи тәсіл.

S (specific) – нақты;

M (measurable) – өлшеулі;

A (achievable) – қолжетімді;

R (relevant) – маңызы бар;

T (time bound) – белгіленген уақыты бар [1].

Бір сөзбен сипаттасақ: Smart – ақылды, яғни «ақылды журналистика» деп атасақ болады.

Smart журналистиканының зерттеу объектісіне AI секілді роботтардан бастап, робот-журналистерді, сонымен қатар интернет, мультимедиа, блог, дата және конвергентті, сандық журналистиканы, жаңадан шығып жатқан құрылғылар мен айтылып жүрген терминдерді байланыстыруға болады. Мысалы, ғалымдар мультимедиа журналистикасын конвергентті журналистиканың бір бөлігі деп қарастырып жүр. Олай дейтін себебіміз, конвергентті журналистика медиадағы өнімдерді түрлі жолдармен бір-біріне байланыстыру арқылы ақпарат тарату болса, мультимедиа журналистикасы сол ақпараттарды қалай тарату, қандай мультимедиа өнімдерін қолдану жолдарын іздейді және көрсетеді [2]. Міне, сол сияқты аталған құралдар бір-бірімен байланысты.

«Smart журналистика – журналистік ақпаратты белгілі бір саяси, экономикалық мақсатта тиімді пайдалана білу», – дейді блогер, жаңа медиа маманы Асхат Еркімбаев. – Бір нәрсе анық – журналистика туралы сөз қозғаған уақытта онлайн журналистиканы бірге қамтып отыруымыз қажет. Бұл дәстүрлі журналистика өледі деген сөз емес. Өйткені ол фундамент іспетті, журналистиканың негізі. Енді журналистиканың сала түрлері қалыптаса бастайды. Мысалы, smart журналистика, мультимедиа, блогтық болуы мүмкін, ертеңгі күні енетін виртуалды, дрон журналистикасы бар. Технологияның тез дамуы ең бірінші журналистикаға әсер етеді, яғни бірінші сезетін сала. Бір жаңа нәрсе шығып жатса, оны игергенше екінші жаңа түрі шығады. Өзгермейтін нәрсе – журналистиканың базалық құндылықтары: ақпаратты тез беру, шынайы әрі түсінікті жеткізу. Мейлі ол дата, онлайн, журналистиканың басқа түрі болсын негізгі принциптер өзгермейді.

*Smart журналистиканың зерттеу объектілеріне қысқаша шолу.*

### *1. Робот-журналистер.*

«Робот» сөзі алғаш рет чех авторы Карел Чапканың пьесасында кездесті. Пьеса фабрика жұмысының ешқандай адамның қатысуынсыз өздігінен жұмыс істейіні туралы сөз қозғайды. Бұл қойылым 1920 жылы жарық көрді. Тілдік жүйесіне байланысты орыстың «работа» сөзі мен «робот» сөзі бір түбірлес сөздер. «Робот» сөзі чех тілінде «ауыр жұмыс» деген мағынаға ие [3].

Ағылшын тіліндегі кейбір экономика және бизнес, спортқа қатысты ақпараттарды оқығанда таңсық нәрсе байқауға болады. Себебі, жаңалықтың авторы – робот. Экономика және бизнес тақырыптарында мақала жазатын журналистердің басым көпшілігі үшін бітпейтін сандар мен есептеулер, қаражат көздерін сараптау, тауарға сұранысты анықтау – айтарлықтай оңай әрі қызықты жұмыс емес. Бірақ ондай сараптамалық мақалалар мен ақпараттар қажет. Осыған байланысты АҚШ-тың ақпараттық агенттігі Associated Press және Automated Insights (AI) компаниясы біргіп халыққа тың нәрсе ұсынды. Wordsmith платформасы арқылы құрастырылған AI роботы секундына 2 000 жазба құрастыра алады екен [4].

Wordsmith аптасына миллиондаған мақала шығарады. Automated Insights-тің қоғаммен байланыс жөніндегі менеджері Джеймс Котеккидің айтуынша, бірқатар компаниялар AI-мен (соның ішінде Allstate, Comcast, Yahoo және Yandex) жұмыс істейді.

Николас Диакополестің айтуынша, Narrative Science және Yseop сияқты компаниялар роботтық платформа қызметтерін ұсынады.

*Робот-журналистің жұмыс істеу режимі.*

Narrative Science роботы таңертең ең әуелі көлемі тонналық ақпаратты өзіне жинайды, сіңіреді. Себебі, бұл материалдар оған мақала жазу үшін қажетті отын іспетті. Деректерді жинап, оқып болған соң оларды реттеп, сараптайды. Мысалы, жағымды жаңалықтар, жаңа немесе тиісінше. Одан кейін алгоритм өзгешеленіп тұрған бұрынғы, ескі ақпараттардан статистикалық ауытқуларды іздеп, параметрлерін көп немес аз дәрежеде өзгертеді. Аталғандарды реттеп болған соң, архивта сақталып тұрған осы оқиғаның басқа да аспектілерін қарап, реттей бастайды. Осылайша, робот ұсынатын ақпарат егжей-тегжейлі сараланып. Ал қаралатын аспектілер оқиға, жағдай, қатысушы адамдар тағы басқалары бойынша бөлініп, 1 ден 10-ға дейінгі ретпен ерекшелігі, дәрежесі бойынша ең маңыздылары таңдалынады. Міне, бірізділікке түсірген соң, атаулары, сандық көрсеткіштері бойынша реттеп, сілтеме жасалынады. Енді кезекте дайын ақпаратқа фотосуреттер болмаса, тырнақшаға алынатын тұлға айтқан мыңызды сөздер қосылады. Ақпараттың беткі қабығы дайын болған соң, стиль мен факт сәйкестігі тексеріледі. Ең соңында ауызша бұрылыстар жасалады. Сонымен, робот құрастырған материал дайын.

Бұл жүйені енгізгеннен кейін, AP редакторы Филана Паттерсонның айтуы бойынша көптеген журналистер наразылық білдіріп, сенімсіздік танытқан. «Халыққа ұсынған жылдың шілде айында, барлық автоматтандырылған оқиғаларды адамдар тексеріп шықты. Қателіктер табылып, оларды түзету үшін AI-ге жібердік. Ал қазан айында робот адамның қатысуынсыз-ақ өзі жұмыс істейтін болды. Бірақ соған қарамастан ешқандай журналист жұмыстан босатылмады» дейді ол [4]. Сондай-ақ өткен жылғы көрсеткіш бойынша адам мен робот жіберген кемшіліктер мен қателіктер салыстырылды. Нәтижесінде, роботқа қарағанда адамдар көбірек қателескен болып шықты.

Американдық журналист және қоғам қайраткері Барбара Эхренрейх жаңа технологиялар туралы өте жағымсыз пікірде. Оның айтуынша бұрын адамдардың қатысумен жасалынатын тапсырмаларды қазір алгоритмдер істейтін болған. Ал сарапшылардың айтуынша, алдағы 10 жылда барлық жаңалықтың 90 пайызы тек компьютермен жасалынады.

Робот көтерілісінің авторы Мартин Форд журналистік функциялардың көбін роботтар жасайтыны екіталай деп санайды. Дегенмен ол жұмысқа жаңа кіріскендердің біразы қызметтен кетуі мүмкін дейді. «Бәсекеге қабілетсіз журналистер робот-журналистерге орын беріп, жұмыстан шыға бастайды», - деген пікірді айтады. Себебі, «шындығына келсек, оқу бітіріп жұмысқа ең алғаш кірген журналистерге берілетін тапсырмалар шығармашылық пен креативті көп қажет етпейтін, қаржылық шолу, ресми спорт, мерейтой жазу секілді болады. Ал бұл күнделікті әдеттер, іш пыстырарлық міндеттер оларды тез қажытып жібереді», - дейді М.Форд [4].

Оксфорд зерттеушілерінің айтуынша, американдықтарға қарағанда ағылшын журналистері бұл жағдайға алаңдаушылық білдірмейді.

Жасанды интеллект иелері мүмкіндігі жоғары болса да, адамдар секілді шығармашылыққа қанат жая алмайды.

Жоғарыда аталған Automated Insights роботы зерттеу нәтижелері бойынша дәстүрлі журналистермен салыстырғанда үздік көрсеткіш көрсеткен. Яғни, оның мүмкіндігі жоғары болып шықты. Сондай-ақ агенттік табысын өсіріп, сапа көрсеткішін де жақсартта алған. Робот-журналист адам-журналистерден төмендегідей критерий бойынша ерекшеленді. Оның біреуі ғана жағымсыз:

- бейнелеу қабілеті;
- қызметтік пайдасы;
- ақпараттық мазмұны;
- дәлдігі, нақтылығы;
- объективтілік;
- сенім артатын орын.

Егер адам субъективтілікке бейім болса, роботта ондай қабілет жоқ. Робот адам сияқты эмоцияға басшылық жасай алмайды. Бірақ AI тапсырманы орындау барысында бір жіберген қателігін екінші мәрте қайталамайды. Сондай-ақ адам-журналистен қарағанда робот-журналист күрделі әрі тыңғылықты талдау жасау арқылы факті және сәйкестікпен жақсырақ жұмыс істей алады. Бірақ адамдар жазған мәтіннің үлкен ерекшелігі бар, ол робот-журналистің қолынан келмейді:

- үйлесімділік, байланысу;
- сапалы мәтін;
- ұғынықты, түсінікті;
- әсерлі, жағымды;
- қызықты.

Болашақта роботтар ығыстыратын 366 мамандыққа статистика жасаған BBC инфографикалық сараптамасын ұсынды. Нәтижесінде, заңгерлік

хатшыларға, терімшілер мен телефон агенттіктері көш бастады. Әсіресе, қонақ үй басшылары мен дүкен басшыларына қауіп төніп тұр. Ал журналистика мамандығы 285-орында және робот-журналистер әсерінен жұмыссыз қалу мүмкіндігі 11 пайызды құрады.

Америкалық ғалым және жазушы Айзек Азимов, робот әлемінің негізгі үш заңнамасын жасады. Айзектің кітабына негізделген «Мен роботпын» атты фильм де түсірілген. Картина 2014 жылы Уилл Смиттің басты рөлді сомдауымен түсіріліп шықты.

1-заң: роботтың адамға зақым келтірмеуі керек;

2-заң: робот адамның бұйрықтарын тек бірінші заңға қарсы келмеген кезде ғана орындауға міндетті;

3-заң: робот өзінің амандығын Бірінші және Екінші заңдарға қарама-қарсы келмеген кезде ғана ойлауы керек [3].

2017 жылы бір секундта мақала жаза алатын робот-журналист жасап шығарылды. Қытайдың робот-журналисі Сяо Нань алғашқы мақаласын Southern Metropolis Daily газетіне жариялады. 300 иероглифтан тұратын мақаланы жазуға робот бір секундты жұмсады. Роботты Бейжің университетінің командасы жасап шықты. Команда басшысының айтуынша, Сяо Нань шағын хабарлама ғана емес көлемді мақала жазуға да қабілетті екен. Роботтың басты ерекшелігі: мәліметтерді жылдам қорыта алады, әрі мәтін теріп уақытын жоғалтпайды.

Әзірге робот журналистерді алмастыра алмайды. Өйткені ақылды машина сұхбат ала алмайды, сондай-ақ тақырыпқа қатысты сұрақтар қоя алмайды. Алайда жобаны жасаушылар болашақта тілшілерге арналған көмекші роботтардың пайда болатынына сенімді [5].

2018 жылы 7 қараша күні Қытайдың Синьхуа ақпараттық агенттігінде алғаш рет жасанды тележүргізуші ақпарат таратты. Робот диктордың ең алғашқы сөзі: «Саламатсыздар ма, сіздер ағылшын тіліндегі бағдарламаны тамашалап отырсыздар», – деп басталды. Роботты жасау үшін қытайлық Sogou атты іздеу жүйесі қолданылған [6].

Жоғарыда көрсетілген ақпараттарды негізге алсақ, Робот-журналистің ақпарат беруінде Smart журналистиканы ұтымды пайдалануға мүмкіндік барын байқауға болады.

1920 жылы «робот» сөзі пайда болса [3], алғаш 1958 жылы ғылым мен әскери-технологияны дамытуды көздейтін АҚШ Прогрессивтік зерттеу жобасы агенттігінің (US ARPA) құрылуы Интернеттің дамуына бастау болғаны тарихи шындық [7]. Интернет пайда болған соң интернет-журналистиканың қолданысқа енуі шартты.

Қорыта айтқанда, smart журналистика мүмкіндіктерін қолдану – заман талабы. Десекте, дәстүрлі журналистиканың қалыптарын сақтай отырып, технологиялар көмегімен, сапалы, сауатты контент дайындай алсақ, әлемдік деңгейде дами беретініміз сөзсіз.

### **Қолданылған әдебиеттер:**

1. [Zelizer, B. Why Journalism Is About More Than Digital Technology. //Digital Journalism. №7\(3\), P. 343-350. 2019.](#)
2. Ж.Тілеухан. Ковергентті журналистика мен мультимедиалы журналистика бір ме?. //https://zhanseriktileukhan.wordpress.com
3. Н.Нұрмаханұлы. Робототехнология қалай пайда болды? //https://massaget.kz
4. Robo Hunter. Роботы-журналисты: где и как их используют? // <https://robo-hunter.com>
5. Қыдырханова А. Бір секундта мақала жаза алатын робот-журналист жасап шығарылды. // <https://baribar.kz>
6. Қытайда робот тележүргізуші пайда болды. //http://kazaknews.kz
7. Шамахайұлы Қ. Socil Media – ақпарат көзінің қандай түрі? // <http://akikat.kazgazeta.kz>

## ЖУРНАЛИСТИКА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ ҚАУІПСІЗДІК МӘСЕЛЕЛЕРІ

Әшірбаев Б.Т.,

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың журналистика  
факультетінің PhD докторанты

Бір қарағанда, қарбалас сәт, қабағат қимылға толы қазіргі ақпараттық технологиялар заманы журналистиканың беталысын мүлдем басқа бағытқа өзгертіп жібергендей көрінеді. Әйтсе де, бұл алдамшы әсер, оның сыртқы түрленуі ғана. Рас, біз қағаз мәдениетінен электронды мәдениетке ауысып, сандық жүйеде хабар тартуға көштік, мультимедиалық мүмкіндіктер сиқырға бергісіз ғажайыптар жасай алады. «Ақылды техника» жұмыс күшіне деген сұранысты азайтты. Бұрын топ адамға жүктелген шаруаны бүгінде бір түймешені басып қойып, жалғыз-ақ маман жайғай алады. Бірақ, өзгермейтін бір заңдылық, қағидат бар: журналист – бұл ең алдымен шығармашыл тұлға! Егер ойыңды қағазға түсіре амасаң, мәтін жазу шеберлігін меңгере білмесең, онда қаламыңды қойшы таяғына, құрылысшы қалағына айырбастағаның абзал.

Коммуникация құралдарының дамуы ақпарат аламсуды жылдамдатып қана қоймай, барынша жеңілдетте түсті. Қалта телефонынан онлайн режимге қосылып, әлемнің кез келген нүктесінен бейне, аудио, фото және мәтіндік хабарлама жолдай аламыз. Әлеуметтік желінің белсенділігі блогерлер қатарын өсірді. Интернеттегі ақпараттар ағынының күш алып кеткені сондай, бейне бір мемлекеттер шекарасын кесіп өтетін халықаралық өзендер сияқты шексіз кеңістікті жайлап барады. Кәсіби журналистиканың өнімі ауызсу секілді санитарлық талаптарға жауап беретін «мөлдір де таза» болса, керісінше, азаматтық журналистиканың өнімі арық суындай «шөп-шалам, қоқысы» аралас келеді. Нью-Йорк университетінің журналистика профессоры Джэй Розен: «Азаматтық журналистика дегеніміз – бұл біз бұрын аудитория деп

таныған адамдар»,- дейді [1]. Қарапайым да нақты анықтама, дәл қойылған диагноз.

Қазақстанда журналистика мамандығы брендке айналып үлгерді. Екіншісі бірі БАҚ бетінде бағын сынап, қалам қайраткері атануға құмбыл. Танымалдылық деген сиқыр бар. Оған ұмтылғандардың барлығы табысқа жетудің төте жолы тележүргізуші болу деп ұғып, «сиқырлы жәшіктін» ішінен табылуға құмар. XVI ғасырда өмір сүрген Нострадамус: «XX ғасырда әрбір үйде жалғыз көзді шайтан отырады», - деп болжап [2], адамзат баласының санасында төңкеріс жасайтын бір ғылыми-техникалық жаңалықтың өмірге келетінін айтқан. Бүгінгі ғалымдар әйгілі көріпкел «теледидарды меңзеген» деген тоқтамда. Әлемдегі саяси билігі ауысқан мемлекеттерге қарасаңыз, бәрінде оппозицияның күш алып, белсенді әрекетке көшуіне себепші жалғыз фактор, ол – әлгілердің қолында теледидардың болуы. Бұқараға магиялық ықпалын сезінгендіктен болар, АҚШ саясаткерлері президент сайлауы алдындағы дебаттарда ТВ-дағы қосымша бір минут үшін соңғы көйлектерін сатуға дайын тұрады. Ендеше, бізге идологиялық үстемдік орнатуда ерекше қуатқа ие экран бетін жеңіл-желпі, желөкпе, саржағал дүниелермен толтыра беруге болмайды. Болашақта оның салдары мен зардабын жою қиынға түсуі мүмкін.

Жаңа технологиялармен жарактану мемлекеттердің шекара қызметінің қырағылығын арттырды. Сақтық шаралары бейнекамера, электронды сым, лазерлік белдеу, т.б. арқылы күшейтілді. Ілуде біреу болмаса, қазір бөтен елдің аумағына жасырынып, қылмыстық жолмен кіру оқиғалары сирек тіркеледі. Мұны біздің қазақстандық әскерилердің жылдық есептеріндегі мәліметтер де растайды. Сонда жау қайдан келеді? Бұған жауап біреу: қазір алағат пиғыл, арамза ойы барлар ылаңды іштен салады да, ой-санаңды, дүниетанымыңды өзіне тәуелді етіп, территорияңды десант түсірмей-ақ жаулап алады. Жаттың мәдениетін жалға алып, рухани жалаңаштансаң, көп кешікпей динозавр-ұлтқа айналып, жойыласың.

Өкінішке қарай, қазір еліміздің ақпарат кеңістігі ала-құла күйде. Мазмұны күмәнді, ақаиқаты тексерілмеген материалдарды жиі жариялап, соқтасы толған сыздауықтай жарылғалы тұр. «Қазақстан Мұсылмандар одағы мен Орта Азиядағы адам құқықтары жөніндегі мұсылмандар комитеті жүргізген әлеуметтік сауалнама қорытындысы бойынша, атақты рэпер, қазақтың халық ақыны МС Сайлаубек «Жыл адамы» атанды», - деп жазады «Nur.kz» сайты. «Бүкіл отандық БАҚ-тың қызығушылық тудыруына қарағанда, біздің басты мәдени трендімізді осы тұлға қалыптастыруда деп айтуға толық негіз бар», – делінген Мұсылмандар одағының баспасөз қызметі таратқан ақпаратта [3]. Жасыратыны жоқ, бұл мәлімет бізге, керісінше, «Жылдың қаралы хабарындай» әсер етті.

Михаил Булгаковтың «Собачье сердце» повесінің кейіпкері П.П.Шариков пен біздің «рэпер» МС Сайлаубек екеуінің болмыс-бітімінен айнымас ұқсастық көруге болады. Жазушы тәжірибелік жолмен «жаңа адамға» айналған Полиграф Полиграфовичтің типажы арқылы билікке керзі етікпен



келген большевиктер орнатқан қоғам өмірін сұмдық әшкерелейді. Құмырадан шыққан жынның айналасын қалай жәукемдеп бітерін шебер суреттейді. Ақша қопырап, шаруашылық тоқырап жатқан тоқсаныншы жылдары елімізде: «Алдымен экономика, содан кейін барып мәдениет!»,- деген ұран ортаға тасталды. Рухани Чернобыль жарылып, марту басқан ботана ортадан ахлақтан ада, абыройдан жүрдай МС Сайлаубектей мәдени құбыжықтар өсіп шықты.

Нобель сыйлығының лауреаты, түрік жазушысы Орхон Памуктың «Менің атым Қырмызы» атты романының кейіпкері: «Ей, Жаратушы Ием, Құранда Шайтанның аты 42 рет аталады, бұл оған тым көп жарнама емес пе?!»,- дейді [4]. Бұл мысал оқырман ретінде әрбір саналы азаматты ойландырады хақ. Ұлттық санамызды қоғамдық әжетханаға айналдырған МС Сайлаубектен «мегажұлдыз» жасаған өзіміз. Басқа-басқа, «Nur.kz» сияқты сайттарға ол жөнінде «қазақ халқының танымал ақыны» деген жолдардың жариялануы ешқандай шеңберге сыймайды. Біз өзін-өзі сыйлайтын мемлекеттерге тән масс-медианың бағыт-бағдарын демократиялық заңдылықтарға сай реттеп, күзет пен ізеттің, қасиет пен машықтың арасын айыр білуіміз керек. Ақпарат кеңістігін өзгенің билеуіне беріп қойған елдің жолы қашанда тұйыққа тіреледі.

Американдық саясаттанушы Сэмюэл Хантингтонның «Өркениеттер қақтығысы» еңбегі халықаралық қарым-қатынас мамандары, ғалымдар арасында қызу пікірталас тудырғаны мәлім. Онда автор жаңа дәуірдегі әлемнің беталысын баяндайды. Бір кезде дүниежүзі екі лагерьге бөлінді: біріншісі – демократия мен еркін нарықтық қарым-қатынастарды дәріптеген батыстықтар, екіншісі – экономикалық тұрғыдан әлсіз дамыған, коммунистік идеяларды басшылыққа алған Жер шарының шығыс бөлігі. КСРО ыдырап, «қырғиқабақ соғыстың» аяқталуы идеологиялық біртектілікке негізделген әлемдік тәртіпті өзгертті. Әр азаматтың алдында «Мен кімін: батыстықпын ба, шығыстықпын ба?», «Қандай идеологиялық лагерьге жатамын?», «Коммунистік жүйеге бойсұнамын ба, әлде демократиялық құндылықтарға арқа сүйеймін бе?» деген сұрақ тұрды. Міне, осы тұста мәдени құндылықтарға негіздеген ұлттық мемлекеттердің рөлі арта түсті. «Ұлттық мемлекеттер халықаралық сахнада ең маңызды ойыншылар болып қалады, олардың одақтасуы, мүдделерінің тоғысуы мәдени және өркениеттік факторлармен анықталады»,– дейді Сэмюэл Хантингтон [5].

Мәдениет, ол – тілге, дінге, дәстүрге және этникалық ерекшеліктерге негізделген әлеуметтік құрылым. Ал, мәдениеттің ең жоғарғы сатысы – өркениет. Автордың пікірінше, оның саяси жүйе мен идеологияға ешқандай қатысы жоқ: өркениетті елдің бірі демократиялық, екіншісі коммунистік жолды таңдауы мүмкін. «Жаңа дүниеде ең ауқымды, маңызды және қауіпті қақтығыстар әлеуметтік топтар, кедейлер мен байлар арасында емес, әртүрлі, әралуан мәдениеттер арасында болады»,– дейді автор [6].

Саясаттанушы өркениеттер өзара жымдасып, бір арнаға тоғысуы, құйылуы мүмкін емес, *вестернизация* мен модернизация ұғымын айыра білу керек екенін айтады. Яғни, тредке айналған мәдениеттердің жайылуы,

үстемдік құруы мен жаңа технологиялардың келуімен өмір сапасының жақсаруын шатастыруға болмайды. Автор компьютерлік технологиялар, мультимедиялық мүмкіндіктер, коммуникациялық байланыстар бір елдің екінші бір елге мәдени үстемдігін жүргізетінін жоққа шығармайды. Әйтсе де, ешқандай ел өзі ұстанған діннен жаппай бас тартып, мұсылман христиандықты қабылдап, ата-бабасынан келе жатқан дәстүр, ырым-жоралғыларынан ешқашан айырылмайды деді.

Автор еңбегінде неміс философы О.Шпенглердің: «Өркениет пен мәдениет бір-бірінен алшақ дүние. Өркениет бұл технологиялық және техникалық жаңалықтар болса, мәдениет – базистік құндылықтар мен адамның рухани дүниесінің жай-күйі болып табылады», - деген пікірін мысалға келтіреді. Сондай-ақ, өз ойын ағылшын тарихшысы А.Тойнбидің “Тарихты игеру”, жапондық тарихшы Ф.Фукуяманың “Тарихтың ақыры”, қазақ философы Д.Кішібековтің “Мәдениет және өркениет” деген еңбектерінен келтірілген үзінділермен тұздықтай түседі.

Сэмюэл Хантингтоның «Өркениеттер қатығысы» кітабында айтылған идеялармен келіспейтін авторлар да аз емес. Соның бірі – Лондон экономика мектебінің профессоры Кристофер Коукер. «Қазір әлемде үш деңгейде дағдарыс байқалады: түрлі топтардың популистік әрекеті, ИГИЛ, ДАИШ сияқты трансұлттық діни ұйымдардың ылаңы мен ірі державалар арасындағы текетірес. Бұл қақтығыстар идеологиялық, ұлттық мүдде тұрғысында емес, мәдени пішінде көрініс табуда. Сондықтан Сэмюэл Хантингтоның ұлттық мемлекеттерге басымдық беріп, мәдениеттің шешуші факторға айналатынына жақын уақытта сену қиын», – дейді ол [7].

Қалай дегенмен де, біз үшін американдық саясаттанушы Сэмюэл Хантингтоның «Өркениеттер қақтығысы» еңбегі болашақта ұлттық мемлекеттер мен мәдени құндылықтарға басымдық беуірімен бағалы. Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә.Назарбаев «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» атты бағдарламалық мақаласында: «Біз ХХІ ғасырдың жаһандық картасында ешкімге ұқсамайтын, дербес орны бар ұлт боламыз десек, «Жаһандағы заманауи қазақстандық мәдениет» жобасын іске асыруға тиіспіз», - деп өте орынды атап өтті [8]. Таяуда ғана жарық көрген «Ұлы даланың жеті қыры» мақаласы да қоғамдық ортада аз резонанс тудырған жоқ. Қазіргі жаһандану заманында бізді ұлттық иммунитетіміздің мықтылығы, мәдени қабаттарымыздың беріктігі ғана бәскеге қабілетті ете алады.

Карл Маркс: «Баспасөз бостандығы болмаған жерде, басқа бостандықтардың бәрі бекер», - дейді. Қазір елімізде ашық пікір алаңы жанданып, пост кеңестік өзге елдермен салыстырғанда «микрофон еркіндігі» барлығы сезіледі. Бұл – демократиялық қоғамның ең басты шарты. Қазақстан Республикасы Конституциясының 20-бабында: «1. Сөз бен шығармашылық еркіндігіне кепілдік беріледі. Цензураға тыйым салынады; 2. Әркімнің заң жүзінде тыйым салынбаған кез келген тәсілмен еркін ақпарат алуға және таратуға құқығы бар. Қазақстан Республикасының мемлекеттік құпиясы болып табылатын мәліметтер тізбесі заңмен белгіленеді; 3. Республиканың

конституциялық құрылысын күштеп өзгертуді, оның тұтастығын бұзуды, мемлекет қауіпсіздігіне нұқсан келтіруді, соғысты, әлеуметтік, нәсілдік, ұлттық, діни, тектік-топтық және рулық астамшылықты, сондай-ақ қатыгездік пен зорлық-зомбылыққа бас ұруды насихаттауға немесе үгіттеуге жол берілмейді», - деп нақты көрсетілген [9].

Журналистиканың теориясы мен практикасын зерттеуші ғалымдардың бір тобы бұқаралық ақпарат құралдары қоғамдық пікірді таратып қана отыруы керек, оны қалыптастыруға ұмтылу демократия қағидаларына қайшы келеді, сөз бостандығын тұншықтырады деген пікірдің жағында. Авторлық талдау болуын терістейді. Біздіңше, масс-медиа өкілдеріне бейтараптық жат. Елдік, мемлекеттік мәселеде қоғамдық пікір қалыптасып, бұқараның ой-танымы, сана-сезімі отандық рухта тәрбиеленуі тиіс. Тәуелсіз жас мемлекетке «мылтықсыз майдан» саналатын ақпарат кеңістігінде қалғып кетіп, марғаулық танытуға әсте болмайды.

### **Пайдаланылған әдебиеттер:**

1. Джей Розен. Құқықты біріктіруді үйрету: қоғамдық журналистика және баспасөздегі күңгірттік. – Мәскеу: Жиырмасыншы ғасыр қоры, 1996.– 18-б.
2. Нострадамус және оның болжамдары // Наука и жизнь.– Мәскеу: <https://www.nkj.ru/>
3. Жұлдыз Кенжеғалиева. МС Сайлаубек жыл адамы деп танылды // Nur.rz , 2015, 25 желтоқсан.
4. Орхон Памук. Менің атым қырмызы // Әдебиет порталы, 2017, 18 шілде.
5. Сэмюэль Хантингтон. Өркениеттер қақтығысы // Гуманитарный портал.– Мәскеу: <https://gtmarket.ru>, 2007, 20 қаңтар.
6. Сонда.
7. Кристофер Коукер. Хантингтон қателеспеді ме? // Халық ағарту мектебі, <https://www.youtube.com>, 2018.
8. Н.Назарбаев. Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру // ҚР Президентінің ресми сайты, 2017, 12 сәуір.
9. Қазақстан Республикасының Конституциясы // Әділет, 1995, 30 тамыз.

### **ЭТНОГРАФИКАЛЫҚ ДЕРЕКТЕРДІҢ ЗЕРТТЕЛУІ**

*Саягүл Бірлесбек,*

*Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті,  
«6M020800 – Археология және этнология» мамандығының  
2-курс магистранты*

«Қозы Көрпеш – Баян сұлу» жыры қазақ лиро-эпостық жырларының ішіндегі ең көнесіне жатады. Тарихшы ғалым Ә.Марғұлан «Қозы Көрпеш – Баян Сұлу» жырын Ғұн, Сақтармен байланыстыра қарастырып, «Шоқ терек» мотивіне тоқталады [1]. М.Ақынжанов бұл жырды VIII-IX ғ. Қарлық мемлекетінен қалған мұра деп санайды [2]. Әдебиеттанушы ғалым Р.Бердібай жырды қазақтың тұрмыс-тіршілігенен туған төл туындысы деп бағалаған[3].

Демек бұл жырдың қазақ халқының ең көне этнографиялық деректерін беруде үлкен маңызы бар екені анық. Қай дәуірдің туындысы болса да, шығармада айтылған салт-дәстүрлері әлі күнге қазақ халқының арасында сақталып келе жатыр.

Қ.Жұмалиевтің: «...қаһармандық және тарихи жырларға қарағанда лиро-эпостық жырларда халықтың тұрмыс-салты, наным-сенімдері көбірек көрінеді» деген тұжырымының шындық екенін лиро-эпостық жырларды оқу барысында байқайсыз [4]. Шығарманың сюжеті Ноғайлы жұртында (Балталы, Бағаналы елдерінің ішінде) Қарабай мен Сарыбай дейтін екі бай болады. Екеуі де перзентсіз. Екі бай елсіз тауда аңда жүріп дос болады, мұңдарын айтысады. «Үйдегі кісіміз жүкті» деп екеуі де буаз маралды атпайды. Әйелдері жүкті екенін біліскен соң бала тумастан бұрын іштегі балаға ежеқабыл ретімен белқұда болысады. Ұзамай сүйіншіге екі адам келіп, Сарыбайдың әйелі Мамабикеден ұл туғанын, Қарабайдың әйелі Қаракөзден қыз туғанын хабарлайды. Екі әке серттесіп, ұл мен қызды қоспақ болады. «Қозы Көрпеш-Баян сұлу» жырында Қарабай мен Сарыбайдың серттесу антты былай деп суреттеледі:

Алланың әміріне көніселік,  
Мөлшер ғып бала берсе көріселік.  
Ұл туып қыз туғандай заман болса,  
Қалыңмалсыз уәдемен беріселік [5].

Бұл дәстүрді қазақ «Бел құда» деп атаған. Бел құда - байырғы ортаның неке салтындағы құдаласу түрі, әйелдердің аяғы ауыр кезінде әлі дүние есігін ашпаған нәрестелерді атастыру жорасының бірі. Кей өңірлерде бұл жораны «Ежеқабыл құда» деп те атайды. Көршілес, жапсарлас отырған дос-тамыр адамдар арасында Бел құда болу үрдісі кең өріс алған. Қозы Көрпеш-Баян сұлу жырындағы Қарабай мен Сарыбайдың құда болуы – осы жораның көрінісі. Бұл жөнінде Арғынбаев Х: «...тағдырлары ұштасып достасқан екі адамның әйелдері екіқабат болса, олар босанбай тұрып – кімде ұл, кімде қыз боларын білмей-ақ – ниет қосып құда болатын. Мұны «Бел құда» дейді», -деп жазады [6].

Буаз маралды атқан Сарыбай үйіне жетпей аттан құлап өледі. Қарабай антты бұзып, «қызымды жетім ұлға бермеймін» деп, Өлеңтінің аяғын өрлей Аягөзге көшеді. Екі жастың трагедиясы Қарабайдың «жетім ұлға қыз бермеймін», «мені жұтатын жалмауыз туыпты», «тумамай жатып әкесін жалмады» деп айнуынан басталады. Осының бәрін сұмдық белгілердей танып құдалықтың, батаның, анттың бұзылуы жыр ішінде құрылатын ең алғашқы үлкен тартыс, түйін болады. Қарабай құдайдан тілеп алған жалғыз қызын жетімге айналған Сарыбайдың ұлына бергісі келмейді. Бұл қызының барған жері толық отбасынан болсын, құдам өзімнің тереземе тең болсын «тең-теңімен, тезек-қабымен» деген қазақ мақалына дәп келеді.

Этнографиялық деректерге үңілетін болсақ күрделі қайшылықтардың бірі – Қарабай мен Сарыбай арасындағы «құдалық» шартына байланысты тартыс. Тартыстың басталу себептері іштегі балаға ежеқабыл ретімен екі

байдың (Қарабай мен Сарыбай) атастыруы. Сарыбайдың өліміне байланысты бұрынғы батаның бұзылуы. Бұл фольклорлық мәтіннен шын мәнінде этнографиялық болмыстың белгілері туындайды, этнографиялық болмыс шындығынан дерек береді. Дәлірек айтқанда, Қарабайдың құдалықты бұзуынан феодалдық қоғамда жастардың тағдыры аталар қолында болғандығын және олардың қатал болғандығын танытады. Қарабайдың басындағы қайшылықтар феодалдық қоғамның ішкі қайшылықтарына байланысты. Негізгі қайшылықтардың бірі – феодалдық қоғамдағы әйелге деген көзқарастан туындайды. Себебі, феодалдық қоғамның үйлену құқы қалыңмал мен әмеңгерлік жүйесіне негізделген. Құда түсу және құдалықтың жөн-жоралғылары, кәде алымдары әлеуметтік адамдар арасындағы келісім шартқа байланысты. Екіншіден, құдалық заңды болу үшін феодалдық қоғамда екі жақтың бірдей дәулеті және әлеуметтік халі тең болуға тиіс. Ал Қарабай мен Сарыбай құда түскенде бір-біріне «Бауыздау құда» аталып, дәулеті де, әлеуметтік халі де тең бай-сығай болатын. Үшіншіден, Сарыбай өлген соң, жетім қалған Қозы кедейленіп, дәулет теңдігі жойылады. Қарабайдың байлығы барған сайын асып-тасып, қазақтың көне салт-дәстүрі мен әдет-ғұрыптың қаймағын бұзбай кедейге қыз бермеу тәртібін қолданады. Қарабайдың ақ батаны бұзуына жол беретін жағдайлардың бірі – осы дәулет теңсіздігі болып табылады. Мұның таңбасы «Қозы Көрпеш – Баян сұлу» жырының сюжетінде анық көрінеді.

Этнографиялық болмыс жағынан алып қарағанда құдалық шарттың бұзылуы – бір жағынан алғанда Сарыбайдың мезгілсіз қазасы болса, екінші жағынан дәулет теңсіздігі. Аңшылыққа қатысты осы оқиға Қарабай мен Сарыбай арасындағы осы әрекеттер негізінде этнографиялық болмыспен ұштасып жатқан өмір материалы жатыр. Қарабай характерінің даму логикасы бәсеке есепті қулық айланы жоққа шығармайды. Керісінше, осындай қалтарыс, бұралаңдармен күрделене түседі. Ал аңшылар Қарабай мен Сарыбай арасындаы іс-әрекеттерге негіз болып отырған оқиғалардың шындыққа қатысатынына көңіл аударар болсақ, онда жырдың бұл жерде де тарихи-этнографиялық фактіге сүйенетіндігіне көз жеткізер едік.

#### **Пайдаланылған әдебиеттер:**

1. Марғұлан Ә. Қозы Көрпеш – Баян сұлу. – Алматы: Өнер, 1994. – 226.
2. Ақынжанов М. Қазақтың тегі туралы. – Алматы: Қазақ мемлекет, 1957. – 145б.
3. Бердібаев Р. Қазақ эпосы (жанрлық және сатиралық мәселелері). – Алматы: Ғылым, 1982. – 187б.
4. Жұмалиев Қ. «Қазақ эпосы мен әдебиеті тарихының мәселелері» – Алматы, 1958, 1-том, 154-б.
5. Қозы Көрпеш – Баян сұлу. – Алматы: Жазушы, 1988. – 14б.
6. Арғынбаев Х. Қазақтың отбасылық дәстүрлері. – Алматы: Қайнар, 2005. – 107б.

## БАҚ-ТАҒЫ ОТБАСЫ МӘСЕЛЕСІ

*Ботобаева Ж.А.*

*Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті*

*Журналистика факультеті*

*2-курс магистранты*

«Адамның адамшылдығы – ақыл, ғылым, жақсы ата, жақсы ана, жақсы құрбы, жақсы ұстаздан болады»[1]. Бұл Абай айтқан абзал сөз. Сол ақыл да, ғылым да, тәлім берер жақсы ана да, жақсы құрбыны, жақсы ұстазды тануға көмектесер тәрбие де адам өміріндегі кішкентай жылы ұясы, оты сөнбес ошағы, отбасында.

Отбасының адамзат ұрпағына деген ықпалы мен әсерін өмірдегі басқа еш нәрсенің күшімен салыстыруға болмайтындай. Өйткені ата-ананың балаға деген тәрбиесінің орнын еш нәрсе толтыра алар емес. Отбасы мүшелерінің жас шамасы әр түрлі болса да, олардың арасында бір-бірімен рухани жақындығы, мақсат ынтымақтастығы бар. Қазақ ақыны Қасым Аманжолов өзінің жарына арнаған бір өлеңінде:

Отбасы – шағын мемлекет,

Мен – президент, сен – премьер,- дегені бар.

Шынында, отбасы – ол да бір шағын мемлекет. Әр мемлекеттің өзіне тән өндірісі мен өнім бөлісі, сыртқы және ішкі саясаты, кіріс – шығыс бюджеті, қастерлеп ұстанатын рәміздері, т.б. болатыны сияқты, әр отбасы болмыс-тіршілігінің де соған ұқсас жақтары бар, оның жаратылысы да басшылық пен қосшылықты қажет етеді. Сондықтан отбасының құрылымына зор маңыз беріліп, мәнін қорғаған, отбасының ар-намысын сақтауға, сырын шашпауға, мүшелерін бір-біріне қатысты адалдыққа тәрбиелеген. «Отан отбасынан басталады» деген сөздің мәнісі де осында.

Ата-ана өз отбасын нығайта отырып, сонымен бірге оның балиғатқа толған мүшелерін үй болуға, өз шаңырағын көтеруге әзірлеуі басты әрі өте жауапты міндет болып саналады. Жас отаудың түтіні түзу шығып, махаббат пен тату-тәттілік, береке-бірлік орын тепкен жылы ұяға айналуы, босағасы берік, болашағы нұрлы болуы көбіне-көп жас жұбайлардың үлкен үйде алған тәрбиесі, көрген өнегесіне байланысты. Отбасы- адам өміріндегі ең маңызды ұғым. Алдымен адам өзінің ата-анасы құрған отбасыға мейірімін ала келеді, сол отбасының берекесіне айналады. Әке-шеше айналып – толғанып Алла берген сиының айтқанын екі етпеуге тырысып, еркелетіп бағады. Барын салып тәрбиелеп, жақсы адам болуына жағдай жасайды. Отбасының адам үшін маңыздылығы жоғары. Себебі, сол шаңырақта тәрбиеленесің, сол ошақтағы жақын жандарың барлық уақытта демей болып, жаныңнан табылады. Отбасындағы сыйластық осыдан қалыптасады.

Отбасында адамның асыл қасиеттері қалыптасып, жарқырай көрінеді. Отанына деген ыстық сезім жақынына деген сүйіспеншілігінен бастау алатынын Елбасымыз айтып өткен болатын бір сөзінде. Дана қазақ ұлы жолдың үйдің табалдырығынан басталатындығын да тілге тиек еткен.

Қазақ отбасы мәселесіне, бала тәрбиесі мен шаңырақ ұйытқысына баса назар аударған. Үлкеннің ақыл-кеңесіне жүгініп, қариясын сыйлаған.

Даналықтың мектебі болған ата-бабаларымыз: «Адамның басшысы — ақыл, шолушысы — ой, жетекшісі — талап, қорғаушысы — сабыр, сынаушысы — халық, таусылмайтыны — арман, ең қымбаттысы — ар сақтау, бәрінен ардақтысы — өмір сүру, соның ішінде ең тәттісі — сыйластық»[2],- деген екен. Шынында да, отбасы берік болуының негізгі қағидасы адам бойындағы осы қасиеттерге негізделсе керек. Басшысы нәпсі, ашу немесе өсек-аяң емес, әрдайым ақылын басшылыққа алса, ой таразысына салып шешім қабылдап, бақытты отбасын құруға талаптанса, сабырды серік етіп, арын бәрінен де қымбат санаса және ең бастысы өмірін ардақтап, оны сыйластықтың балшырынымен сусындатса — міне бұл отбасы бақытының кілті болар еді. Ал, бақытты отбасы болашақта ұлы тұлғаларды дүниеге әкелуге қабілетті болмақ.

Отбасы, неке тақырыбын қазақ ғалымдары Ш.Ұәлиханов пен Ы.Алтынсарин өз этнографиялық еңбектерінде [3, 104-112], М.Әуезов пен М.Дулати публицистикалық мақалаларында қозғаған [4,2]. «Ұяда не көрсең, ұшқанда, соны ілерсің», «Анасына қарап, қызын ал», -деп халық бәрін бастан кешіп, сынақтан өткізгендіктен айтқан.

Хан ордасы, салтанатты сарайларда талай күн аунап-қунап жатып, өзінің шұрық тесік құрым киіз лашығына қайтып оралғанда Жиренше шешен: «Айхай, менің өз үйім, кең сарайдай боз үйім»[5], -деп жаны жай тапқан екен. Бұл аңызда үлкен шындық, терең мән бар. Әркімге, оның ішінде балаға өз үйінен ыстық, өз үйінен кең де керемет мекен жер жүзінде жоқ. Кавказ халықтарында «Нағыз жайлы орын: қылышқа — қынабы, отқа — ошағы, ер жігітке — өз үйі» [6] - деген тамаша нақыл бар. Шаршағанда медеу болар, қиналғанда жанына демеу болар, жалғызсырағанда серік болар осы ошағы, сол ошақтағы қаны бір ата-анасы мен жан бауырлары. Отбасы ұғымының мәні қаншалықты терең болса, сол отбасы мүшелерінің бір-біріне деген сезімі, ыстық ықыласы соншалықты терең, таза.

Отбасының қоғамда алар орны бөлек. Кішкене мемлекеттер бүтін бір отанды құрайтындықтан, ол мемлекеттердегі әрбір мәселе маңызды болуы шарт. Сол мәселелерді қозғайтын күштің бірі — БАҚ саласы. Бүгінде радио, телеарна, газет журналдар мен ғаламтордан ат-тонымызды алып, алшақтап, оларға жүгінбей өмір сүру әсте мүмкін болмай тұр. Адам қабылдайтын ақпараттың көлемі мен түрінде, мазмұнында шек жоқ, оған кедергі де жоқ. Еңбектеген баладан еңкейген қарияға дейінгі санаттарды қамтитын ақпарат ағыны қоғамға жаңа легімен ағылып кеп жатқанда тосқауыл қоюдың өзі қиын. Жаһанданудың етегіне жармасып, көштен қалмауға тырысқан кез-келген мемлекет ақпарат алудың ең тиімді әрі оңтайлы тетіктеріне жүгінеді.

Қазіргі таңда, ақпарат арқылы халықтың пікірін қалыптастырып, түзу жолға салуға да, жалған ақпаратпен жаһанды жалпақ халық алдында жерге кіргізуге де болады. Себебі, БАҚ билік пен қоғамды жалғаушы көпір. Көпір қаншалықты берік болса, соншалықты ел тыныштығы сақталады. Әр отбасындағы қиыншылықтың шешу жолын тауып, қуанышын көппен бірге

бөлісу журналистердің міндетіне кіретіні айдан анық. Отбасы тақырыбы мен ондағы мәселелер отандық басылым беттерінде ылғи көтеріледі.

Отбасы тақырыбы өте ауқымды. Отбасындағы тәрбиеден бастап, әке-мен ананың рөлі, баламен қарым-қатынас, балаға берілер ұлттық тәрбие, жалғысбасты әкелер мен аналар, ата-анасыз қалған жетімдер, өгейден көрген азап, сурогат аналар, тағдырдың тәлкегіне түскен тағдырлар осының барлығы дерлік кішкентай мемлекеттегі үлкен мәселелер. Балаға берілер тәрбие таяз болмауы тиіс. Бірақ, барлық отбасы бірдей емес.

Отбасындағы тәрбиенің әлсіз тұсы ата-ананың бос уақытының аз болуы, балаға бөлінер уақыттың басым көпшілігі күнкөріс қамымен кетуі екен. Ардагер Киікбай Ізетұлы осы тақырып төңірегінде «Ана тілі» газетіне өз мақаласын жариялаған[7,5]. Ардагердің айтуынша, бала қашан да ата-ананың бақылауында болуы тиіс. Иә, шынымен ата-ана баланың не істеп, не киіп жүргенінен, кіммен дос болып, қайда баратындығынан хабардар болуы тиіс. Баланы бақылаудан шығарып алу тәрбиенің бұзылуына әкеп соғады.

«Егемен Қазақстан» газетінде «Бала әке мен шешенің сөзін тандап тыңдайды» [8,7] мақаласында ерлі-зайыптылар арасындағы ортақ түсіністік пен ортақ көзқарастың қалыптаспауы бала тәрбиесіне кесірі тиетіні айтылған. Бала ата-ананың кереғар пікірінен дұрыс пен бұрысты ажырата алмай екі ойлы пікірде қалып қалады. Қайсысын жақтарын білмей, өз білгенімен әрекет қылады. Бала тәрбиесіндегі басты қателік те сол. Отбасы тәрбиесіндегі салғырттық «Болашақ» бағдарламасының түлегі Абзал Иманқұлов өзінің Айқын газетіне жазған «Арамыз неге алшақтады»[9,5] мақаласында да сөз болады. Статистикалық мәліметтер бойынша 1980-90 жылдары дүниеге келген азаматтар арасында отбасылық мәселе көп туындайды екен. Яғни, сол жылы туылған азаматтар өз отбасында ата-анадан толыққанды тәрбие ала алмаған. Көрсетілген жылдар аралығында халықтың жағдайы төмендеуіне байланысты ата-аналар отбасы қамымен жүріп балаға баса назар аудара алмаған. Сондықтан осы жылдар аралығында дүниеге келгендердің басым көпшілігі өз ата-анасы арасында туындамаған отбасылық мәселелерге жиі ұшырасады,- дейді Абзал Иманқұлов. Журналист Гулзина Бектас «Айқындағы» бір мақаласында осы мәселеге тағы да бір себеп табады. Отбасында баланы еңбекке баулудың аздығы оның болашағына кедергі келтіретіндігін айтады[10,3]. Яғни, отбасында баланы еңбек етуге бейімдемей, есі кіргенше еркелететіндер де кездеседі. Жастайынан еңбекке қабілетсіз бала ер жеткенде отбасын асырамақ түгіл қара басын зорға алып жүреді. Табыс таппай қиналғандықтан жұбайлар арасында кикілжің туындап, ақыры ажырасумен тынады. Себебі, жігіттер ақсаусақ, ата-ананың қолдауымен ғана өмір сүріп қалған, ал қыздар қит еткен қиындыққа қарсы тұра алмай «құлап», отбасында еріне тіреу болып, қолдау көрсетер әйел заты екенін естен шығарады. Бұл туралы Кеңес дәуірінің белгілі педагогы А. Макаренко былай дейді:



«Еңбекке үйретпес тәрбие советтік дұрыс тәрбиеге жатпайды. Адамның мәдениеттілігі мен өмірінің мәнін келтіруші еңбек болған... Сондықтан тәрбие жұмысындағы негізгі элемент еңбек болуы шарт» [11,45].

Жоғарыда талданған мақалада айтылған өзге де пікірлермен келісуге болады. Ел ағасы болар ер азаматтар мен ел анасы болар шаққа таяған азаматшалар жастарға дұрыс бағыт беретін жандар. Кезінде бозбалалар атасы мен әкесінен, ағасынан үлгі алып, ержетіп, бойжеткендер әже мен ананың, жеңгенің ақылын тыңдаған. Бойжеткеннің ақыл сұрап, сүйенері жеңгесі болған әрі жеңгесі қайынсіңлінің абыройын биік қойған. «Қыз Жібек» фильмінде Жібек түн ортасында ішкөйлегімен далаға жүгіре жөнелгенде жеңгесі көйлегін ала сала артынан жүгіретін көрінісі бар[12].

Танымал актер Досхан Жолжақсынов бір сөзінде айтады:

-Бала кезімде әкемнің достары, жолдастары кеп әңгіме-дүкен құратын. Әкемнің қолтығында жатып алып әдемі әңгіме тыңдауды әдетке айналдырғам. Оның иісі әлі күнге дейін қолқамда. Ал, олардың әңгімесі бір шежіре тұғын. Бірі Біржанды, бірі Абайды айтып құлағымның құрышын қандыратын. Десек те, сол кісілер 4 сынып бітірген қарапайым ауыл ақсақалдары. Бұл білім де оларға ата-бабасынан келген тарихи естеліктер еді»[13]. Бірақ, бүгінгі білімге сенген заманда тәрбиеміз осалдық танытып тұр. Осы жерде Әл-Фарабидің «Тәрбиесіз берілген білім адамзаттың қас жауы»[14,94] - деген қанатты сөзі еріксіз еске түседі. Өткенге оралып тұрған жөн-ау. Осы тақырып Әбілқасым Сәрсенбаевтың «Ұлағат» кітабында да сөз болады. «Көкемнің шешен достары» бөлімінде...[15,45-62]

Отбасындағы берілер тәрбие өзінің ұлттық деңгейін жоғалтып алмауы басты қағида. Қазақтың қазақтығы ұлттық тәрбиесі мен құндылықтарынан көрінеді емес пе?! Сондықтан, балаға да ұлттық тәрбие берілуі тиіс.

«Тәлім – тәрбие дәрменсіз болмауы үшін, ол халықтық болуы тиіс»[16,338-344],- деген С.Үшинский бір сөзінде.

Бала тәрбиесі, ұлттық тәрбие туралы айтып тауыса алмайсың. Түйіні де сол. Балаға берілер тәрбие ел келешегі мен ертеңінің көрінісі. Қандай ұрпақ тәрбиеленсе мемлекет те солай қалыптасып, дамиды. Балаға дұрыс тәрбие берілмейді, таяз деп жатамыз. Десек те, алдымен тәрбие берер адамың сол тәрбиені берердей дәрежеде ме соны анықтау керек сияқты. Себебі, қазір кейбір отбасыларға қарап ата-анасынан бала тәрбиелі, саналы, ақылды ма ойлап қаласың. Құрсаққа бала біткен күннен бастап ол анасы сезінген күйдің барлығын сезінеді. Анасы өмір сүріп жатқан ортаға анасының көзқарасымен бейімделеді. Әкесінің әр сөзін тындап жатады. Бала құрсақта жатқан күннен бастап оның тәрбиесімен айналысу керек. Ұлтты сақтайтын да, өркендететін де ұлттық тәрбие. Ал ұлттық тәрбиенің ұстаханасы, әлбетте, отбасы. Ұлттық тәрбие, отбасындағы бала тәрбиесі әке әңгімесі мен ана сүті арқылы беріледі. Осы орайда Досхан Жолжақсынов ағамыздың тағы бір естелігі еске түседі.

«-Анамды 7 жасқа толғанша емдім. Бір күні емгелі жатқам, анам омырауына горчица жағып қойыпты. Еміп қалып, аузым күйді, жыламадым.

-Балам-ау, осы жасқа дейін емдің. Сыныптастарыңнан ұят болады ғой деді. Анама өкпелеп, жылағым келді. Келесі күні сабақта отырмын, бір нәрсе жетіспейді. Ұстазымды тыңдап отырмын, бірақ ештеңе миыма қонар емес. Жанымдағы сыныптасыма сөмкемді тастадым да, ауылдың шетінде тұратын Ханшайым дейтін кіндік шешемнің үйіне жүгірдім. Жүгіріп кіріп келіп ем, апам:

-Досхан, балам, амансың ба? Не боп қалды?- деп қарап қалды.

-Апау, мамам есейдің деп емшек бермей қойды,- дедім. Ханшайым апам жымып күлді де, етегін көтеріп жіберіп, мені емізді. Есім шығып еміп, тер-тер болып ұйықтап кетіппін. Бұл менің соңғы омырау емгенім болды. Қазір ойлаймын, бойыма дарыған өнер, талант осыдан болар»[17]. Мейірімді Алла тағала тар емшекті идіріп, тар құрсақты кеңітіп, балаға өмір сыйлап, өз сүтімен сәбиіне нәр беріп қана қоймай, бар жақсылықты сол арқылы дарыту мүмкіндігін тек әйел затына ғана тән етіп жаратқан.

Әрбір ұяның қос тіреуі – ерлі-зайыптылар өздеріне әдеп-адамгершілік талаптарын, құқықтары мен міндеттерін мүлтіксіз орындаса, бүкіл қоғамда, елда бейбіт те берекелі өмір сүрер еді. Десек те, заман көші бір орында тұрмайды. Ұақыт өте келе қалыптасқан әдет те, әжеден келген әдеп те өзгереді, өзгерді де. Тәрбиені тал бесіктен бастаған дана қазақ дараланып барады. Тал бесікті тарылтып, тәрбиені өзгеден алуға жөн көрді ме, білмеймін, бұрынғы Құнанбайдай құнарлы ілім берер әке, Ұлжандай ұлт тәрбиелейтін ана азайды. Зередей әжелеріміз жаулығын жәймен шеше бастады. Отбасы деген отты сөз өшкелі тұр. Неге? Сөзге тоқтаған, үлкенді ұлы деп сыйлаған қазаққа не көрінді? Ұақыт өтіп жатыр. Жаңашылдық деп жарқырап келіп жатыр. Өзгергенін өзінен көрмей, бар кінәні заманға іліп жатқан бір адам. Ұлттық құндылықтар мен асылдарымыз қадірінен айырылып бара жатыр. Қазақы тәрбие, ұлттық тәрбие өз дәрежесін жоймауы керек.

Елбасымыз Н.Ә.Назарбаев үнемі ұлттық бірегейлігімізді сақтау жөнінде айтады. Осы ұлттық бірегейлігіміздің, яғни қазақы қалпымыздың да, ауызбірлігіміздің де түбірі – тіл, қазақы тәрбие. Дербес мемлекет болғанымен, ұрпағы өзге тілде сөйлейтін халыққа жетіспейтіні ұлттық тәрбие. Ұлттық тәрбие өзгенің тілінде жасалмайды. Тәрбие барысында тіл жай қатынас құралы, ақпарат беру тетігі ғана емес, тіл арқылы ұлттық сана сезім, мінез қоса беріледі. Сонау Күлтегін жазуынан бастап бүгінге дейінгі әдеби жәдігерлер мен үлгілерді қазақ тілінде оқытып-үйретпесе, ананың әлдиі, әкенің ақылы, атаның батасы қазақ тілінде айтылмаса, қазақы болмысымыз қалай сақталмақ?! Өз елінде тұрып ұрпағымыз Абайды өз тілінде оқи алмаса, ұлттық бірегейлік қалай сақталмақ?! Сондықтан да біз Елбасымыз айтқандай ұлт аманатын орындауды өзімізге парыз санауымыз керек.

Отбасы ошағының еш сөнбегенін қалаймыз. Сәбидің көз жасын емес күлгенін, ананың мазасыздығын емес махаббатын, әкенің әлсідігін емес әділдігін, әженің «әдемілігін» емес әлдиін, атаның даралығын емес даналығын қалаймыз. Баспасөздің бұрыстығынан дұрыстығын, арнаның ақпараттықтан ағартушылығын, ғаламтордың бүлік бағытынан үміт бағытын қалаймыз.

Осының барлығын онды жеткізер БАҚ-тың бостандығын қалаймыз. Қазақ деген қуатты елдің әр перзентіне қуана құшақ жайғанын қалаймыз!

### Әдебиеттер тізімі:

1. А. Құнанбаев «Қара сөздер», 2008 жыл
2. Халық даналығы
3. Ч. Валиханов «Киргизского родословие». Собр.соч., том 1. 1961, 360 стр.; И. Алтынсарин «Очерки обычаев при свадьбе и сватовстве у киргизов Оренбургского ведомства». Записки Оренбургского отд. РГО, выпуск 1. 1870, стр. 104-112
4. М.Әуезов «Адамдық негізі-әйел»// Сарыарқа. -1917, 5-қыркүйек, 4-бет ; М. Дулотов «Әйел теңдігі». Ақ жол. -1920, 19-қаңтар, 2-бет
5. <https://kk.wikipedia.org/wiki>
6. А.А Бестужев «Кавказские повести», 1820 г.
7. К. Изетұлы «Бала тәрбиесі отбасынан басталады». Ана тілі, №15 (1352) 20 – 24 мамыр, 2017 жыл. 5-бет
8. Ұларбек Нұрғалымұлы «Бала әке мен шешенің сөзін таңдап тыңдайды». Егемен Қазақстан, № 56 (29037) 23 наурыз, 2017 жыл. 7-бет
9. А. Иманқұлов «Арамыз неге алшақтады». Айқын, №6 (3078) 17 қаңтар, 2017 жыл. 5-бет
10. Г. Бектас Айқын №12 (2041) 21 желтоқсан, 2016 жыл. 3-бет
11. Н.А.Константинов, Е.Н.Медынский, М.Ф.Шабаева, "История педагогики", "Просвещение". Москва, 1982 г, стр. 45
12. «Қыз Жібек» фильмі
13. «Бай, қуатты болайық» бағдарламасы. Алматы телеарнасы, 2017
14. Қазақ әдебиеті. Энциклопедиялық анықтамалық. – Алматы: «Аруна Ltd.» ЖШС, 2010. 94-бет

### ФИЛОСОФСКИЕ ОСНОВЫ КАЗАХСКОГО ФОЛЬКЛОРА

*Алтаев Ж.А.,*

*доктор философских наук, профессор*

*Казахского Национального университета им. аль-Фараби*

*Мухамеджанов Д.М.,*

*директор Телерадиокомплекса КазНУ им. аль-Фараби, старший преподаватель факультета Журналистики, магистр искусствоведения*

Фольклор – бескомпромиссная основа казахской философии. Древняя устная поэзия, реалистические и магические сказки, мифы, легенды о батырах, эпические и исторические стихи всегда были ядром мировоззрения, главного духовного богатства, источника национальной философии. Благодаря художественным образам произведений устной традиции, наши предки передавали свое понимание природных явлений, пытались разгадать тайны и мистики, и дали свое объяснение цели и смысла событий повседневной жизни.

У каждой нации есть свой фольклор, устная традиция и литература, история и философия. Когда и как они появились? Кто создал первые

произведения устной традиции? Как появился казахский фольклор, который в настоящее время имеет богатейшие традиции? В связи с этим философия древних степных кочевников должна изучаться как неотъемлемая часть устного народного искусства, не забывая о отдельных характеристиках каждой исторической эпохи, тогда мы сможем понять характеристики казахской национальной психики. Это основная проблема в изучении философии через призму устного народного искусства. В процессе исследования мы сможем определить методологическую основу мировоззрения кочевников, сущность и смысл духовного единства между древними и современными турками.

Мировоззрение акынов и жырауов, сал и серов и других представителей устных и письменных традиций, а также постепенное развитие традиций в архитектуре и изобразительном искусстве тесно связаны с развитием и изменением социально-экономического статуса самого кочевого общества. Философия для кочевников представляет собой древнюю изначальную традицию понимания жизни, декодирования событий и повседневной реальности.

История возникновения фольклора, различных типов и жанров изобразительного искусства нельзя рассматривать отдельно от общей истории тюрко-монгольских народов. Хотя казахи, образованные в XV веке независимыми людьми, его этногенез начался гораздо раньше, несколько тысячелетий назад.

По мнению археологов и антропологов, далекие предки казахов - этнические объединения турок - были разделены на самостоятельные социальные образования еще в неолитический период (жана жас).

Мы знаем, что Центральная Азия была родиной древних турок раннего средневековья. В течение 1-го тысячелетия этногенез тюркских народов был тесно связан с монгольскими и тунгусо-маньчжурскими народами. В то же время произошло активное развитие тюркского языка. Поэтому философские проблемы казахского фольклора должны анализироваться с учетом исторической ситуации того далекого времени. И мы должны интерпретировать постоянные ценности устного народного искусства в контексте формирования общего тюркского мировоззрения.

К сожалению, сегодня очень мало философских исследований по казахскому фольклору, которые решают эту проблему в необходимом аспекте. В казахском фольклоре очень важное место занимают такие старые традиционные категории казахского философа, как человек, счастье, красота, жизнь и смерть, быть и бытие, пространство и вселенная, героизм, единство и гармония человека и природы.

Если в наших исследованиях казахской философии мы придерживаемся не древних традиций, а западных понятий интерпретации степной земли и цивилизации кочевников, тогда мы столкнемся с тупиком. Казахскую философию как хранителя древних традиций и обычаев с собственным национальным мышлением, национальным бытием и историей можно и

нужно рассматривать как одну из ветвей восточной философии.

И уникальные по своей точности, и мудрости наблюдения древнего жырауа и акынов, сал-серы, остроумные шешены послужат основой казахской философии. Идеологическое и тематическое содержание произведений, типов и жанров фольклора более или менее изучено и раскрыто в литературоведении. Однако философское содержание казахского фольклора, его философские основы, методологические функции и принципы, его роль в освещении национальной идеи требуют дальнейшего изучения.

Народная литература, которая была сформирована на начальном этапе развития общества, включает народные стихи и песни, неотъемлемый жанр устного народного искусства. Люди того периода должны были хорошо знать и знать, какие устные традиции своих предков. В казахском обществе знание фольклора всегда считалось необходимым условием существования и общения между людьми.

Фольклор, который передавал понимание жизненных явлений посредством образного мышления, фактически возник в результате творческой деятельности многих членов общества. Следует отметить, что важную роль сыграло разделение творцов фольклора на исполнителей и слушателей. Общественная и общественная деятельность некоторых мастеров и знатоков устной традиции служила субъективной основой философского мировоззрения людей. В частности, кажется, что интересная «связь» таких необычных людей со злым духом и другими чудесами в понимании невежественных и неграмотных людей, которые не знали законов природы и человеческой психологии. Причину предрасположенности к художественному творчеству, различным субъективным проявлениям человеческого творчества следует искать в особенностях его психики, в его индивидуальном понимании жизни в обществе и природе. Кто они, первые авторы творений устной традиции? Кто может считаться автором песен, исполняемых всеми людьми? Притчи и поговорки, увещевания, сформулированные и сообщенные талантливыми людьми, были приняты другими исполнителями, они внесли дополнения и поправки в эти тексты и улучшили их.

В то время как большие фрагменты эпических стихотворений о батырах в основном исполнялись жырауом и жырышы (рассказчиками), более мелкие формы устного народного искусства, например, загадки, заговоры на языке, пословицы, распространялись обычными людьми, а рассказчики постепенно становились национальным наследием. Художественное слово перешло от предков к потомкам и сохранилось в фольклоре, особенности его работы и пере сказки легли в основу, источник и сущность национальных идей.

Фольклор каждого народа характеризуется историчностью и философством. Фольклор всегда был тесно связан с повседневной и духовной жизнью людей. Каждый человек дает точный отчет о пережитых событиях и празднует их. Таким образом, фольклор гораздо более историчен, чем произведения отдельных авторов. Опираясь на фольклор, мы можем точно

идентифицировать обычаи и традиции, образ мышления и философские концепции отдельных людей, нации и страны. И вот в этом и заключается историчность казахской самоидентификации.

Первоначально казахский фольклор разрабатывал концепции природы, общества и жизни, которые затем разделяли все люди. В фольклоре, как универсальном феномене, все взаимосвязано: природа, люди, животные, история, этнография, декоративное искусство и другие дополнительные элементы культуры. Фольклор играет важную роль в процессе философского исследования - от неизвестного до известного, от простого до сложного и от абстрактного до конкретного.

Казахский фольклор, как и фольклор других народов, содержит философскую мудрость предыдущих поколений. Именно в устном народном искусстве, как и в зеркале, отражается жизнь и идеи людей, хотя их философские аспекты четко не выражены. Идеалистический деизм, боги, духи и т.д. Определяются восприятием людей и являются главной проблемой философии, которая все еще пытается решить эту проблему. Это особенно отражено в казахских магических и реалистических сказках, пословицах, поговорках и в крупных и второстепенных эпосах.

Такие эпохи, как Шора батыр, Козы Корпеш и Баян Сулу, Камбар батыр, Алпамыс батыр, Кобланды батыр, Кыз Жибек, Айман-Шолпан и Енлик-Кебек сыграли важную роль в духовной жизни казахов, способствовали развитию ее национальных мышления и мировоззрения. Символы и образы фольклора прочны и аутентичны. Они заставляют нас думать, приводить примеры патриотизма и гуманизма, призывать к действиям героизма и морального мужества во имя народа и родины, восхвалять любовь и мечты и призывать к справедливости и человечности. Если вы думаете об этом, многие произведения фольклора можно понять и объяснить с философской точки зрения.

Например, мудрый Аяз Би, также известный как шаман, превосходит остроумие и находчивость помощников глупого хана. Еще более ярким примером народных остроумия являются персонажи Тазша бала и Алдар Косе. Характеры Баяна, Куртка, Кобыланды и Алпамыса воплощают национальные идеалы красоты и героизма, которые, в свою очередь, тесно переплетаются с мечтами и целями народа. Все это подтверждает тезис о том, что устное народное искусство, мифы и эпосы - это не творения одного человека, даже если они очень талантливы, но являются результатом совместной творческой работы всего народа.

Следует отметить, что вера в шаманизм ярко выражена в казахском фольклоре. Древнетюркские племена, населяющие Среднюю Азию, Алтай и регион, который сейчас является Казахстаном, поклоняются небу - Тенгри, солнцу, огню и воде, что объясняется кочевым образом жизни. Элементы язычества и шаманизма естественны для казахов, потому что древние формы, узнающие о мире, наиболее полно отражали жизнь, близкую к природе, и шаманизм, поклонение огню, зороастризм как философское отражение,

рассуждение людей того далекого времени были взаимосвязаны.

Существует много старых концепций, в которых есть следы шаманизма. В казахских сказках они встречаются в виде различных ритуалов и обычаев, в форме веры в мертвых и живых духах, они также говорят, что в повседневной жизни люди обязаны придерживаться правил: запрещено, например, пролить молоко на землю, потому что молоко священно; также запрещено делать зло по отношению к огню, прыгать через него, плевать в сторону огня и т.д.

В казахских рассказах источником всех благ является работа. Работа в кочевых общинах в основном была связана с домашними животными, заботой о скоте, выращиванием молодых животных, перемещением животных на пастбища в зависимости от сезона, кормлением животных и т.д. Поэтому с древних времен казахи считали, что скот приносит богатство, процветание и счастье семьям. Количество скота, в частности, непосредственно определяло число людей, живущих в определенном племенном клане, на определенной земле. Вот почему казахи считали, что у домашних животных есть мифические предки, владельцы, которые следят за тем, чтобы скот был здоровым и неповрежденным, что отражено во многих своих легендах. Согласно этим легендам, владельцем овцы является Шопан Ата, владельцем лошадей является Камбар Ата, владельцем верблюдов является Ойсылкара, а владельцем коров является Зенги Баба. Эти древние концепции определяли не только особенности кочевого образа мышления, но и выражали оппозицию людей элементарным силам природы, тайным силам зла, защите снова хищников. Человеческая сила, дух предков получили наивысший приоритет. В статье «Основания и причины рождения народных песен» А. Маргулан определил различные концепции, которые встречаются в казахских сказках и эпических стихотворениях. Например, в древние времена люди поклонялись Змеи и Волку, чтобы сражаться со своими врагами. Такие спортивные игры, как тенге алу и кокпар, т.е. подготовка к предстоящей борьбе с врагами или животными, которые должны быть побеждены или покорены. Жезтырнак - мифический женский оборотень с медными гвоздями, драконы-айдахары - образы, враждебные человеку, символизирующие силы зла. Все это следует понимать, как характерное для этого далекого времени образного мышления. Например, в стихотворении «Кубагул» характер семиголового дракона описан в этих стихах:

Я мечтал о горах,  
Снегом на вершинах,  
Я также видел, как Ядовитый Дракон разбивал гору.

Первые примеры казахского фольклора, скорее всего, возникли во время скотоводства после одомашнивания животных, но достигли необходимого уровня мастерства только с появлением общего языка как способа мышления, организации повседневной жизни, появление примитивной экономики и семьи как социальной единицы, формы будущей системы правления, социального института.

Уже в эпоху неолита люди уже имели представление о двух частях мира: мире людей и мире стихийных сил природы, враждебных человеку. Древние люди считали, что силы природы являются основной силой мирового порядка, а мир людей подчинен и зависит от природы. Это дуалистическое понимание отношений между человеком и Вселенной остается в сознании людей сегодня.

Идея мира живого и мир мертвых возникла во время верхнего палеолита и оставалась в эпоху неолита и бронзы, а затем присутствовала в исламской и христианской вере. Однако мировоззрение людей палеолита было качественно иным. Они не отделились от всего мира природы и считали себя его неотъемлемой частью.

Самым ярким проявлением целостности природы и человека является концепция тотема. Тотем является агентом природы в форме животного, растительного или астрономического тела. Члены племен - прямые наследники тотема - их кровные братья и соплеменники. Следует помнить, что в этих тонких различиях лежит сила мировоззрения этих людей.

Как уже отмечалось, первые произведения казахского фольклора относятся к очень далекому прошлому. Например, Лев Гумилев писал, что в I веке н.э. у кочевников была явно отличная культура, которая была гораздо более развитой и изощренной, чем культура кочевых племен XVIII и XIX веков.

Казахский фольклор очень богат с точки зрения жанрового разнообразия, и сбор и систематизация народного творчества продолжают и сегодня. Произведения орального народного искусства были адаптированы профессиональными поэтами, жырышы и жырау, самими рассказчиками, настоящими мастерами слова. Содержание казахского фольклора выражает природу кочевника, его жизнь и повседневную жизнь.

Прежде всего, мы рассмотрим реалистичные песни, которые имеют богатую философскую основу. Реалистичные песни, «тұрмыс-салт» на казахском языке (тұрмыс - жизнь, существование, соль - празднование, пение). В некоторых песнях этого жанра есть элементы тотемизма, шаманизма, древних мифов и остатков суеверий.

Как уже было сказано выше, после одомашнивания крупного рогатого скота люди, которые ранее молились и поклонялись силам природы и диким животным, начали боготворить животных, поклоняясь своим мифическим предкам. Здесь мы видим таких же героев: Шопан Ата как мастера овец, Камбар-Жылкышы Ата, как хозяин лошадей, Шекшек Ата, как хозяин козлов и т.д. Большинство скота ухаживали за бедными людьми, поэтому песни о тяжелой работе как днем, так и ночью, во время летней жары и суровых зимних заморозков были песни страдания:

Я выкапывал козлов и плакал,  
Я паслись овец и колотил тревожные звонки,  
Я пасти коров и все время бегала,  
Я пасущихся лошадей и мчался,  
Я пасутся на верблюдах и не успел исправить кнопку



(что означает, что он был так занят, что имел время исправить свою одежду).

В казахском фольклоре есть песни, посвященные весеннему празднику Наурыз. Как и в некоторых других восточных странах, Наурыз - это Новый год, который начинается после весеннего равноденствия с таянием погоды и возрождением природы. Празднование длится целых четыре недели с 22 марта по 22 апреля, когда люди желают друг другу только добрых, взаимные обиды прощаются, а перемирие совершается даже между злейшими врагами.

Также очень популярны колыбельные для самых маленьких членов семьи. Рождение ребенка всегда является большой радостью, и родители мечтают привлечь его к умному, уважаемому и успешному человеку. Были такие праздники, как Шілдеhana, празднующая рождение нового человека, Бесік той, ритуал пеленания ребенка и помещение его в колыбель. Каждый такой ритуал (например, Тұсау кесу, ритуал разрезания оков и принятие первых шагов к помощи других) сопровождался песнями, исполняемыми всей семьей. Эти песни разнообразны и сохранились до наших дней.

Казахские лирические песни, любовные песни, как и во всех других странах, выражают желание молодых людей излить сердце, разделить свою жизнь со своими близкими. Эти песни, как правило, отражают моральные основы и обычаи определенного периода. Лирические и лирико-эпические песни особенно сфокусированы на праздновании красоты девушки, выражающей чувства молодого человека к его возлюбленной. Например, чувства Толегена к Кыз Жибеку очень ярко описаны и также описывается внешность девушки:

Толеген признал Кыз Жибек,  
Свет ее лица осветил все вокруг,  
Как факел на небесах,  
Глаза ее светились,  
Ее талия была тонкой и тонкой, как нить.

Помимо реалистичных песен, колыбельных, любовных песен, у казахов также были песни, связанные с трагическими событиями, такими как песни о песнях (Естірту) о смерти родственников, соблезнований и воспоминаний (Жоктау). Они были направлены на облегчение болезненных эмоций, признавая баланс между жизнью и смертью, добром и злом, которые существовали в природе с первого дня. Эти песни - выражение страданий людей и горе потери. Жизнь и смерть как ключевые категории философии наиболее полно отражаются в них.

В трудные времена, когда беспощадный враг напал на мирные и незащищенные деревни, заставляя их покидать свои обитаемые места, родились трагические песни, прощавшиеся с родиной:

Из вершин кочевников Черного гор,  
спускающихся в долину в лагерь,

И в конце концов, одинокий ребенок-верблюд блуждает,  
Нелегко попрощаться с родиной ...

Великий казахский поэт и мыслитель Абай писал, что «песня входит в мир с рождением человека и сопровождает его, когда его тело похоронено в могиле». Существует много песен, отражающих внутренний мир кочевника, его мировоззренческая сущность. Рассказчик Бухар жырау пел о последних днях жизни Аблай хана:

Тебе, кто дал безопасные ночи людям,  
Кто обеспечивал бесконечные пастбища для лошадей,  
Кто позволил бедным стать богатым и иметь семью,  
Я готов пожертвовать жизнью трех человек из трех жузов,  
Но этого не будет достаточно, чтобы спасти вашу жизнь.

Бухар оплакивает смерть Аблай хана и прославляет его великие дела, видя в нем самого выдающегося лидера и политика того времени. Именно через «Траур по Аблай хану» мы узнаем об общественно-политической ситуации Казахского ханства за этот исторический период.

Казахи любят и ценят подходящее слово и ценят импровизацию. Слова, фразы и максимы видных политических деятелей, народные судьи (бии) Толе би, Казыбек би и Айтеке би все еще живы и популярны. Каждый из них в своем моллюске и жузе был ключевой решающей фигурой, несмотря на то, что он не принадлежал к «белой кости» (дворянству) и не был особенно богат. Богатство не имеет ничего общего с мудростью.

Другая форма регистрации исторических событий в памяти людей и, соответственно, их запись на бумаге - это топонимы, географические названия аулов, небольшие города и поселения, где происходили сражения. Такие имена, как Ордабасы, Калмакырылган (место, где были убиты калмыки, враги казахов), Жезказган (место, где была добыта медь) и т.д. Останутся навсегда в памяти людей. Эти топонимы имеют большое значение для изучения исторического прошлого.

Мифологические легенды, как правило, присутствуют на международном уровне, они имеют много общего с мифами и легендами соседних стран и народов. Например, Легенда о Мади является общей для всех народов Средней Азии, Алтая, Сибири и Кавказа. Легенда о Коркыт Ата существует не только в казахском фольклоре и письме, но и в литературе других тюркских народов, а также распространена на Ближнем Востоке. Такие широко распространенные легенды могут быть космологическими и антропологическими. В своей статье «Абылай» Шокан Валиханов сказал, что казахские песни о героических деяниях батыров отражают мечты людей о победе над врагами. В своих «Очерках о Джунгарии» Шокан дает подробный анализ эпических произведений, исторических легенд усуней и их соседей, кыргызских племен. Он объединяет казахские рассказы, эпические стихи и хроники (Шежіре) в одну категорию, исследует их генетические связи,

собирает соответствующие этнографические материалы и дает им определения. Это позволяет воссоздать казахскую эпопею в хронологическом порядке, в зависимости от степени соответствия конкретному историческому событию, тем самым определяя, по крайней мере, приблизительное время появления некоторых эпических произведений. Шокан считал, что многие из исторических деятелей, упомянутых в эпических поэмах, жили в эпоху «Ногайлы», когда казахи еще не отделились от своих кровных родственников, узбеков и ногайцев.

Корни казахского фольклора датируются еще в истории. Можно сказать, что оно возникло во времена скифов и саков, принятых огуз-кыпчаками через каганатские государства древних турок в эпоху Ногайлы до монгольского вторжения. Исторические легенды состоят из легенд степных (кочевых) и городских районов (сидячий период). Хорошо известно, что не все казахи были кочевниками, среди них были фермеры и жители городов. В городских легендах описываются доисламские мавзолеи Сак-Кала, Баласагун, Асаны, Кумкент, Жетысар, Отырар и Тараз, Сунак и Жаркент. С распространением ислама казахи начинают строить мавзолеи Ясави и Баба Ата. Легенды эпохи Огуз Ногайлы связаны с именами видных людей. Главными героями легенд, сказок и саг являются Коркыт, Камбар, Жиренше, Асан Кайги и Аяз би. Они представляют собой довольно продвинутую стадию познавательной культуры и являются большим достижением воображения кочевников и их исторического и фольклорного наследия. Легенды, связанные с топонимом, родились в Хорезме, Жетысу и долине Сырдарьи. В прошлом территория между Сырдарьей и Амударьей называлась Туран. В то время как персидские центры культуры возникли в Месопотамии между двумя реками Тигра и Евфрата, Туран долгое время оставался местом обитания древних турок с развитой культурой. С тех пор имена этих рек были изменены три раза, они были названы по-разному в «Шахнаме» («Книга царей») и «Ибрагим-Адхам». Здесь родились легенды Томириса, Зарины и Дариги, известные на международном уровне из книги «Отец истории» Геродота.

Легенды об Отраре связаны не только с вторжением монголов и героической защитой города от захватчиков, но и с именем великого философа аль-Фараби, а также с информацией об огромной средневековой библиотеке, вторая по величине коллекция книг после Александрийской библиотеки.

В 1398 году, с целью распространения исламской веры среди кочевников, Тамерлан построил мавзолей Ходжи Ахмеда Ясави. Казахские легенды, несмотря на то, что Арыстан баб родился за 900 лет до Ходжа Ахмеда, их имена часто упоминаются вместе. Легенда гласит, что независимо от того, сколько времени потребовалось, чтобы построить мавзолей Арыстана, ночью все кирпичи и камни здания были уничтожены неопределенным быком / быком. Поэтому Арыстан баб приказал сначала построить мазар (мавзолей) для Ясави. После этого больше не было вмешательства в строительство мавзолея Арыстана. Это «Легенда о синем (белом) быке» является свидетельством древнего тотема тюркско-огузских (огузско-бычьих) племен.

Существует множество версий легенд и саг о Коркыте и Асане Кайгы. Они описывают Коркыта как великого куйши (игрока кобыза), который противостоит своей музыке силами природы. В популярном понимании Коркыт - провидческий философ. Коркыт не просто исполнял музыку, но и сочинял ее. Чтобы сделать его кобыз лучше, Коркыт ударил своего единственного любимого женского верблюда и использовал кожу, чтобы украсить кобыз. Коркыт - типичный белый (добрый) шаман казахских степей.

Мелодии Коркыта по-прежнему очень популярны. С их трагическими и лирическими темами они открыли новое направление в казахской народной музыке. «Книга моего деда Коркыта» была записана и даже опубликована в 1960-х годах и имеет большое философское значение и является распространенным тюркским литературным и философским наследием. С точки зрения его исторического контекста, сюжета, персонажей, концепций и идей стиль описания очень похож на казахские эпические стихи. Например, Табекоз родился от дочери пери и пастуха Аруза, который был батыром. Его убил брат Бисат, еще один сын Аруза, которого воспитывали враги и не знали о существовании сводного брата. Когда Бисат был ребенком, его кормили львы. И история победы Буката над быком и война между Дермулом и Озрейлом - мифологическая тема. «Огузнаме» («Книга Огуза») касается тех же тотемов-хранителей (льва и быка / быка), характерных для патриархальной системы племен кыпчаков. Во времена Букаш-Батыра один и тот же бык, как персонаж, становится тотемом исторически настоящих батыров. Мифы говорят нам не только о кочевой жизни, но и о идеях шаманизма, поэтические изображения которых очень близки к казахам. Поэтическая часть «Книги моего деда Коркыта» дает яркие изображения природы, поклонения земле, воде, горам, лесу. Каждое животное или природное явление имеет своих собственных мифологических защитников, живущих в их собственной среде.

Поскольку власть считалась сверхъестественным и даже мистическим явлением, все племенные лидеры считались связанными с аруасами (духами предков). Традиционно музыкальный инструмент кобыза был символом, неотъемлемым атрибутом шамана. Мелодии, которые называются людьми Курита, празднуют мужество и красоту, родину и бескрайние степи. Он смог выразить в своих мелодиях сопротивление тайным интригам зла, передать состояние ума и чувства человека с удивительной силой и тонкостью. С точки зрения истории, Коркыт - не только философ и музыкант, общий для всех тюркских народов, но и выдающийся деятель эпохи Возрождения.

Самая значительная из философских легенд о Коркыте - легенда о его смерти. Коркыт путешествует по странам на своем верблюде Желмая. Куда бы он ни пошел, он встречает двух людей во всем мире, которые копают ему могилу. Коркыт спрашивает: «Чья это могила?» и каждый раз они отвечают: «Коркыт...». Поняв, что смерть ждет его повсюду на суше, Коркыт решает жить на воде. Он кладет ковер на волны Сырдарьи и не перестает играть, пока он сидит на нем. Но смерть все еще находит его. Однажды Коркыт уснул, и из воды вырвался змей, и он ужалил его, и он умер. Поговорка гласит: «Где бы

ни был человек, могила Коркыта ждет его повсюду» не столько о его личности, сколько о пессимистическом отношении к жизни и смерти, о неизбежности смерти. Также эти слова отражают даже более древнее человеческое желание продлить жизнь, надежду на бессмертие... Понятия жизни и смерти имеют философские подтексты с древности. Многие из баксы (целителей), последователи Коркыта, не верили, что он мертв, но живых отправили в другой мир. Существует множество версий о разных местах его рождения и его смерти и смерти. Нет никакого соглашения относительно того, где находится его настоящая могила.

Согласно легенде, мать Коркыта была беременна им три года. Ясный день превратился в темную ночь, когда он собирался родиться. Вот почему ему дали имя Коркыт, что означает «Ужасный».

Другая легенда гласит, что его ноги так долго, что они выходят из могилы. Различные исследования установили, что Коркыт был не просто мифологической фигурой, а автором эпоса одноименной, музыкантом, композитором, целителем людей и родом из улуса Огыз-Кыпчака. Вот почему, как и в Книге моего деда Коркыта, персонажи его произведений, включая стихи, были огузами и кыпчаками.

Коркыт был мастерством исполнения күй, мелодии его собственного сочинения - күй. Согласно легенде: «Даже птицы, летящие высоко в небе, приостанавливают свой полет, слушая куйов Коркыта. Животные Сарыарки, зачарованные, слушали его мелодии. Поток Сырдарьи остановился, когда Коркыт положил ковер на воду, и его ковер стал островом, на котором он жил...

В казахской мифологии и древней космологии время и пространство тесно связаны с самой жизнью. Одна из легенд о движениях в земной среде - это Легенда об Асане Кайгы, Асане Саде. Асан (Хасан Сабитулы) был настоящим человеком, поэтом и философом, классическим автором казахских письменных светских текстов. Из-за древности описанных событий его имя стало легендарным. Асан прожил более ста лет, оставив значительное литературное наследие, которое, к сожалению, не сохранилось до наших дней. Он стоит внимания с точки зрения философии из-за того, что он всю свою жизнь искал счастливую землю, Жеруюк, то есть то, что искали и изобретали средневековые утопические философы. Настоящий Асан Кайгы был поэтом и советником Джанибека Хана и жил в XV веке.

В своих стихах Асан Кайгы описывает природу, растения, животных и присущие им свойства степи с философской точки зрения. Он критиковал все явления природы и даже отрицательно описывал выбор людей определенной местности. Когда он увидел город Сауран в Туркестане, он сказал, что, к сожалению, они построили город в таком богом забытом, голом и безводном месте, поскольку поблизости не было реки или зеленого леса, и что у такого города не было будущего. Действительно, история Саурана была недолгой, а руины ее крепостных стен сохранились до наших дней в качестве доказательства слов поэта.

Когда Асан был на берегу реки Иртыш, он сказал, что его вода чистая и чистая, было много рыбы, ее берега были богаты растительностью, и люди могли пасти там много коров. Это было место, где нищему не приходилось беспокоиться о пустом желудке или о том, где найти пищу. Асан сказал о Мангистау, что это лучшее место для всех, кто хочет разводить крупный рогатый скот. Его мнение о Жетысу состояло в том, что его деревья были очень продуктивными. Он сказал о горах Баянаула, что, если овец нужно будет пасти там, они не станут толстыми. Когда он впервые увидел реку Каратал, он сказал, что его прошлое было широким, а будущее было узким. Действительно, эта река ушла в подполье. Прошло много времени, но слова Асана Кайгы остались в памяти людей. Шокан Валиханов, который первым изучил легенды об Асане Кайгы, назвал его «степным философом». Асан Кайгы написал много значимых стихов, которые сегодня актуальны. Он является автором многих максимов и философских выражений.

Асан Кайгы искренне обеспокоен тяжелой жизнью казахского народа. Он прожил более ста лет и видел своими глазами множество случаев голода и джута, бедствий, войн и социальной несправедливости. Был недоволен такими жизненными условиями казахов и пришел к выводу, что он должен найти «счастливую жизнь», добиться этого. «Жеруюк» был мечтой Асана Кайгы. Это плодородное место с плодородными землями с маслом вместо песка и молока вместо воды, тростниковая трава превращается в золото, деревья несут огромные и богатые плоды. Он считал, что нет богатых и бедных, и все равны и живут счастливой жизнью в «Жеруюке».

«Жеруюк» и другие сказки и легенды об Асане Кайгы - философская мечта людей о прекрасной и счастливой жизни казахов. Жеруюк Асана Кайгы очень похож на Топика Мора «Утопия», Томмазо Кампанеллы «Город солнца». Конечно, корни этой утопической идеи, появившейся в XV веке, были в кочевом стиле казахского народа. Есть основания полагать, что легенда о счастливой земле «Жеруюк» претерпела изменения, сказанные и пересказанные из уст в уста. В любом случае, эти легенды являются культурным и духовным достоянием первостепенной важности. Асан Кайгы был поэтом и философом своей эпохи. Он знал, как предсказать будущее города, города или населенного пункта. Его темы и идеи, переосмысленные, появились в работах акынов в трудные времена, в XVII и XVIII веках.

Следующий этап формирования мировоззрения казахского народа представлен мифологическими рассказами о животных. Эти рассказы возникли в древние времена, когда человек сильно зависел от сил природы. У древнего человека были простые убеждения и идеи. Первобытные люди не понимали секретов таких природных объектов и явлений, как солнце, луна, огонь и вода и поклонялись силам природы. Они полагали, что объекты природы мыслили и действовали как люди.

Коренные народы Африки и Австралии сохранили подобные мифологические убеждения и идеи. В некоторых странах традиция поклонения животным. Вовремя Матриархии были сформированы казахские

мифологические рассказы о Жезтырнаке, женщине с медными гвоздями, Жальмауызе, каннибале, Мыстан-Кемпире, пугающей женщине. Появление охоты привело к созданию сказок о животных и птицах, которые были приписаны магическими и мистическими характеристиками. Следует отметить, что во всех казахских сказках темные силы зла сталкиваются Мергенами (лучниками) и Батырами. В этих сказках человек описывается как превосходящий другие существа, как основную и мудрую действующую силу. Мифические существа как фантастические персонажи - это силы природы, которые противостоят человеческой деятельности. Они изображают как мифические, так и реалистичные персонажи. Такие рассказы, как «Ер Гостик», «Едил-Жайык», «Кула Мерген», «Аламан мен Жоламан», «Керкула атты Кендебай» и другие сказки, отмечают героизм, изобретательность, внутреннюю красоту и интеллект, т.е. качества человека, которые делают его решающей силой в борьбе со злом и темными силами природы.

Среди жанров казахского фольклора, с точки зрения художественных и эстетических свойств, эпические стихи занимают ведущее место как самые яркие и драматические носители духовного и исторического опыта кочевников.

В казахских лирических и эпических стихотворениях представлены героические стихи («Кобыланды», «Алпамыс»), лирические и любовные стихи («Айман-Шолпан», «Кыз Жибек»), последние повествуют о реальных исторических событиях («Бекет», «Досан Батыр»).

Почти все народы тюркского мира имеют похожие эпопеи. Например, кыргызский «Манас» имеет равное значение и объем для «Илиады» и «Одиссеи». У азербайджанцев есть «Кёр-оглу». Отличительной чертой героических стихотворений является то, что они посылают великое патриотическое послание, а центральные герои ставят интересы своего народа, родины прежде всего перед своими личными интересами и даже перед их собственной жизнью. Для казахского народа, который провел несколько веков в войнах за свою землю и пролил много крови за свою свободу, героические стихи всегда имели особый философский смысл.

Таким образом, устное народное искусство казахов всегда имело глубокий философский смысл и придавало большое значение отражению в художественном слове бытия и вселенной, чувствах и эмоциях, мыслях и устремлениях людей к лучшему участию. Работы казахского фольклора не должны рассматриваться как простые мифы, легенды, эпические стихи или песни. Будучи неотъемлемым духовным наследием людей, тщательно созданных на протяжении многих веков, они показали результат интеллектуальных и духовных поисков людей для понимания своего бытия, их исторического места среди других народов мира.

#### **Рекомендуемое чтение:**

1. Тұрсынов Е.Д. Қазақ әдебиетін жасаушылардың байырғы өкілдері. - Алматы, 1976;

2. Исмагулов, О. Население Казахстана от эпохи бронзы до современности. - Алма-Ата, 1970;
3. Чернецов В.Н. Этнокультурные ареалы в лесной и субарктической зоне Евразии в эпоху неолита. - Москва, 1973;
4. Кобыратбаев, А. Казахский фольклорный тарих. - Алма-Ата, 1991 год;
5. Маргулан А., Акишев К., Кадырбаев М., Оразбаев А. Древняя культура Центрального Казахстана, - Алма-Ата, 1966.

## ЗАМАНАЛЫ ЖУРНАЛИСТИКА: ФАКТЧЕКИНГ ЖӘНЕ ВЕРФИКАЦИЯ

*Кәкен Қамзин,  
ф.ғ.д., профессор  
Думан Смақов,  
ал-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің  
2-курс магистранты,*

Адам жаратылысымен ұялас, саналы жан иесінің таным тәсілдеріне сәйкес дүниеге келген журналистика ежелден хабар-ошар, ақпарат сияқты ұғымдармен сабақтаса дамып келеді. Журналистиканың бүкіл мән-мазмұны мен қызметі оқырманға, аудиторияға сан санаттағы ақпарат жеткізуден айқын көрінеді. Тиісті мәліметті қалың көпшілік әдеби мәтіндер мен репортёр фотосуреттері, журналистің диктофон және магнитофон жазбалары, телевизия бейнелері, газет беттерінің графикалық дизайны, радиохабарлардың беташар әуені мен безендіру пішініндегі музыка, бейнеклиптер арқылы алып отырады. Демек, журналистиканың бүкіл қызметі ақпарат үдерісімен, дерек құбылысымен тығыз байланысты. Ақпарат, бұқаралық ақпарат журналистика теориясында (философиядағы «сана», биологиядағы «жасуша», математикадағы «сандар символдары», өнертанудағы «образ», экономика пәніндегі «товар» сияқты) базис, тиянақ ретінде қарастырылады. Бір сөзбен айтқанда, **ақпарат** ұғымы тек журналистиканың түсінік аппараты аясында ғана өмір сүрмейді.

Журналистика – біздіңше, рынокқа түскен дайын товар, төрт аяғын тең басқан контент. Яғни мәтін, аудио және видеоматериал. Әбден бабына келген, пісіп тұрған рухани жеміс. Байқап қарасақ, өзіміз барлай алатын ортада, көз жетпейтін кеңістікте, табиғат пен әлеумет атаулыда – иін тірескен, бір-бірімен жағаласқан ақпарат нөпірі. Бүкіл он сегіз мың ғалам, біздің галактика – ақпараттық кеңістік орбитасында. Керісінше, ақпарат дүниесі сол ғаламаттық болмыс-бітімнің тұла бойында бұлқынуда. Барлығы да жарыққа, тіршілікке ұмтылады. Ал осылардың арасынан қажеттісін, керегін теріп алу, сайлап алу – біздің, журналистер қауымының міндеті. Басқаша айтқанда, бізде таңдау, іріктеу мүмкіндігі мен құқығы бар. Ол келіп талғампаздыққа, интеллектуалды эстетикаға барып ұласады.

XXI ғасырдағы технологиялық мүмкіндік, киберәлеует үстемеленген сайын антропогендік ықпал, адам ақыл-ойының көркемдік күш-қуаты,



эмоциялық шырайы бәсең тартқан сияқтанады. Кешегі жасампаз адам жады әбден әлсіреген, оның жанартаудай қайнап жатқан миы дайын шешімді, қырнап-жоңылған, мұнтаздалған ақпаратты сіңіруге ғана лайық аппаратты көз алдымызға елестетеді. Ал генелогиялық формация оптимистік романтизмнен қол үзіп, жадағай рационализмге бет түзегелі қашан. Ғалам мен әлеумет реакциясын тек ақпарат арқылы бейнелеу, сезімді, көңіл-күйді символдар арқылы қысқа да нұсқа форматқа икемдеу, біздіңше, әлеуметтік сахнаға жаппай жылтырақтықты, творчестводан ада рухани жадаулық пен сұрықсыз жасандылықты шығарды. Осылайша, шығармашылық процесті, творчестволық үдерісті өтпелі талаптарға бас идірген журналистердің жас буыны тап қазір қиын тақырыптан бойын аулақ салады, аналитикамен айналыспайды, материалдың фактілік негізін тексеруге құлықсыз. Соның салдары: жас журналистер қазір дерек растығына жауап беруді ұмыта бастаған, баспасөз жарияланымдарының әлеуметтік резонансы туралы ойлануды басы артық нәрсе деп біледі.

Осы тізбекті реакция әрі қарай жалғаса берсе, фантасттардың қиялынан да озық кетер аумалы-төкпелі, қатерлі індет есігімізді айқара ашары сөзсіз.

Қазіргі ұлттық хабар-ошар кеңістігіндегі мүләйім, жуас, қуықтай құбырмен ғана ағар ақпарат легі, әлбетте, қоғамдық сананың бірден-бір көрсеткіші емес. Әлеумет санасын сан түрлі контент, мың түрлі құбылыс қалыптастырады. Сөздің шырайын келтірер, мәтіннің ажарын ашар шығармашылық әдіске осы күні киберсауаттылық, технологиялық ұшқырлық келіп қосылды. Яғни бұрынғы классикалық, дәстүлі журналистиканың әмбебаптық сипатын инасайдерлік жаңашылдық аша түсті. Әрине, ұшқырлық дегеніміз асығыстық, ұшқалақтық емес. Асығыстықтың, жөн-жосықсыз өрекупудің салдарынан фактіні іріктеп, сұрыптағанда, материалды әдеби өңдегенде, журналистер мүлт кетіп жатады, қателікке ұрынады, шикілікке жол беріп алады. Ара-тұра тапсырыспен жазылатын, бұра тартатын материалдар да кездесіп қалады. Бұның арты жауапсыздыққа, азаматтық журналистиканың беделін түсіруге барып ұласады.

Бүгінгі гуманитарлық саладағы ғылыми еңбектердің де бірқатары репродукция дәрежесінде ғана. Жас ізденушілердің бірсыпырасы түпнұсқадан сырт айналады. Сол саладағы белгілі ғалымдардың ізденістеріндегі пікірлерді, сілтемелерді талғаусыз, өзі тапқандай ұсына салады. Демек, о баста кеткен қателік ғылыми шындық ретінде бертінгі ғылыми айналымға түсіп жатады. Бұлар да әлеуметтік желілерге жымысқылана кірген вирус іспеттес.

Осындай жаңа залалды құбылыс жаңа залалсыздандыру тетіктері мен инструментарийлерін туындатары заңды құбылыс. Солардың ішінде біз дата журналистика, версификация мен фактчекинг әдістерін ауызға ала кетуді жөн санап отырмыз. Батыс елдері тәжірибесінде осы салалар бойынша бас қосулар жүйелі өткізіледі. Осы ретте Wall Street Journal, BBC және Reuters редакторларының әлеуметтік желілердегі контентті тексеру жөніндегі жылма-жылғы шеберлік сыныптарын айтсақ та жеткілікті. Осы ретте біз өзімізде хәм

шетелде жарық көрген мынадай ғылыми мақалалар мен оқу құралдарын атап айтар едік:

- **Фактчекинг журналистика зерттеуінің тренді: Мүмкіндігі мен болашағы**

- **Фактчекинг видео и с помощью видео: поиск источников и свидетельств**

- **Шесть характеристик эпохи дезинформации**

Барша ғаламның мейірім-шуағы да, адам шошырлық қатыгездігі де осы ақпарат тасқыны хаосында. Бұл ұшан-теңіз мол логистика адамның психикасына зілдей салмақ түсіреді, осының өзі бұл күндері шешімі шиеленген күрделі проблемаға айналып отыр. Осы арада айта кететін бір шарт: журналист пен ақпарат арасында түсіністік, сыйласым болғаны абзал. Мейлі, ол жағымды ақпарат, жайлы дерек болсын, мейлі, ол жағымсыз факті мен жайсыз хабар-ошар болсын.

Сондықтан да болар, көрнекті мемлекет және қоғам қайраткері, футурологиялық журналистиканың білгірі К.С. Смайыловтың: «Болашақты нақтырақ ойлайтын, жақынырақ көретін, көз жіберіп, ой жүгіртетін кез келген секілді. Иә, бүгінгі күннің қиындықтары бас көтертпей, бой жаздырмай жатса да алға көз тастап, көкжиекті барлап қойған артық емес. Болашақты ойлаған, болашаққа ұмтылған адам бір қадам болса да шапшаң жүреді», - деп жазатыны [1, 401 б]. Ал филология ғылымдарының докторы, профессор М.К. Барманкұлов «Телевидение: деньги или власть» атты оқу құралында былай деп атаап көрсетеді: «Ең керемет саясаткер де, ең қуатты мемлекет те, тіптен менмін деген ұлттың өзі ақпаратсыз түк те емес. Бізге қажет деген оқиғаның барлығы дерлік тек ақпаратта өмір сүрмек. Журналистің ақпаратынсыз мұның барлығы – ештеңе де, ешнәрсе де емес, тек нөлге ғана тең болар еді.» [2, с. 45]. Біз бұл арада, «көкжиекті барлау» және «ақпараттың өмір сүруі» деген кілт сөздерге назар аударғымыз келеді. Демек, ақпарат құралдары тек хабар-ошар таратушы ғана емес, ол сонымен қатар болашақтың барлаушысы, ақпараттың шынайы өмір сүру мүмкіндігі.

Көпшілікке ұсынылар ақпараттың растығы мен дәлдігін тексеру су жаңа құбылыс емес – ол журналистика танушыларға жақсы мәлім, алайда бұл сала қазіргідей жеке бағыт, өз алдына кәсіп болып қалыптаспаған еді. Әлемнің көптеген елі жалған ақпарат, фейк пен астарлы насихатқа қарсы күрес ретінде ақпараттық верификацияны пайдаланады. Біз айтар едік, мұндайда әсіресе шетелдік дерек көздерінен, интернеттен алынған мәтіндерге, саяси-экономикалық оқиғаның әліптелуіне сергек, сыни көзбен қараған ләзім. Сол үшін батыс ақпарат қауымдастығы өнімді пайдаланып отырған фактчекинг және верификация тәсілдеріне жүйелі жүгіну бізге де аса қажет.

Фактчекинг (ағылш. fact checking – деректі тексеру) дегеніміз – бұл журналистік бақылаудың бір бағыты. Басқаша айтқанда, фактілерді тексеру – қолда бар дерек пен өмір шындығы арасындағы айырмашылықты анықтау. Әсіресе кәсіби журналистикадан хабары аздау қаламгерлердің мәліметтерін,

оқырмандар материалдарын, бейтаныс сарапшылар мен саяси мәлімдемелерді мұқият тексерген жөн.

Верификация принципі алғаш рет 1929 жылы Вена үйрмесінде (Wissenschaftliche Weltauffassung – Der Wiener Kreis), алға тартылды. Адамзат тіршілігі саласында верификация (лат. *verus* – ақиқат және *facere*– жүзеге асыру) ұғымын әрқалай түсіндіруге болады. Мәселен:

- Тексеру, дәлелдеу, кейбір теориялық ережелерді, алгоритмдерді, бағдарламалар мен процедураларды тәжірибемен салыстыра айқындау.
- Ақырғы өнімнің тиісті эталондық талаптарға сәйкестігін дәлелдеу.
- Жалғандықты (жасыруды, бүгіп қалуды, бұрмалауды) анықтау әдісі.

Саясаткерлер аузынан шыққан сөзді жарияламас бұрын тексеріп алу қазір АҚШ масс-медиасының шартына айналып отыр. Саяси қайраткерлердің лебізіне сілтеме жасау немесе дәйектеме ретінде алу үшін алдын ала шағын тексеру жүгізіледі, содан кейін барып оларға «рас» я «жалған» деген белгі соғылады

Америка құрама штаттарында өткен соңғы президент сайлауы кезінде бұл әдістер көрнекілене, бедерлене түсті, әлем елдеріне жедел тарап, біздің ел журналистері мен саясаткерлері арасында кеңінен таныла бастады. Бұл жолы тек термин мен арнайы сала күйінде ғана емес, журналистикадаға жай ғана түсінік ретінде емес, автономиялы бағыт ретінде отау көтергені байқалады.

Ақпараттық верификация атқаратын қызметіне қарай бірнеше түрге бөлінеді: дереккөздің растығын тексеру, насихаттың бетін ашу, фейктерді әшкере ету, заңдардың дұрыс әрі нақты қолданылуын тексеру, түпнұсқалылықты анықтау.



Дереккөздің растығын тексеру – материалдар мен мәлімдемелерде, депутаттық сауалдар мен баяндамаларда, сюжеттер мен деректі фильмдерде келтірілген фактілер шынымен де нақты дереккөздерінен алынған ба, әлде журналист, саясаткер мәліметті өз ырқына қарай ыңғайлап, бұқараны адастырып отыр ма, немесе өзекті бір ақпарат бұрмаланды ма, бұрмаланбады ма – соларды анықтау.

Мәселен, «Новая газетаның» саяси шолушысы А. Минеев Евроодақтың биылғы жылы 13 қарашада өткен Кеңесі материалдарына сүйене отырып кибершабуылдардың қай тараптан өріс алып отырғанын төмендегідей цифрлармен дәйектейді: «В интервью немецкой газете Handelsblatt премьер-министр Испании Мариано Рахой утверждает, что потоки пропаганды в поддержку независимости Каталонии в социальных сетях следовали по тем же каналам, что в направлении против ЕС дезинформация на другие темы: «Брексит», ультраправый популизм. «Среди испанских учетных записей Twitter в Каталонии было много ложных профилей, более 50% были зарегистрированы в России и 30% в Венесуэле, только 3% оказались реальными», - сказал Рахой» [3].

Және бір мысал. 2017 жылдың 6 қыркүйегінде Мәжіліс депутаты Артур Платоновтың ҚР Премьер-министрі Бақытжан Сағынтаевқа жолдаған депудаттық сауалында Алматыда қатерлі ісікке шалдыққандардың саны 12,9 пайызға артқандығын айтады. Іле-шала, бұл мәліметті еш тексермей-ақ бірнеше ақпарат агенттігі, ірі газет-журналдар, телеарналардан жарыса іліп әкетті. Кейіннен бұл көрсеткіштің тек 2,6 пайызға ғана артқаны мәлім болды [4].

Синтез насихат – бұл көбінесе отаршыл және отар мемлекеттер арасындағы, ақпараттық қауіпсіздігі мықты және ақпараттық қауіпсіздігі әлсіз мемлекеттер арасындағы тайталастың көрінісі. Ондай астарлы насихат контенті әлеуетті идеология мен бұқара арасындағы ақпарат алмасу және тарату кезінде жиі ұшырасады. Мұндайда көбінесе алпауыт елдер дамушы елдерге өршелене насихаттық шабуыл жасайды.

Турасына келсек, украиналық stopfake.org порталы ресейлік насихатқа қарсы күрес құралы ретінде ашылған және өзінің материалдарын әлемнің 11 тілінде жариялайды. 2014 жылғы оқиғалар кезінде Ресейдің ақпарат машинасы Украинаны жалған ақпаратпен «бомбалауды» бастағанынан бәріміз де хабардармыз. Содан бері аталмыш сайт мыңдаған деректердің жалған екенін анықтап, ресей насихатына қарсы күресіп келеді. Осы материал дайындалып жатқан кезде ресейлік «Московский комсомолец» порталында «Украина ДСМ Украина азаматтарының дене мүшелерін сатуға ресми түрде рұқсат етті» деген хабар таратты. Stopfake журналистері болса, бұл ақпараттың шындыққа мүлдем жанаспайтынын әрі оның Украина заңдарына қайшы екенін жедел жазып, беттерін қайтарып тастады [5]. Үйтпесе онсыз да сенімінен күдігі басым ел азаматтарының алпауыт елдің беделді ақпарат құралына сеніп қалуы әбден мүмкін ғой. Тіпті оларды былай қойғанда, BuzzFeed зерттеушілерінің айтуынша, ерсек америкалықтардың 75 пайызы фейк материалдарға сеніммен қарайды екен.

Біздің ел де үгіт-насихаттық әдіс-амалдан құр алақан емес. Кейде ақпараттық сюжеттердің өзінен насихаттың лебі есіп тұрады. Бірақ біздегі текетірес әзірге Украина мен Ресейдегідей ағыл-тегіл емес. Әйтсе де болашақта бізге де қарсы насихатпен шебер айналыса алатын журналистер

кажеттілігін Қазақстан мен Қырғызстан арасындағы кедендік кикілжің айқын көрсетіп берді.

Фейктерді әшкере ету дегеніміз – әлеуметтік желілер мен ақпарат таратушы порталдар, газеттер мен телеарналар мәліметтерінің шындықтан алыс жатқандығын жария ету, айтылып, жазылып жатқан оқиғаға сәйкес емес видеоконтенттердің, суреттер, скриндер, аудиожазбалардың сырын ашу. Бұлар көбіне «фейк» контенттер. Ағылшынның fake сөзі жалған дегенді білдіреді.

Мысалы, Мьянмадағы оқиғалар кезінде әлемде сан мыңдаған фейк видео мен фотолар тарады. Біздің бағамдауымызша, олардың басым көпшілігі Мьянмадағы мұсылмандар қырғынына мүлдем қатысы жоқ. Көпшілігі бұрыннан ғаламторда бар немесе ақпарат құралдарында жарияланған материалдар. Айталық, бәріміздің мессенджерлерімізге келген «Буддист мұсылман баланы қинауда» деген видео ел есінде болар. Бәріміз баланы қинап жатқандардың буддист екеніне сеніп те қалдық. Ал бұл контентті Д. Смақов жан-жақты зерттей келе, оның Мьянмаға мүлдем қатысы жоқ екенін, түсірілім 2016 жылдың желтоқсанында болғанын және баланы қинағандардың сотқа тартылғанын анықтап, жариялады [6].

Заң саласына маманданған журналистер жақсы біледі: құқық қорғау органдары өздерінің істеп жатқан әрекеттерін дұрыс екендігін дәлелдеу мақсатында көбінесе көпшілік біле бермейтін баптар мен тармақтарға сілтеме жасайды. Тәжірибесі аз журналистер құқық қорғаушылар аузынан шыққан сөзді дұрыс деп қабылдап, өздерінің материалдарына арқау етеді. Бұл жайт әдетте халықты адастырады, заңдарға сенімсіздік туындатады. Заңдардың нақты әрі дұрыс қолданылуын тексеру арқылы көрсетіліп отырған баптардың бар не жоғы, оның нақты оқиғаға қатысты не қатысы жоқтығы анықталады, бұл Заң мен баптың қолданыс аясы межеленеді.

Мәселен, жақында «Аламаты қаласында жеке кәсіпкер ретінде тіркелмеген, пәтерлерін жалға беруші пәтериелерінің жылжымайтын мүлкі тәркіленетені» хабарланды. Тіптен Медеу ауданында рейд те жүргізілді. Бұл жерде құқық қорғаушылар әкімшілік соттың шешіміне жүгініп, осындай шешім қабылдайтындықтары айтты да, нақты қай заңнамаға сүйенетіндігіне сілтеме жасамады. Деректі зерттей келе бұл әрекеттің өзі заңға қайшы екенін, пәтерлерін жалға берушілер жеке кәсіпкер ретінде тіркелмесе болатынын анықтадық [7]. Демек, осындай сәттерде заңның қолданылуын да бір нақтылап өткен жөн.

Түпнұсқалықты анықтау – қандай да бір медиаөнім немесе ғылыми еңбектің плагиат, плагиат емес екеніне, оның түпнұсқалық немесе көшірме контент екеніне көз жеткізу. Фактчекингтің бұл түрін жасай алатын жуналистер әзірге өте аз. Бұл біздің елде ғана емес, әлемде кенже қалып келе жатыр.

Біздің елімізге фактчекинг журналистік айғақтама (журналистское расследование) жанрымен туыстас пішін ретінде 2016 жылдың қараша айында ғана келді. Осы уақыттан бастап журналистер арасында ақпараттық

верификация мен фактчекинг ұғымы қалыптаса бастады. Ал 2017 мамыр айында Орта Азия мен Қазақстандағы тұңғыш фактчекингтік ресурсы іске қосылды. Отандық саясаткерлердің аузынан шыққан сөздер мен медиа құралдарының таратқан жалған ақпараттарын, фейк контенттерін, құқық қорғау органдарының Заңдарды дұрыс пайдаланбауын әшкере етумен айналысатын factcheck.kz порталының іске қосылғанына да көп бола қойған жоқ, соған қарамастан ол өзінің тұрақты оқырмандарын қалыптастырып үлгерді.

Ақпараттық верификация – үдерістік құбылыс, сондықтан ол заман талабына сай әлсін-әлсін өзгеріске ұшырап отырады. Кейбір кездері ол қолда бар қару болса, енді бірде елдегі медиа дертіне дәру болуы мүмкін. Ал біздің елдегі ақпараттық верификация қарудан гөрі дәрі болғаны жөн. Онсыз да да соңғы жылдары айдарынан сыннан өзге жел еспей келе жатқан ақпарат саласы үшін бұл таптырмас құрал, қайталанбас құбылыс болары анық. Қабылданғалы жатқан БАҚ туралы жаңа заң да осыны меңзейді. Әр редакцияда бір фактчекер маман болып, ақпараттың растығын тексеріп отыруға міндеттеледі. Жалған ақпарат таратушы да, оның бастапқы дереккөзі де жазалану қарастырылған. Неде болса, көш жүре түзеледі. Заманалы таным кеңістігіндегі расшыл журналистика үшін өмір реализмі, дәуір шындығы қымбат. Сол маңызды.

#### **Пайдаланылған әдебиеттер:**

1. Смайылов К. Үш томдық шығармалар жинағы. 1 т. – Алматы: Қазығұрт, 2003.
2. Барманкулов М.К. Телевидение: деньги или власть. – Алматы: Санат, 1997. 45-140 бб.
3. Минеев А. Вредоносная активность // Новая газета. Казахстан, 23 ноября 2017
4. <https://factcheck.kz/kaz/basty-bet/zhalgan-almatyda-katerli-isikke-shaldykkandar-olimi-129-ga-artkan/>

#### **ҚАЗІРГІ ЖУРНАЛИСТИКАСЫНЫҢ ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕРІ**

*Құрманбаева А.А.,  
«Тұран» университетінің доценті,  
Нода Л.П.*

*Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың аға оқытушы,  
Қазақстан, Алматы*

Журналистика – теория мен тәжірибені орайластырып, ғылыми педагогика және өнер симбиозында психологиялық, әлеуметтік, саяси-экономикалық, лингвистикалық аспектілерді ұштастырумен ерекшеленетін қоғамның жетекші саласы. Сала «журналистика-ақпарат-аудитория» формуласы негізінде күнделікті орын алып жатқан жаңалықтарды тізіп, оны ұсынудың коммуникациялық алгоритімін қамтамасыздандырады. Қазіргі заманалы журналистиканың кемінде аса маңызды екі функциясын байқауға

болады. Олар, біріншіден, қоғамдық пікірді туындатуға деген себепкерлік, екіншіден, бұқаралық орта және қоғамдық институттарды байланыстыру. Тарқатып айтқанда, жаһандық мәселелерді біртіндеп немесе бірден журналистік материалдардың көмегімен шешу, оның кем-кетігін, артықшылықтарын көрсету журналистикадағы басты міндеттерінің ең маңыздысы. ММУ-дің профессоры Я.Н.Засурский мынадай тұжырым айтады: «Ауқымды алатын болсақ, әлемде журналистика жана деңгейге көтерілуде. Ол бірнеше жағдайға: біріншіден, жаңа ақпараттық технологияның дамуына байланысты, өйткені, журналистің қызметінде кең мүмкіндіктерге жол ашады, бұқаралық ақпарат және қарым-қатынас құралдарының ұдайы дамуына жеткізеді; екіншіден, ғаламдастырудан туындайды». Шынымен де жаңа ақпараттық тасқынды, жаңа медиа қалыптастыруда журналистика саласы дамып келе жатыр. Қазіргі журналистикада ақпаратты жеткізудің дәстүрлі, тарихи әдістерімен қоса, жаңа медиа, интернет, әлеуметтік желі ағынында конвергентті медиа-платформалардың, сандық ақпарат құралдарының, ақпараттық контенттердің аса бай алуантүрлілік айшықтары көрініс бере бастады. Ақпараттық өнімді жасау, жинау және жариялауға зор ықпал етуші – интеграция – БАҚ құрылымын қайта құрып, ақпаратты басқару тәсілін түбегейлі өзгертіп қана қоймай, мәтіндік, визуалды, аудио, аудиовизуалды, графикалық және т.б. элементтерден тұратын жаңа медиакапиталдың негізгі қайнарына айналды[1]. Ақпараттық технологиялардың бірыңғай ақпараттандырушы ресурстарға бірігу санатындағы дәстүрлі журналистика жанрларының постмодернистік сипат алу процесі, ақпарат ағынының неоклассикаға көшуі, манипуляциялық хабар-ошар мен технологиялық жазу қалыбындағы келеңсіздіктер санының артуы, футуристік қарабайыр, жеңіл-желпі, журналистік анализге жұтаң ақпараттар санының артуы сынды мәселелер бүгінгі журналистикада төбе көрсетіп отырғаны жасырын емес. Бұдан бөлек, жиырма бірінші ғасырда бұқаралық ақпарат құралдарындағы этика заңдылықтарының жиі бұзылуы орын алуда. Мәселен, жаңалықтар мен ақпарат құралдарындағы жоғарғы стандарттарды қадағалау мен сақтаудың жай-жапсары назардан тыс қалып, теориялық және моральдық реинтеграция, этикалық әрі кәсіби күзiреттiлiк журналистика алқабындағы сағымға айналды.

Италияның ірі саяси ойшылы Н.Макиавелли: «Басым көпшілігі дворяндықтар болған жерде республика құрамын деушілер олардың бірін қалдырмай жоймайынша өз ойын іске асыра алмайды. Ал әлеуметтік жағдайы тең адамдар бар жерді монархияға айналдырамын десе, сол адамдардың басым көпшілігін байларға айналдыруы керек деген болатын. Бұл дегеніміз журналистер биліктің қай формасы болса да белгілі әлеуметтік талаптарға сай болуы керек деген сөз.

Американдық газет редакторлары қоғамының зерттеуінде американдықтардың сексен пайызы «журналистерді сенсациялы әңгімелер таңғалдырады, өйткені олар газетті сатамын деп ойлайды, бірақ бұл маңызды жаңалық деп ойламайды» деп сенеді. Халықтың тағы 85 пайызы «газеттер көбінесе газеттерді сату үшін кейбір жаңалықтарды шамадан тыс көбейтеді»

деп санайды. 80 пайыздан астамы сенсациялық оқиғалар көптеген жаңалықтарды олар маңызды болғандықтан емес, тек қызықты болғандықтан алады деп санайды.

Mass Media теоретиктері V. Whitehouse мен B. McPherson сынды ғалымдар өз зерттеулерінде «Студенттерге медиа бизнес саласындағы жастардың, еңбек жолын енді бастаған мамандардың басынан кешкен жағдаяттарды көрсету керек[2] деген пікірді қостайды. «Олар этикалық шешім қабылдаудың жауапкершілігін сезініп, өз пікірлерін биліктің ең төменгі баспалдағынан бастап жеткізе білуі тиіс[3]. Себебі, дилеммаларда жас мамандар күнделікті әділетсіздік, бірсақты-сыңаржақ көзқарас, сенсация, мүдделер қақтығысы секілді проблемалармен бетпе-бет келеді. Сондықтан, журналистика ілімінде қалыптасқан шынайы әрі жедеғабыл ақпарат тарату, қызметтік этика заңдылықтарына мойынсұну ережелерінің формасын ұғыну аса маңызды. Шынтуайтына келсек, этикалық шешім қабылдау – өмірлік тәжірибемен бірге толығып отыратын шеберлік. Бұл – біздің сөйлей, жүре және интеллектуалды дами алатынымыз секілді, бұрыннан бойымызда бар қасиет[4]. Газеттер, жаңалықтар желілері және кабельдік жаңалықтар арналары көрермендер мен оқырмандарды жоғалтып жатыр, себебі баламалы жаңалықтар көзі пайда болады. Бұл көздердің сапасы өте нашардан жақсыға дейін өзгереді. Тіпті ең сенімсіз және беделсіз ақпарат көздері өз жаңалықтарын ірі желіден немесе газеттен ала алатын көрермендерді қызықтырады, сондықтан беделді жаңалықтар «жалған жаңалықтар» деп аталатын қастық теоретиктерімен және жеткізушілерімен бәсекеге түседі.

Сондықтан, бұл заңдылықтар қоғамдағы журналист миссиясын тануға, оның беделі мен қызметінің артуына ықпалдаспақ. Қазіргі күні Отандық журналистика әлемдік трансформация құбылыстарының көшін ала дамып келеді. Қазіргі «Жаһандық ақпараттық қоғам» ең алдымен саяси, экономикалық және мәдени әлеуметтік тұрғыдан алғанда, ақпарат пен білімнің рөлі үздіксіз артып отыруына байланысты дамитын аса ауқымды біртұтас ақпарат индустриясы екендігін байқатты. Өте қысқа уақыт көлемінде адамның өмір салтын танымастай түрлендіріп, күрделі әлеуметтік үрдістердің жылдамдығын үдеткен ақпараттық технологиялар – бүгінгі күннің ең көп айтылатын аса тартысқа толы, сәйкесінше анық-қанығы толық тарқатылмаған тақырыбы саналады.

Қоғамдық пікірдегі бұл біртұтастық деңгей бүгін мүмкін емес. Енді қазіргі заманғы БАҚ тұтынушылары өздерінің тақырыптық мақалаларын әртүрлі ақпарат көздерінен алады, олардың көпшілігі сенімсіз немесе әлеуметтік желілердегі «достар» арқылы. Жаңалықтар медиасындағы өзгерістерді өлшеу үшін 2004 жылы Pew зерттеу орталығы АҚШ-тың жаңалықтар медиасының әртүрлі секторларының маңызды экономикалық және аудитория көрсеткіштеріне назар аударатын алғашқы жылдық есебін шығарды, ол «жаңалықтар медиасының жағдайы» деп аталады.

Себебі, қазірде жаңа медиа қуатын пайдалана отырып қоғаммен берік байланыс орнату нығайды. Сан-салалы әлеуметтік топтардан құралған



аудиторияны қоғамдық мәселелерді талқылауға тарту, жаппай қатыстыру және соның ұйымдастырушысына айналу жаңа медианың әлеуметтік маңызын күшейтті. Алайда, әлеуметтік медиадағы ашықтық, жарияланымның «ұзын арқан-кең тұсау» қалыбы – тұлғааралық конфликтологиядан бастап ұлтаралық қақтығыстар санатына дейінгі дауды көсеудің негізгі түртпегі болып, журналистикадағы ұйымдастырушылық функция дәнекері – әлеуметтік желілердің көмегімен өзінің қолжетімділігіне орай жалпылама сипат алды. Мұндай құбылысқа дайын болмаған әлеуметтік топтар мен жеке тұтынушылар мінезіндегі қызбалық, плюризм, сюореализм элементтері жаңа медиа арқылы адамзаттық игіліктерге көлеңке түсіріп отырғаны аңдалады. Мәселен, адам құқықтарын ескермей сөзбен төпелеу, әлеуметтік топтардың түсінік пен мүдде қайшылығы турасындағы келеңсіздіктері кез келген мемлекетте, оның саяси құрылымына қарамастан тартысты дауға айналды. Коммуникация саласындағы техникалық көмектің әлемдік деңгейдегі сандық бағасы. Біріншіден, тіпті комммуникацияның анықтамасы бір ұйымнан екінші ұйымға ауысады; екіншіден, коммуникацияның техникалық бағдарламалары бар нысандарда немесе басқа нысандарда мүдделі ұйымдардың саны өте көп, сондықтан олардың әлемдік байланыстың дамуына өз үлестерін дәлірек әрі тереңдетіп зерттеусіз белгілеу мүмкін емес.

«Бәрі түбегейлі өзгерді. Журналистер далада болған оқиғаны баяндап қана қоймады. Көпшілігі әлеуметтік желілердегі аккаунттарды жүргізуге де жауап берді. Олар бұл қатысуды газеттің кәсіби өкілдігі ретінде өзгертеді немесе осы мақсатта пайдаланылатын нәрсені жасайды деп күткен еді », - деді Кейсбиер. Сонымен қатар, көпшілігі бейнелерді өздерінің жеке әңгімелерінен басқа қосымша мазмұн ретінде алады деп күтілген.

Әлеуметтік желілердегі ашықтық – сауатсыздықтың тынысын ашып, қарадүрсін контекстерге қанат бітірді. Бұл үрдісті: «Қазіргі қазақстандық ақпараттық кеңістікте блогтік жұтаң тіл, кибер ой жүйесі жедел қалыптасып келеді. Тіпті, аса бай, аса құнарлы қазақ тілінің варианты осы деуге сенгіңіз де келмейді. Сауатсыздық пен білімсіздіктің көрінісін іздесеңіз, тап қазір блогосфераға жүгініңіз. Өтпелі, уақытша құбылыс болса да, қазіргі Интернет сауатсыздық резервациясына, шала сауаттылардың дау-дамай, байбаламы мен бетжыртыс алаңына айналды,» [5]– деген ғалым, профессор К. Қамзиннің пікірімен тап басуға болады. Бүгінгі журналистикада саласы өзінің интеллектуалды болмысына оралу жолында шаласауаттылық бөгесінге тап болғаны жасырын емес. Бұл ретте, ақпараттық аудитория қатарын толықтырушылардың азаматтық журналистикаға ұмтылуы, журналистика құралдарын қолданушы тарапынан көрсетілген енжар-селқос құлық, ниеттің болмауы – сауаттылық композициясына деген адамзат сенімін жоғалтудың мұратын арқалайды. Қазіргі бұл прогресте журналистиканың ішкі талап-шарғыларын сақтап, оның идеалды дамуына толықтай күш салу мүмкіндігіне қол жеткізу қажеттілігі туындауда. Негізінен алғанда, журналистика хронологиясын тізген ғалымдар өз қызметінде журналистика функцияларының ауқымы әлі де болса кеңиді, мән-маңызы артады деп

есептеді. Олар шамамен, ХХІ ғасыр электронды мифологияның ғасыры болғалы тұр. Біз оның тынысын сезіне бастадық[6], – деп айтудан тынбады. Қазір жер шарындағы электронды мифология тағылымын мүдделі топтар ақпараттық тұтынушылықтан бөлек, өз саясатын жүргізуге шебер пайдалануда. Сиқыршылар адамның көзін арбау үшін түрлі амал-шарғыларға барады. Бірақ бүгінгі күні адамзатты арбау үшін түрлі амал-шарғыларды саяси, әлеуметтік-саяси, мәдени-саяси манипуляция авторлары да пайдаланып отыр. Бұл ретте, сиқыршылар мен манипуляция шоғын үрлеуші менеджерлердің айырмашылығы айтарлықтай көп те емес. Алайда сиқыршы тек өнер, тіпті, ойын үшін, ары барса, көңілашарлық тарапта өз мүддесін қанағаттандырады. Ал манипуляция туындатушылары айналасына бағынышты емес негізде аудиторияны басқаруды, билеп-төстеуді, қорқытып-үркітуді көздейді. Ол мақсатына бүркеніш кейіпте, сондай-ақ ашық та қол жеткізуге көшеді. Манипуляция – диктатураның ең шектен шыққан нұсқасына [7] айналды.

Манипуляциядан сақтануда билік тарапынан бұқаралық ақпарат құралдарына назардың аууы, жоғарғы тараптан бақылау қою – қалыпты және түсінікті жағдай. Ғалым Уолтер Липпманның 1992 жылы жарық көрген өзінің «Қоғамдық пікір» атты еңбегінде бұқаралық ақпарат құралдарының қызметіне қатысты бірқатар сұрақтардың шетін шығарды. Өз тұжырымдамасын айтуда автор философиялық прагматизм ұстанымын жақтаушылар: В. Джеймс пен Д. Дьюидің еңбектеріне сүйенеді. Ғалым У. Липпманның аңғаруында ақпарат – күдіреті күш. Ақпаратқа және күнделікті тізбекті оқиғалар, яғни ел ішіндегі және жаһандық жаңалықтарға, құбылыстарға деген адамдардың қызығушылығын пайдалана отырып, олардың ішкі әлеміне ену оңай, сонымен қатар, оларды бағытынан тайдырып, жолынан адастыру қиын емес[8]. Журналистиканың функцияларын қымтанған манипуляциялық бірліктер қазіргі кезде мойын бұрарлықтай мәселеге айналды. Бұлай деуіміздің себебі, БАҚ платформасындағы манипуляцияның иррадияциясы(платформада тарауы) үнемі жасырын түрде ғана емес, жария қалыпта та жүретін болды. Манипуляция техникасы әрдайым журналистика құралдары ыңғайына сай жетіліп отыратындықтан жаңа әдістерге ауысуға аса шебер. Манипуляцияға тұнған ақпараттық өнімде, бірінші кезекте, не айтылғаны емес, оның қалай айтылып, аудиторияға қалай берілгені маңызды. Сондықтан, көбіне үгіт-насихат ашық түрде жүрмей, түпсанаға әсер етуші фактор есебінде көрінеді. Бағытталған ақпарат проблемаға нақты жауап бермей бұлыңғыр формада, астарында жат мүлдеге шырмалған өнім ретінде қоғамды бір көзқарас жетегіне сүйрейді. Бұқаралық ақпарат өнімдеріндегі манипуляцияның негізгі белгілеріне:

- *Терминдерді жиі қолдану* (Оқиға жаңа терминдермен, сөздермен баяндалады. Насихатшылар жаңа ұғым, сөздер арқылы бір топты, оқиғаны жақсы немесе жаман жағынан көрсетуді көздейді);

- *Статистиканы асыра пайдалану* (Сандарға көз тұнады, себебі, кез келген адам сандардың шынайылығына назар аудара қоймайды);

- *Күн тәртібін өзгерту* (Насихатшылар өздеріне қолайлы тақырыптарды алға шығарып, көпшіліктің назарын аударуға күш салады. Мысалы, ақпараттық соғыс кезінде жан жақтан жаңалықтар легі ағылып жатады. Адамдар оның бәріне еріп үлгермейді, тек басты тақырыпқа байлануы мүмкін);

- *Жалған декеккөз немесе белгісіз сілтемелер* (кей ақпарат сенімді болып көріну үшін жалған ақпарат көздеріне сілтеме беріледі);

- *Жалған мамандар пікірі*. (Бір оқиғаға байланысты мамандардың пікірі жарияланады. Бұл ретте, маманның кәсібилігіне, пікірінің шынайылығына ақпаратты тұтынушы бойлай бермейді);

- *Альтернатив жоспармен әсер ету* (айтылып отырған оқиғаның себептері немесе болашақтағы салдары көрсетіліп, тұтайтай үрейке күшейткі мән үстеледі[9]).

Журналистикадағы манипуляциялық саңылауды ең алдымен сала мамандары байқауы тиіс. Зерттеуші Дж. М. Лейстің айтуынша, виртуалды әңгімелесу құралын мамандар жиі пайдаланғанымен, оларда бұл тактиканың тиімділігіне байланысты күдік бәрібір болады[10] және ол күдіктің болуы – заңды. Себебі, медиа ақпараттардың тасқыны – тұтынушылар арасында жаңалыққа байлану, бауыр басу, яғни медиатәуелділікті туындатады. Медиатәуелділік теориясының тағы бір сипаттамасы бойынша, адамдарды медиатәуелділікке әкелетін оқиғалар түрлері мынандай болады: табиғи және технологиялық апаттар, ішкі және сыртқы табиғи дағдарыстар, жанжалдар, әскери әрекеттер және өлім-жітім[11]. Өркениет дамуында орын алып жатқан оқиғалардың әртектілігі, әлемдегі қақтығыстар, білім-ғылым, мәдениет, тіпті, саржағал тақырыптарды ұсынған медиаөнімдердің тұтынушылары артқан сайын, біздің алдымыздан шығар келеңсіздіктердің де қатар көбейетіні белгілі. Бұл негізде, қоғамға қажетті-қажетсіз ақпараттарды сұрыптап, оның мән-маңызына тереңнен бойлау үшін медиабілім мониторингін ұйымдастырған дұрыс. ХХІ ғасырда коммуникацияның жаңа медиалық тынысы ақпарат пен білімді таратудың негізгі көрсеткіші болып қана қоймай, әр индивидуумының әлеуметтік мәдениетін қалыптастыруға атсалысады. Мұнымен қоса, демократиялық қоғамның негізгі мақсаты – сарапшыны да, көшбасшыны да, әр азаматты да тең дәрежеде ақпараттандыру[12] екендігі даусыз. Ақпараттарды торабында бейтараптылық, ақпаратты сауатты ұсыну құрылымы алдыңғы орынға шығады. Әлеуметтанушылардың зерттеулері көрсеткендей, 75 жыл өмір сүрген «саналы адамның», шамамен, 50 жылы белсенділікте өтеді. ІСТ-Marketing зерттеулеріне сәйкес Қазақстанда 70 мыннан аса халқы бар қалаларда 16 мен 24 жас аралығындағы жастардың 66 пайызы, ал 25-пен 44 жас аралығындағы азаматтардың 52 пайызы, 45 пен 44 жас аралығындағы азаматтардың 52 пайызы, 45 пен 54 жас аралығындағылардың 35 пайызы, ал 55-тен жоғары жастағылардың 10 пайызы ғана интернет қолданады. Әлеуметтік желілерде де тұтынушылардың көп бөлігін жастар құрайды. Мәселен, TNS Central Asia бірлестігі Алматы қаласында 12 жастан жоғары 2500 адамға сұрау салған. Интернет

қолданушылардың 54 пайызы 18-34 жас аралындағы азаматтар екендігін анықтаған. Қолданушылар орташа есеппен күніне 1,5-2,5 сағатын жұмсайтыны белгілі болды[13]. БАҚ-ты конверттеуде ақпаратты берудің жеке жаңа арнасын құру өзекті. Медиа зерттеушілері баспа негізіндегі БАҚ-тың телеарна немесе онлайн радиоторапқырып, сайт жасақтауға талпыну қажет екендігін алға тартады. Мобильді технологиялар – смартфон мен гаджеттер дәуірінде журналистиканың негізгі құралы болып саналады.

Бүгінде ақпараттық қоғамда ғалым А.Тофлердің ұсынған теориясы қарқынды дамып отыр. Бұған қатысты зерттеуші А. Бранскомб ақпараттық қоғамға былай баға береді: «Бұл өзі қызық қоғам, мұнда көптеген азаматтар ақпаратты құру, жинақтау, сақтау, сондай-ақ тарату процесіне қатысады да, ауыл шаруашылығы, өндіріс жайына қалады[14]. Алайда бүгінгі күні қолданыстағы технологияның біреуі де тараған ақпараттың шынайы немесе жалған екендігін 100 пайыз елеп-екшеуге қауқарсыз. Норвегиялық университеттің SINTEF және Deutsche Welle зерттеулері көбінесе өз дерегінің шынайылығына қатысты барлауға фото және видео материалдардың мұқтаж екендігін көрсеткен[15]. Журналистикада ақпаратты тексеру – редакциялық қызметтің ажырамас бөлігі. Демократия журналистикасыз ба? Виктор Пикард дағдарыстың түп-тамырын ұмытып кетеміз деп сендіреді. Амок-коммерциядан туындаған деградацияны аша отырып, ол тарихи анткеденттерді, нарықтағы сәтсіздіктерді және коммерциялық журналистика мен әлеуметтік желілерде де, негізгі жаңалықтар арқылы да жалған ақпарат таратуға әкеп соқтырған саясаттағы әрекетсіздікке назар аударады. Мәселе тек журналистиканың жоғалуы немесе Facebook-тың жауапсыздығы емес, сонымен бірге біздің пайдаға негізделген медиа-жүйеміз құрылады. «Ақпаратты бұрмалаушы қоғамның» өсуі 1800 жылдардағы баспасөздің ертерек коммерциялануына дейінгі американдық медиа жүйенің тарихи және эндемикалық әлсіздігінің белгісі болып табылады. Кәсіби шеберлік журналистиканың мемлекеттік қызметі мен пайдаға деген қажеттілік арасындағы шиеленісті шешуге арналған болса да, Пикард терең құрылымдық ауруларды жояды деп сендіреді. Журналистика әрқашан дағдарыста болды. Нарық ешқашан салауатты демократия талап ететін журналистика деңгейлерін, әсіресе жергілікті, халықаралық, саяси және тергеу репортаждарын қолдамайды. Бүгінгі күні бұл ұзақ мерзімді ақаулар метастазаланған.

Күнделікті ақпаратты тексеру қажеттілігімен журналистиканың әр саласында қызмет ететіндердің, шамамен, 75 пайызы бетпе-бет келеді. Ақпаратты тексеру үрдісі дереккөз бен контентті жасау өндірісіндегі объективті факторларды қиындатып қана қоймай, субъективті жігінде редакция қызметкерлерінің уақытын алады. Дегенмен, бұл – аса маңызды процесс. Сүзгіден өткен ақпарат журналистердің білімділік деңгейіне қарай талданып, редакторлар мен өзге де қызметкерлердің талқылауында сапалы контент аудиторияға ұсынылады. Сала мамандарының алдында жатқан ақпаратқа селқос қарауы, ақпаратты тексеруге зауқының соқпауы, түптеп келгенде,

адами факторлардың салдарын технологиялық құралдармен алмастыруамыз деу қисынсыз болар еді. Жоғарыда айтылғандай, ақпаратты тексеру мен сараптаудағы ең қажетті құрал – индивидтік сана. Академиялық білімді меңгерген журналист ақпаратты тексерудің алгоритімін өзі-ақ құрып ала алады. Мұны жүзеге асыруда фактчекинг құралдары көмекке келеді. Фактчек – бұқаралық ақпарат құралдарындағы популизм мен манипуляцияны, түрлі деңгейдегі спикерлердің көпірме сөздеріндегі күмәнді деректерді әшкерелеуді көздеген, бірегей тұжырымы және техникалық ерекшелігі бар қазіргі заманның зерттеу құралы[16] болып есептеледі. Заманалы журналистика құралдары мен журналистердің кәсіби білімін жетілдіру арқылы журналистиканың өзекті мәселелерінен арылуға толықтай негіз бар.

Журналистиканың өміршең саласы публицистика жайында: «Публицистика – ақиқат өмірдің сырлы суреті, оның арқауы – шындық. Бірақ публицист өмірдің фактілері мен құбылыстарын жүйесіз жинақтай бермейді. Өзінің көздеген мақсатына орай керектілерін ғана іріктеп, шығармасына пайдаланады[17] - дейді ғалым-ұстаз Тауман Амандосов. Журналистиканың өзекті проблемаларын тануда да журналистердің қызметтік жауапкершілігі аса маңызды. Осы орайда, ағылшын журналисі Дэвид Рендаллның: «Жақсы журналистика – жаңаша ойлау, таптаурындықтан арылу[18] деген пікірін ескерсек, заманалы журналистикадағы келеңсіздіктермен күресу, оның шешімін іздеу де таптаурындықтан арылудың негізі қадамы екенін байқаймыз.

#### **Пайдаланған әдебиеттер:**

1. Кішібаева Ғ. Ұлттық телеақпарат кеңістігіндегі конвергенттік журналистика. Студенттер мен жас ғалымдарға арналған «Ш Фараби оқулары» атты жас ғалымдарға арналған халықаралық ғылыми конференция материалдары. Алматы, Қазақстан. – Алматы: Қазақ университеті, 2016. – 22-б.
2. V. Whitehouse мен B. McPherson, Media Ethicts Textbook Case Studies Need New Actors and New Issues Journal of Mass Media, 17, No, 3(2002)
3. V. Whitehouse мен B. McPherson, Media Ethicts Textbook Case Studies Need New Actors and New Issues Journal of Mass Media, 17, No, 3(2002)
4. Дэни Эллиот. Медиа Этика. Жас мамандардың тәжірибесінен. Алматы: Ұлттық аударма бюросы. – 2018 жыл. – 58-б.
5. Қамзин К. Мен ұлттық журналистикаға қызмет етемін! // <http://abai.kz>
6. Век информации: Тезисы международного постоянно действующего научно-практического семинара.- Санкт-Петербург, 1996. – С.9-11 стр.
7. [https://pikabu.ru/story/sotsialnaya\\_informatsiya\\_i\\_upravlenie\\_obschestvo\\_m\\_viktor\\_grigorevich\\_afanasev\\_tsitaty\\_i\\_6930825](https://pikabu.ru/story/sotsialnaya_informatsiya_i_upravlenie_obschestvo_m_viktor_grigorevich_afanasev_tsitaty_i_6930825)
8. Lippmann W. Public Opinion. – N.Y., 1965. – P.199
9. <https://kerekinfo.kz/tag/манипуляция/>
10. J. M. Lace, At the Crossroads of Marketing Communications and the Internet: Experiences of UK Advertisers, Internet Research, 14, No. 3(2004): 236-244

11. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/Local/Journalism/the/decline/of/20newspaper/and/rise/digital20media.pdf>
12. The Process and Effects of Mass Communication. – Chicago, 1974. – P.40.]
13. Молдабекова А.Т. «ЭКСПО-2017» - адами капиталдың тұрақты дамуының медиаалаңы» атты республикалық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары. 2015ж. 74-б.
14. Branscomb A. Law and Culture Information Society.// Information sec. – N.Y., 1986. – Vol. 4. - №4. – P. 279-311.
15. Brandtzaeg P.B., Luders M., Spangenberg J., Rath-Wiggings L., FØlsted A. (2016) Emerging Journalistic Verification Practices Concerning Social Media. Journalism Practice 10(3): 323 – 342
16. Гороховский А. Факчекинг журналистика зерттеуінің тренді: мүмкіндігі мен болашағы. Практикалық оқулық. – Алматы: Баспагер. 2017 ж. 11-б.
17. Амандосов Т. Теория и практика советской журналистики. – Алматы: Мектеп, 1978 – 265 б.
18. Ыдырысов Т. Баспасөз – өмір айнасы. – Алматы: Қазақстан, 1977. – 120 б.

## **ӘЛ-ФАРАБИДІҢ ҒЫЛЫМИ-ФИЛОСОФИЯЛЫҚ КӨЗҚАРАСТАРЫ МЕН БАҒЫТ-БАҒДАРЛАРЫ**

*Рушанова Н.Б.*

*әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық  
университетінің докторанты,*

Әл-Фарабидің қоғамдық-философиялық, жаратылыстану туралы ғылыми көзқарастары Орта ғасырлардағы Таяу және Орта Шығыс елдеріндегі мәдениет, философиялық және ғылыми ой-пікірлердің даму нәтижесі болып табылады.

Әл-Фарабидің ғылыми-философиялық көзқарастары мен бағыт-бағдарлары өте күрделі саяси-әлеуметтік және экономикалық жағдайларда қалыптасты. Ұзаққа созылған жаулаушылық саясат нәтижесінде құрылған жаңа мемлекет – араб халифаты тек қана жерлерді, елдерді, территорияларды қосып қана қоймай, мемлекеттік дін дәрежесіне көтерілген ислам идеологиясы біріктірген әр түрлі мәдениеттерді қосып, жаңа қоспа (синкреттік) мәдениет туғызды [1, 15 б.]

Халифат өміріндегі ортақ дүниетаным мен алуан түрлі этномәдени элементтердің тығыз қарым-қатынасы оның ерекше қырларын қамтамасыз еткен. Араб философиясында Әл-Фарабиге дейін бірнеше ағымдар мен кезеңдер болды. Діни философияны VIII ғ. бас кезінде пайда болған мутакаллимдер қуаттады. Калам (араб: كلام) – Ислам дініндегі философиялық ілім. Негізін әл- Ашғари (873-935) қалаған. Бұл ілім VIII ғасырда пайда болып, IX ғасырда Орта Азия мен Қазақстанға кең тараған. Калам жолын ұстанушыларды мутакаллимдер дейді. Мутакаллимдер мен философтардың айырмашылығы: мутакаллимдердің ой-тұжырымдарының

негізі Ислам принциптері мен осы дінге тән мәселелер болған, ал философтардың ойлары ақыл-парасаттың принциптеріне және антикалық философияның моделіне негізделген [2]. Мутакаллимдер құдайдың мәнісі, дүниенің түпкі сыры жөнінде құран қағидаларын бұлжытпай басшылыққа алды, табиғи заңдылық және табиғаттағы себептілік принциптеріне қарсы шықты. Олар болмыстағы барлық құбылыстар, оқиғалар тек бір құдайдың еркімен болады, «Құдайдың құдыретінсіз курайдың басы да сынбайды» дегенді уағыздап, дәлелдеп бақты. Алайда араб халифатында, мемлекетінде ғылымның өркендеуі басқаша көзқарастардың, сенімдердің бой көтеруіне әкеп соқты. Олар мұсылмандық қатып қалған қағидаларға (догматтарға) қарсы бағыттап, рационалистік бағытты жақтаушылар мутазилиттер, яғни дәстүрлі діннен «бөлініп кетушілер» еді.

Мутазилиттер - Ислам тарихында пайда болған ағымдар қатарында өзіндік із қалдырған, Ислам ғылымына «Калам» саласын ендірген, Ислам философиясының іргесін қадаған, әлемге әйгілі Ислам философтарын шығарған, көне грек еңбектерін араб тіліне аударуда елеулі қызмет атқарған ағым. Мутазилиттер ағымы омеялықтардың халифалық тұсында (661-750) пайда болып, аббастықтар кезеңінде Ислам әлемінің ресми мазхабы болып бекітілді. Шамамен, бір ғасырдан аса өзінің ұстанған бағыты бойынша күресті. Батыс шығыстанушыларының айтуына қарағанда, «Мутазилиттер» деп аталудың себебі, олардың тақуа, дүниеге көңіл бөлмей, өмірдің қызықтарын тәрк еткені. Шынына келгенде, олардың бәрі дерлік бұл сипаттағы адамдар емес еді. Мутазилиттер Ислам ағымдарының ішіндегі діни мәселеде ақылды көбірек қолданатындығымен ерекшеленеді. Ақылға қонымсыз аят пен хадисті логикалық тәсіл бойынша түсіндірді. Әсіресе, сенім, иман мәселелерін дәлелдеу үшін алдымен ақылды төреші етті. Олар шарифатқа құрмет көрсеткенімен әһли мәселеде еркін еді. Кез келген бір мәселені әуелі ақылға салып таразылайды, ақылға қонымды болса алады, қонымсыз болса тәрк етеді.

Мутазилиттердің ақылға көбірек мән беруінің себебін ғалымдар былай деп түсіндіреді: Мутазилиттердің көне мәдениет пен өркениеттің ошағы болған Ирак пен Парсы аймағынан шығуы; олардың басым көпшілігі араб ұлтынан болмауы; Мутазилиттердің яһуди, христиан, әрі философиялық, еңбектерді араб тіліне енгізуге атсалысқан мұсылман емес кісілермен тығыз байланыста болулары көне философиялық пікірлердің оларға әсер етуі ағымы умеялықтардың билік кезеңінің соңына таман шығып, үкімет жағынан ешқандай қысымға ұшырамады. Өйткені, үкіметтің билігіне араласпады, халық арасында бүлік шығармады. Дегенмен, уақыт өткен сайын ел ішінде түрлі мақсаттағы топтар шықты.

Бір шетінен осы тұста араб-Ислам түсінігіне ақырындап үнді мен грек философиясы кіре бастады. Исламның алдында парсы мәдениеті грек философияның әсерінде болғандықтан, грек философиясы, мұсылмандарға парсылар арқылы келді. Сонымен қатар, суриянилер жолымен енді. Өйткені, суриянилер грек философияның

мирасқорлары болатын. Мутазилиттер дәлел келтіру әдісінде осы философияның әсерінде болғандықтан, грек философиясын көбірек қолдануға кешті. Бұлай болуының мынадай себептері бар:

а) Мутазилиттертер грек философиясынан логиканы, түсіндіру әдісін толықтыратын идеялар, пікірлер тауып, осы нәрселерді үйреніп, өзгелермен пікір сайыста қолданыл отырды.

б) материалист философтар мен өзге де кісілер Исламның иман негіздеріне қарсы шығуы нәтижесінде Мутазилиттер оларға тойтарыс беру үшін философиялық, және логикалық тәсілдерді меңгеруді мақсат етті. Өйткені, Құдайға, Пайғамбарға сенбеген адамға діни дәлел келтіру әбестік, әрі күлкілі жәйт екенін ұқты. Сондықтан, аһли дәлел келтірумен Аллаһтың бар екендігін, Пайғамбарлық хақ екендігін айғақтады. Философтарды жеңу үшін олардан көп нәрсе үйреніп, ақыры мұсылман философтарының шығуына ұйытқы болды. Мутазилиттер Ислам ғылымына «Калам» (иман негіздерін зерттейтін, Аллаһтың барлығын, жалғыз екендігін зерттейтін сала), «Илми бәләғат» (шешендік өнер), «Жәдәл» (пікірсайыс) секілді жаңа білім саласын енгізді. Бұл ғылымдар арқылы Исламға қарсы келушілерге керекті жауапты жан-жақты етіп келтіріп отырды. Мутазилиттердің Аллаһтың бар және бір екендігін түсіндірудегі әдістері Спиноза (1632 - 77) арқылы Батыс философиясына әсер еткендігін Батыс ғалымдары мойындаған. Мутазилиттер өз арасында 18 тармаққа бөлініп кеткенімен, діни мәселені түсіндіруде ұстанған ортақ негізгі бес қағидасымен ерекшеленеді.

1) Таухид (Аллаһты бір деу): Аллаһ Тағала әрі зат, әрі сипат тұрғысынан жалғыз. Аллаһтың сипаттары оның затымен бірге, одан тыс болмайды. Аллаһ жаратылған ешбір нәрсеге ұқсамайды және ақыретте адамдар көре алмайды.

2) Адл (әділдік): Аллаһ Тағала әділ. Пенделерге ешқашан зұлымдық етпейді. Пенде Аллаһтың өзіне берген еркіндігі мен қалау еркіндігі арқылы жақсылық пен жамандықты істейді. Пенденің әр ісіне Аллаһ араласпайды. Керісінше, Аллаһ пендеге керекті нәрсені жаратуы мәжбүр деуде. Бұл түсінік бойынша, тағдыр деген жоқ. Себебі, тағдыр болса, пендеде ерік болмайды.

3) Аллаһтың сөзі, уәдесі: пенде иман келтіріп, дұрыс жолмен жүріп дүниеден өтсе, сауап жазылып, сый беріледі (әл-уағд/сөзі). Керісінше, имансыз болып, яки үлкен күнә істеп, тәубе етпестен өлсе, азапқа ұшырап, мәңгілік тозаққа қалуға лайық болады (уәлуағид/уәдесі). Аллаһ Тағала үлкен күнәйі тәубе етпестен кешірмейді. Сондай-ақ, мүмін тозаққа күнәсін өтеу үшін барып, одан кейін жәннатқа барады деген нәрсе жоқ. Тозаққа бір кірген адам қайта шықпайды.

4) Екі мекеннің арасындағы бір мекен: үлкен күнә істеген мүмін кісі иманнан шығады. Өйткені, амал иманның бір бөлігі. Бірақ, кәпір де болмайды. Алайда, иман мен күпір арасында бір жерде немесе екі мекеннің арасындағы бір мекенде, яғни өтпелі жағдайда болады. Ондай кісі өлгенге дейін мұсылман болып есептеледі. Егер істеген ісіне тәубе етсе - иманға келгені, етпесе - кәпір болып тозаққа барады деуде.



5) Жақсылыққа шақыру, жамандықтан тыю, жақсылыққа үндеу, жамандықтан тыю әрбір мұсылманға парыз.

Араб философиясындағы жетекші бағыт перипатетизм, яғни аристотелизм болды. Бұлар да бірсыпыра өзекті мәселелер тұрғысында Құран қағидаларына қайшы келді.

Перипатеттер мектебі, перипатетизм (грек. *peripateo серуендеу*) Аристотель философиясының ізбасарлары. Аристотель өзінің тыңдаушыларымен лицей бағында серуендеп жүріп сабақ беріп, пікір алысуды әдетке айналдырған. Осыған байланысты оларды Перипатеттер мектебі деп атаған. Перипатетизм бағытын бірнеше кезеңге бөлуге болады.

**Бірінші кезең** (б.з.б. 4 – 1 ғасырлар) мектептің жетекшісі *Теофрасттан* кейін Перипатеттер мектебінің жетекшілері Стратон, Ликон, Аристон Кеосский, Критолай, т.б. болды. Бұл кезеңдегі Перипатеттер мектебінде Аристотель ілімін теор. философия жағынан дамытудан гөрі жеке ғылым салаларымен (философия, т.б.) көбірек шұғылдану басым болды. Мысалы, Теофраст логика саласынан жаңалықтар ашып, ботаникадан еңбектер қалдырды. Аристоксен музыка теориясымен шұғылданды, т.б. **Екінші кезеңде** (б.з.б. 1 ғ.) *Андроник Родосский, Сидонский, Ксенарх*, т.б. Аристотель шығармаларын қайта басып шығарып, оларға түсініктер берумен шұғылданды.

**Үшінші кезеңде** (1 – 2 ғасырлар) платоншылдар, пифагоршылдар және стоиктер мектебінде аристотельшілдіктің ізін қалдырып, жаңа платоншылдықтың қалыптасуына ықпал етті. Шығыс философиясындағы перипатетизмнің негізін қалаушылардың бірі болып Әбу Насыр әл-Фараби саналады. [2]

Әл-Фараби Аристотель мен Платонның еңбектеріне сүйеніп, олардың іліміне түсінік бере отырып, өзінің философиялық ілімін қалыптастырған. Батыс ойшылдары Әл-Фараби, сондай-ақ, ибн Сина, әл-Кинди, ибн Рушд, т.б. шығыс перипатетиктерінің түсіндірмелері арқылы ежелгі грек философтарының еңбектерімен танысып, оларды игере бастады. [3, 34б.]

Фараби өз еңбектерінде құдай бар деп мойындайды. Алайда, ол Аристотельдің ізімен құдай дүниені бар етуші, қозғалысқа келтіруші тек бірінші себеп – «алғашқы түрткі» ғана, одан кейін табиғат (материя) өз бетімен, өз заңдылығымен құдайға тәуелсіз даму жолына түскен деген идеяны қуаттайды. Фараби ақиқат біреу-ақ, бірақ оған әр жақтан, әр түрлі деңгейден қарауға болады, сондықтан ол турлы түрліше балама қорытындылар жасау мүмкін деп санайды. Ол дәуірде материалистік философия жүйесі ашық қалыптаса қойған жоқ болатын. Демек, Фарабидің философиялық ілімі – негізінен дүниені ір құдай жаратты деген қағиданы басшылыққа алған идеалистік ілім. Фарабидің философиялық жүйесі ортағасырлар философиясындағы барлық мәселелер мен проблемаларды қамтыған. Олар: болмыс жөніндегі ілім, материя және оның дамуы туралы мәселе, адамның тану әрекеті – проблемасы, логика мәселелері, ақыл және оның адамның

қоғамдық іс-әрекеттеріндегі алатын орны, этика, эстетика мәселелері, натурфилософия және ғылымдар методологиясы т.б.

Әл-Фарабидің философиялық және логика-методикалық көзқарастарын жақсы түсіну үшін оның ғылымдар топтамасын қарастыру қажет. Бұл топтау Аристотельдің классификациясына ұқсайды, алайда Фарабиде табиғаттану-математика ғылымдары кең де әр түрде көрініс табады. Бұл оның ортағасырлардағы Шығыс философиясының даму бағытын бейнелейтін рационалистік және материалистік талпыныстарының нәтижесі болып табылады. [1, 18 б.]

Рационализм (лат. ratio – «сана») – болмыс пен танымның негізгі ақыл-ой деп сенетін философиялық бағыт. Рационализм 3 түрге жіктеледі: 1) онтологиялық, 2) гносеологиялық, 3) этикалық рационализм.

Материализм - материя, табиғат, болмыс алғышқы, ал сана, рух, ой - материяның қасиеті болғандықтан туынды деп санайтын, идеализмге түбірінен қарама-қарсы ғылыми-философиялық бағыт. Материалистік ілім бойынша дүние, табиғат мәңгілік, ол жаралмайды да, уақыт пен кеңістікте шексіз-шетсіз өмір сүреді. Материализм адам санасын, ойын сыртқы дүниенің бейнесі деп қарастырып, дүниені танып білуге болатынын дәлелдейді. [2]

Әл-Фарабидің философиясын зерттеушілер оның бұл саладағы трактаттарын терең талдай келіп, Фарабидің философиялық мұрасында үш басты жайтты атап өтеді. Олар: 1) дүниенің мәңгілігін тану, 2) детерменизм – зерттеу принципі, яғни себептілік сыр-сипатын ашу - ғылым-білімнің қайнар көзі, 3) адам жанының өшпейтіндігін теріске теріске шығарған ақыл туралы ілім. (Детерменизм (жантану) – табиғатта және қоғамда кездесетін оқиға, құбылыстарды, оның ішінде адамның еркі мен мінезінің өзара байланыстығының себептестігінің заңдылығын зерттейтін ілім. Детерменизм – психология ғылымының негізгі принциптерінің бірі (себеп-салдар мәселелерін қарастырады). [2] Детерменизм принципі – философиялық және әдіснамалық ұстаным бойынша, табиғат пен психологиялық құбылыстардың бәрі материалдық себептер мен заңдардың әсер етуінен пайда болады деп түсіндіреді. Детерменизм адамның тіршілігі мен іс-әрекетінің бәрі қоғамның тарихи дамуының нақты жағдайларымен байланысты, әрбір құбылыс белгілі себептен туындайды деп қарайды. Бұл принципті іс-әрекеттің әдіснамалық негізі ретінде ұстанған психологиялық зерттеулердің нәтижелігі дәлелді болады). Бұл үш принцип – Фараби философиясының биік шоқтығы және ерекшеліктері болып саналады. [1, 20 б.]

Биыл ұлы ойшыл, шығыстың Аристотелі атанған Әбу Насыр Мұхамед ибн Тархан ибн Узлаг әл-Фарабидің туғанына 1150 жыл толады. Әбу Насыр әл-Фараби 870 жылы сол кезде дүние жүзіндегі ірі қалалардың бірі болған Отырарда дүниеге келді. Әл-Фарабидің ілім-білімге деген алғашқы ынтасы, ғылыми ойының алғашқы ұшқындары туған жері Отырарда, оның тамаша кітапханасында пайда болды. Кейіннен ол Шаш, Самарқан, Бұхара, Хорасан, Бағдат, Дамшық (Дамаск), Каир қалаларына барып білімін тереңдете түсті. 950

жылы Дамшық қаласында дүниеден озды. Әл-Фараби Аристотельден кейінгі дүние жүзі білімі мен мәдениетінің екінші ұстазы атанған данышпан, энциклопедист ғалым, астрономия, астрология, математика, логика, музыка, медицина, табиғаттану, социология, лингвистика, поэзия, риторика, философия ғылымдарын меңгеріп, 200-ге жуық трактаттар жазған. Өкінішке қарай, осынау ұшан-теңіз рухани туындылардың көбісі жоғалып, біздің заманымызға тек 40 шақты еңбегі ғана жеткен. Азияның ұлы ғалымдары мен ойшылдары Әбу Әли ибн Сина (Авиценна), Беруни, Бозжани, Омар Хаям және т.б. өздерін Әбу Насыр әл-Фарабидің шәкірттеріміз деп есептеген. Әбу Әли ибн Сина: «Бұрын еш түсіне алмай жүрген грек метафизикасын толығымен осы әл-Фарабидің кітабын оқып түсіндім» деген екен.

Әл-Фараби «Данышпандықтың інжу-маржаны», «Ақылдың мәні туралы трактат», «Ғылымдардың шығуы», «Аристотель еңбектеріне түсіндірме» тектес трактаттары арқылы ғаламдық ойдың дамуына өзінің қомақты үлесін қосты. Сондықтан да халық оны «Шығыстың Аристотелі» атап кеткен. Ол ежелгі заман ойшылдары Аристотель, Платон, Гален шығармаларына терең талдаулар, түсініктемелер жазды. Әл-Фараби сонымен бірге әлеуметтік-қоғамдық және этика саласына да қалам тербеген. Мысалы, «Бақытқа жету жайында» деген еңбегінде «оның бірден-бір жолы – ғылымды, білімді игеруде» деп насихат айтады. Ал «Қайырымды қала тұрғындарының көзқарастары» деген трактаттарында бірқатар қоғамдық, әлеуметтік, этикалық мәселелерге талдау жасалынды. Мұндағы қала деп отырғаны – мемлекет. Бабамыздың бұл шығармасындағы мемлекеттің пайда болуы, ондағы теңсіздіктің өмірге келуі, идеал қала халқының моральдық бейнесі, қала әкімдеріне қажетті адамгершілік қасиеттер, әр адамның бақытқа жету үшін бүкіл қоғам болып тіршілік ету керектігі туралы айтылған пайым-пікірлері бүгінгі күнге дейін өзекті. Ал ғұлама әдебиет теориясына арнаған «Өлең кітабы» атты еңбегінде өлең жазу ісіне қойылатын шарттарға тоқтала келе, ішкі терең мағынаға сыртқы пішін, яғни сұлу ұйқас үндесіп келгенде ғана әсем жыр туындайтынын айтады. [4]

#### **Пайдаланған әдебиеттер:**

1. Көбесов А. Әбу Насыр Әл-Фараби. – Алматы, 2004. 15-22 б.
2. Ислам. Энциклопедиялық анықтамалық. Алматы: «Аруна Ltd.» ЖШС, 2010 ISBN 9965-26-322-1.
3. Алтаев Ж. Фарабитану. – Алматы, 2019. 34-43 б.
4. Айтаханов Қ. Әл-Фараби жылын атап өтсек. – Egemen Qazaqstan, 17 шілде, 2018.

## **МЕДИА ТЕХНОЛОГИЯЛАР ЖӘНЕ ҒАЛАМДЫҚ АУЫЛ ПРЕАМБУЛА**

*Сұлтанбаева Г.С.,  
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті*

*Журналистика факультеті*  
*Баспасөз және электронды БАҚ кафедрасының меңгерушісі,*  
*саяси ғылымдарының докторы, профессор, Қазақстан*  
*Әлқожа Б.О.*

*Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті*  
*Журналистика факультетінің аға оқытушысы, Қазақстан*

Коммуникация құралдарын бақылау және меншік ету сұрағы БАҚ жұмысының тәртібін және контентін анықтайтын негізгі сауал болып табылады. Журналистер азат болса да және өз жұмыстарымен баспа бостандығын насихаттаса да, журналистердің бостандығы мен тәуелсіздігі, сыншылардың ойынша, медиа иелері немесе компаниялар жетекшілерінің қаржылық немесе саяси қызығушылығының ықпалында және бұл ықпал бір жағдайларда елеулі және басқаларында айқын бола алады. Бұл бақылау, модельді және оның жүзеге асуын қосқанда, негізі шоғырланудың бір қолдағы саяси (және геосаяси) шындықтарына және потенциалды мүмкіндіктеріне үстемдігімен анықталады. Дәл осы себепті медианың редакциялық тәуелсіздігі және плюрализмі жергілікті сияқты ғаламдық деңгейде де маңызы зор.

Географиялық тұрғыда медианың алуандылығының жоғарылауына байланысты ақпарат ағындары енді тек солтүстіктен оңтүстікке ғана емес, оңтүстіктен солтүстікке және оңтүстіктен оңтүстікке де барады. Ықпалды аймақтық бөлек медиалар жиі халықаралық медиа жүйеге айтарлықтай әсер етіп отырады. Әлемнің көптеген елдерінде БАҚ иелері жекеменшік коммерциялық компаниялар болып табылады. Кейде бұл жекеменшік коммерциялық емес, оның ішінде, билеуші емес мекемелердің басқаруындағылар, ал кейде мемлекет қаржыландыратын және бақылайтын компаниялар. Теле, радиодада хабар тарату облысында қоғамдық хабар тарату моделі коммерциялық сияқты мемлекеттік медиада да балама бола алады. Бұл қатынаста жергілікті тұрғындарды контент құруға баулитын және қоғамның маргиналды тобына алаң ұсынатын қауымдық медиа танымалдылығының өсуі позитивті беталысы болып табылады.

Әлемдік экономика нарығындағы техникалық прогресс трансұлттық медиакорпорациялардың атауын алған ғаламдық медиакорпорациялардың өсуіне ықпал етті. Олардың билігі және ықпалы үшін географиялық та, экономикалық та, саяси кедергілер де бөгет бола алмайды. Ғаламдық медиакорпорациялардың қатарында аймақтық деңгейде әрекет ететіндері де бар. Антимонополиялық заңдарға қарамастан ковергенция ұлттық және ғаламдық деңгейде медиакорпорациялардың бірігуі мен жұтылуын жеңілдетті. Көптеген медиакорпорациялар телекоммуникациямен, веб бағдарламаларды құру ойын-сауық бағдарламаларды (фильм, бейне ойындар) ойлап табумен айналысатын компаниялармен одаққа түседі. Осындай коалицияның нәтижесінде құрылатын компаниялар сөз, бейне және дыбыс енді әлем бойынша трансляцияланатындықтан және баспасөз, радио және телевидение және цифрлық форматтағы әртүрлі платформалардың көмегімен әлемнің кез келген бұрышынан хабардар бола алатындықтан ықпалдырақ бола бастайды.

Ғаламдық медианың пайда болуы жаңа мүмкіндіктермен қатар мәселелер туғызады. Коммуникацияның теоретиктері мәдени ассимиляцияның қауіптілігін ескертуде, бірақ медиа құралдары бір уақытта мәдени алуандылық және плюрализм (қазіргі таңда медиаконтент процестерін өндіру, ұжымдық қолдану мен жергілікті медиаконтенттермен алмасу оңайырақ бола түсті) дамуы үшін жаңа мүмкіндіктер ашады. Одан басқа, ғаламдық медиалар жоғарырақ кәсіби стандарттарды енгізу үшін қажет мүмкіндіктер мен ресурстарға ие. Осыған сәйкес, көптеген локалды медиамекемелер өздерінің бағдарламаларның сапасын одан әрі бәсекеге қабілетті болу үшін жоғарылатуға мәжбүр. Сондай-ақ, дамумен байланысты ғаламдық мағынадағы сұрақтар, нақтырақ айтқанда климаттың өзгеруі, пандемия немесе биологиялық алуандылыққа қатыр туралы сұрақтарды тек ғаламдық медианың көмегімен планета халқына нәтижелі түрде жеткізуге болады. Оған қоса, бәріне саяси және экономикалық себептермен жергілікті халықтан және сол немесе басқа елдің халқынан жасырынған тарихи мәліметтерден тәуелсіз медианың арқасында бүкіл әлем хабардар болатыны белгілі. Медиа индустриясының саяси жағдайларға ықпалы да бірнеше өзгерістерге ұшырайды. Жаңа медиатехнологиялар екіжақты интензивті ақпарат ағынына ұлттық шекаралар ішінде сияқты шекарадан тыс жерлерде де жол ашқан және көпшілік дискурста ұсынылатын платформалар санын көбейтті. Бұлардың бәрі толеранттылықтың дамуына және түсіністікке ықпал етеді. Ең маңызды сұрақты былай пішімдеуге болады: медиалар бостандықтар мен мүмкіндіктердің дамуына әрі қарай қалай әсер ете алады?

Медиа ерекше назарға лайық және оның басым коммерциялық жүйесі жарнаманың негізгі кіріс көзі болып табылады. Медиакомпаниялар өмірге бейімді (яғни табысты) және тұрақты (функциялау мағынасында) болып қала тұра өздерінің тәуелсіздігін және қоғам сенімін қалай сақтап қалуға болады? Бұл факторлардың мағынасын шамадан тыс бағалау салдары мүқият қарауды талап етеді. Бұл модуль баламалы медианы талқылауды оптимистік нотада аяқтайды, әсіресе кішігірім қауымдастықтардағы және заманауи, ғаламдық медиа ортасына кіреді. Онлайн жаңалықтар сайттарын қосқанда, өздерін аздаған жаңалықтар сайты альтернативасы деп санайтын жаңалықтар медиасы арналарының өсу саны қарастырылды. Қауымдық медианы мектептерде, адамдар кездесетін жерде, жұмыс орындарында және т.б. жерлерде құруға болады. Олар өздерін ірі медиамекемелердің баламасы ретінде көрсетеді. Медианың бұл «кішкентай» арналары жергілікті халықтың ақпарат алуға және оның даусын естуге мүмкіндік береді.

Заманауи жаһандық ауылдағы медиаға меншік құқығы негізгі сұрақтар туындайды. Жаһандық экономика, электрондық коммерция және медиадағы меншік құқығын зерттеу халықаралық сипат алды. Коммуникацияның модельдері, бақылау мен медиаға меншік мәселелерінде ұлттық нарықтың ерекшеліктеріне басымдық беріліуде.

Жекеменшік (коммерциялық медиалар), мемлекеттік немесе бақыланатын медиалар және көпшілікке арналған медиакомпаниялар,

мысалы, хабар таратудың көпшілікке арналған түрі. Технологиялық конвергенция (БАҚ, телекоммуникация және компьютерлер) және медиа конгломерацияның пайда болуы. Плюрализм және концентрция (мысалы, желілік медиалар және аралас меншік) Бірігу, жұтылу, бірлескен кәсіпорындар мен консорциумдар. Транснационализация (жаһандық медиа-корпорациялар). Медиадағы меншік туралы халықаралық және ұлттық хаттамалар. Антимонополиялық заңдар. Шетелдік жеке және заңды тұлғалардың меншік құқығын шектеу. Басқа да реттеуші саясаттар мен механизмдер. Медиадағы меншік құқығы, контент пен бағдарламаның дамуы.

Жергілікті контентпен салыстырғандағы шетелдік контент. Аутсорсинг - 9, оффшорлар – 10, хоумсорсинг - 11. Редакциялық тәуелсіздік пен жекеменшік иелерінің арасындағы қайшылықтар. Ағылш. outsourcing – сыртқы компаниялардың қызмет көрсетуіне бизнес-процестерді немесе өндірістік функцияларды, сыртқы көздерді/ресурсты пайдалануға беру. Ағылш. offshore – ұлттық реттеуге ұшырамайтын кәсіпорын. Ағылш. homesourcing – үйде отырып телефон және интернет пайдаланумен жұмыс істейтін қызметкерлердің көрсететін қызмет түрі.

Мақалада зерттелегн тақырып бірнеше блокты қамтиды: 1 блок. Заманауи жаһандық ауылдағы медиаға меншік құқығы. 2 блок. Медианың жаһандануының әлеуметтік-мәдени және саяси аспектілері. 3 блок. Ақпараттың тауарға айналуы. 4 блок. Балама медианың самғауы.

Медиа оқыту мақсаттары. Берілген блокты меңгергеннен кейін оқытушылар қабілетті болуы тиіс: медианы бақылаудың және меншіктің әртүрлі нысандарын сипаттау; жаһандық экономиканың жұмыс істеуі және жаңа технологиялардың пайда болуын талқылау, сондай-ақ олардың медиа меншігі құрылымы мен нысанына әсері; меншіктің және медианы бақылаудың медиа, контент және трансляцияның жұмысы тәжірибесіне әсерін бағалау; медианың конвергенциясы контент өндірісінің (редакциялық материалдарды дайындау) (мысалы, аутсорсинг, оффшорлар және хоумсорсинг) жаңа тәсілдер ойлап табуға қалай ынталандыратынын нақты мысалдармен көрсету; қолданыстағы халықаралық келісімдер және ұлттық заңдар/саясат медиадағы меншік құрылымын қалай қалыптастыратынын немесе реттейтінін түсіну.

Педагогикалық әдістер мен тәжірибелік тапсырмалар. Мемлекеттік бақылау сияқты медианы монополиялық иелену медианың плюрализмі мен әртүрлілігіне айтарлықтай қауіп төндіруі мүмкін, сәйкесінше, өзін-өзі таныту бостандығына да әсер етпей қоймайды. Бәсекелестікті реттеу – журналистің тәуелсіздігі мен кәсібилігін қолдау сияқты, монополияны шектеудегі маңызды элемент. Пікірлердің алуандылығы меншік нысандарының әртүрлілігі (мемлекеттік, жекеменшік, коммерциялық) және медианың түрлі типтегі қолжетімділігі (баспасөз, радио, теледидар, Интернет және т.б.) тұрғысынан қолдау табады. Талқылауға арналған тақырып: адамдардың саулығы үшін өмірде ақпарат кеңінен таратылуы, әртүрлі және екі жақты ақпарат көздерінен тарату қажет. Әдетте, жекеменшіктегі газеттер мен хабар таратушы компаниялар бәсекелестерінің материалдарының мазмұнын сынға алады, ал

медианың концентрациясы кез келген сынды тоқтатып және өзін-өзі жарнамалаумен аяқталуы мүмкін.

Кейс-стади. Кейс-стади үшін медиа иелерінің саяси және экономикалық мүдделерінің белгілі бір мәселелерді айқындауға ықпалы туралы материалдар алу қажет. Кейс-стадида әсер ету дәрежесі немесе бақылауға ықпал ететін факторларды анықтау қажет.

Контекстік анализ. Мемлекет үшін қандай маңызды мәселе әртүрлі жетекші телевизиялық арналарда (жекеменшік, мемлекеттік немесе көпшілік) басым айқындалатынын анықтаңыз және ақпараттық материалдарды өңдеу мен амалдарды салыстырыңыз (нақты немесе бағалау тұрғысынан) (репортаж дайындау немесе материалмен айла-шарғы жасау. Жаңалықтардың жағдайлық құндылығы мен оларды жасаудың базалық ақпараты ұсынылған Блок 2 және 3-ті, Модуль 2-ні қараңыз). Әртүрлі мектептердегі мектеп басылымдарындағы редакциялық процесті талдаңыз және медиадағы меншік құқығы басылымдарды басқару, редакциялық контентке және т.б. қалай әсер ететінін қараңыз. CNN немесе Al Jazeera-дан белгілі бір тақырыптағы және нақты бір күндегі ақпараттық материалдарды қараңыз және ақпараттық материалдарды өңдеу мен амалдарды салыстырыңыз

Зерттеу жобасы .Тіркелген жетекші медиакомпаниялардың (сенімді үкіметтік агенттіктердің мәліметтері бойынша) иелері есімдерін және мүмкіндігінше олардың іскер және саяси топтармен байланысын зерттеңіз. Өзіңіздің зерттеуіңіздің нәтижесін схема түрінде елестетіп көріңіз.

Бағалау критерийлері меншік құқықтары және медианы бақылау мәселелері бойынша зерттеу нәтижелері; кейс-стадиге қатысу; контекстік талдаудың нәтижелерін жазбаша баяндау.

Оқуға арналған қосымша тақырыптар. Медиамен байланысты қызметтің және шығармашылықтың түрлері; ойындар ойлап табу (интерактивті ойын-сауық бағдарламалары); электрондық жарияланымдар; фильм, видео және фотография; программалық жабдықтама және компьютерлік қызметтер; тағы басқалар.

Медианың әлеуметтік-мәдени және саяси аспектілері негізгі сұрақтар  
Медианың әлеуметтік-саяси аспектілері:

- медиа және бұқаралық мәдениет;
- мәдени стереотиптер, теріс түсінік және ағат пікірлер;
- мәдени біркелкіліктің қауіп төндіру мүмкіндігі;
- мәдени әртүрлілік пен плюрализмнің келешегі;
- медиа және мәдени толеранттылық, түсіну және жаһандық азаматтық жауапкершілік.

Медианың саяси ықпалы:

- екі жақты ақпараттық ағынды қамтамасыз ету үшін механизмдерді беру (мысалы, солтүстіктен оңтүстікке, оңтүстіктен солтүстікке);
- медиа көпшілік ортасын кеңейту платформасы ретінде;
- медиасаяси және қоғамдық жұмылдырудың құралы ретінде;

- қоғамдық пікір қалыптастырудағы және қоғамдық күн тәртібіндегі медианың күші;

- ашық принциптерді сақтап және жауапкершілікті сезіне отырып жауапты басқаруды жылжыту. Медиа және мигранттар қауымдастығы. Жаһандық медиа және техникалық конвергенция мигранттардың қажеттіліктерін қалай ескереді. Медиа қауымдастықтардың/мигранттар диаспорасы арналарының кейс-стадиы.

Оқыту мақсаттары. Бұл блокты меңгергеннен кейін оқытушылар білуі тиіс: медиа бұқаралық мәдениетті қалай қалыптастыратынын немесе әсер ететінін түсіндіру және мысалдармен көрсету; мәдени біркелкілікке және тұрғылықты жері бойынша шектеуге (оқшаулау) қарсы іс-қимыл ретінде қабылданатын прцестер дамуының динамикасын түсіндіру; медиалар бұқаралық ортаны қалай кеңейте немесе тарылта алатынын, оған қол жеткізуді демократиялық етуін және саяси қатынасқа ықпалын тигізетінін талдау; жаһандық медиа (спутниктік және кабельдік теледидар, Интернет сияқты) мигранттар қауымдастығының ақпараттық қажеттіліктеріне қалай жауап қайтаратынын талқылау.

Педагогикалық әдістер мен тәжірибелік тапсырмалар медианың әр түріндегі мәтінді талдау. Медиа қалай бұқаралық мәдениетті қалыптастырады немесе оған қалай әсер етеді. Жаңа ойын-сауық мәдениетінің әртүрлілігінің немесе біркелкілігінің жоғарылауына медиа ықпал етеді ме, анықтаңыз. Танымал батыстық немесе жергілікті орындаушылармен орындалатын шлягердің мәтінін талдаңыз. Әннің сөзіне салынған мәдени құндылықтарды анықтаңыз және жергілікті ерекшеліктерді ескере отырып, осы құндылықтардың жарамдылығы мен барабарлығына сыни талдау беріңіз. Белгілі бір діни, мәдени немесе ұлттық топқа арналған деректі немесе көркем фильм қараңыз. Диалогтардағы осы топ туралы стереотиптік көріністі күшейтетін немесе туғызатын образдар мен сөздерді анықтаңыз. Алдын ала қатынас немесе қорытынды шығаратын элементтерді анықтаңыз.

Контекстік анализ. Жаңадан оқуға түскен тәлім алушыларға олардың қаһарманы кім және неге екенін білу мақсатында еркін сауалнама жүргізіңіз. Сауалнама нәтижелерін келесі мәселелерді ескере отырып, біріктіріңіз және талдаңыз: а) қаһармандардың нешеуі шетелдік, нешеуі жергілікті? б) бұл таңдаудың себептері қандай (мысалы, медианың оқушыларға ықпалы)? в) медиа арқылы осы қаһармандар қандай құндылықтар көрсетеді? Сіздің тұрғылықты орныңыздағы жұмысшы-мигранттарға арналған бірнеше басылымдарды оқыңыз немесе бағдарламаларды қараңыз. Осы прессада көбіне қандай мәселелер немесе тақырыптар талқыланатынын анықтаңыз. Олардың келген жері және жаңа отаны туралы мәселелер бірдей дәрежеде көрсетілген бе екен анықтаңыз. **КЕЙС-СТАДИ** Қоршаған ортаны қорғау және адам құқықтарын орнықты дамыту сияқты трансұлттық мәселелерге арналған Халықаралық жыртқыш жануарларды қорғау фонды, Plan International және басқа да мекемелердің видеоматериалы бар кез келген вебсайтқа немесе блогқа, әлеуметтік желіге немесе сайтқа кіріңіз. Сайттың интерактивті



сипаттамалары осы сайтты қолданатын әртүрлі елдердің азаматтары арасындағы диалог және консенсус құруға қалай ықпал ететінін талдаңыз.

Тақырыптық шолу. Мигранттар қауымдастығы өкілімен сұхбаттасқаннан кейін оқытушылар келесі сұрақтарға жауап алуы тиіс: а) олардың туған елінде болып жатқан соңғы жаңалықтардан хабардар болуы үшін олар қандай БАҚ түрлерін қолданады? б) олар халықаралық БАҚ-тың олардың туған еліндегі әлеуметтік-саяси мәселелерді берудегі оның нақтылығы, дәйектілігі, толықтығы туралы не ойлайды? в) оларға туған еліндегі ақпаратқа қолжетімділік психоәлеуметтік тұрғыда қалай әсер етеді?

Бағалау критерийлері зерттеу туралы есеп; тексттік/контекстік талдаулар және кейс-стади жаттығуларын орындау нәтижелері туралы жазбаша жұмыстар; пікірталастарға және сабақта өткізілетін басқа да топтық іс-шараларға қатысу.

Оқуға арналған қосымша тақырыптар

Мейнстримдік, баламалы және жаңа медиадағы жыныс, нәсіл немесе ұлт мәселесін айқындау. Медиадағы және қоғамдағы жыныстық қатынас және зорлық-зомбылық. Жеке өмірге қол сұқпау және құпиясыз қоғам. Ұлттық ұйымдар позицияларының әлсіреуі және ұлттан жоғары ұйымдардың пайда болуы (жаңа жаһандық ұйымдар, мысалы, Әлемдік банк және Әлемдік сауда ұйымы).

Ақпараттың тауарға айналуы негізгі сұрақтар

Ақпарат қоғамдық (бұқаралық) өнім және тауар ретінде:

- жарнама коммерциялық медиалардың табыс көзі ретінде;
- рейтингтер және тираждар көрсеткіштері медиа өнімдер мен қызметтерінің бағалау критерийлері ретінде;
- консьюмеризм мәдениеті (аудиторияның талаптары, тілектері және талғамы)

Ақпаратты тауарға айналдыру стратегиялары мен тәсілдері. Интеллектуалдық меншіктің ақпаратты тауарға айналдырғандағы құқықтары:

- авторлық құқық (копирайт) және басқа да ақпаратқа меншік құқықтары;
- авторлық құқықпен қорғалмаған ақпарат;
- ашық бастапқы кодымен тегін бағдарламалық қамтамасыз ету (және Creative Commons).

Оқыту мақсаттары. Осы блокты меңгергеннен кейін оқытушылар білуі тиіс: ақпаратты тауарға айналдыру процесіне анықтама беру; ақпаратты тауарға айналдыруда әртүрлі стратегиялармен, тәсілдермен танысу. медиа консьюмеризм мәдениетіне қалай кіретінін немесе нақтырақ, медиа хабарлары коммерциялық идеялардың орындалуы үшін қалай талаптар мен тілектер ойлап табатынын түсіндіру; тұлғаның немесе фирманың меншігі болып табылатын ақпаратқа, және қоғамдық мүлік болып табылатын ақпаратқа құқықты ажырату және жалпы қоғам игілігі үшін ақпаратқа қолжетімділікті дамыту мақсатында ақпаратты пайдалануға тиісті бағаны беру.

Оқыту тәсілдері және тәжірибелік тапсырмалар контекстік талдау. 2-3 күн бойы ірі газеттің немесе жаңалықтар каналының «Бизнес» бөлімін қараңыз. Жекеменшік корпорациялардың хабарламаларының көлемін күн сайын санаңыздар, оларға барлық хабарламалардың санының неше пайызы тиесілі. Сондай-ақ корпорациялар туралы хабарламаларды «жақсы», «нашар» және «бейтарап» жаңалықтар деп сұрыптаңыз.

Тақырыптық шолу. Оқытушылар кемінде 10 білімгерден олар неге тауардың нақты маркасын құп көретінін сұрап, сұхбат алу керек. Ары қарай оқытушылар алған жауаптарын жинақтап және ең көп таралған жауаптарды құп көретін тауарлардың жарнамаларымен салыстыруы тиіс.

Интеллектуалды меншік құқықтары бойынша ғылыми мақала. Оқытушылар интеллектуалды меншіктің әртүрлі аспектерін және олардың ақпаратқа жалпыға ортақ қолжетімділігіне әсерін зерттеулері тиіс. Мақалада интеллектуалды меншік құқығы тарихы; олардың артықшылықтары мен кемшіліктері; осы құқықтарды қолданғандағы пайда болатын нақты мәселелер; дамушы елдерге интеллектуалды меншік құқығының ықпалы және т.б.

Медиатехнологиялар оқытудағы әдіс ретінде ой талқылауды атасақ болады. Оқытушылар газеттен соңғы тексерілген ұлттық арналардың рейтинг көрсеткіштерін алуы тиіс. Содан кейін олар редакциялық контентті немесе жетекші газеттердің немесе телевизиялық арналардың бағдарламалық стилін талдап және талдау нәтижелерін эссеге мазмұндауы тиіс.

Бағалау критерийлері. Тексттік/контекстік талдау және зерттеу нәтижелері бойынша жазбаша жұмыс; кейс-стади/ғылыми мақала; басқа топтық іс-шаралардағы пікірталастарға қатысу.

Оқуға арналған қосымша тақырыптар: Ақпараттық қоғам/білім қоғамы. Сандық алшақтық/білімдегі алшақтық. Ақпаратқа жалпыға бірдей қолжетімділік мәселелері: интеллектуалды меншік және авторлық құқықпен қорғалмаған ақпарат құқығын ұсынуға болады.

Баламалы медианың дамуы нарықтағы басты мәселе. Баламалы медиалардың пайда болу себептері, медиа мейнстримге қоғамның сенімі, ақпараттық және коммуникациялық технологиялардың ашылуы, тұтынушылардың медиа әдеттерінің өзгеруін ерекше атауға болады. Баламалы медиалардың анықтамасы (медиа мейнстриммен салыстырғанда). Меншік құқығы және баламалы медиаларды бақылау (яғни меншік құқығы мен бақылауды демократияландыру). Баламалы медиа аудиториялары: Әйелдер, жастар, балалар, жұмысшылар және т.б., маргиналдық топтар (мәдени қауымдастықтар, мигранттар және т.б.). Балама медиалар контенті (мысалы, қауымдастықтың немесе сектордың дамуымен байланысты мәселелер). Балама медиалардағы журналистік процестер (мысалы, қауымдастықтар позициясының көрінісі, аудиториямен байланыс және интерактивті тәсіл). Балама медиалардың қоғамдағы рөлі (мысалы, айқындық, әртүрлілік және өз ойын білдірудегі бостандық). Әртүрлі жағдайларда альтернативті ортаны

қолдау, жоспарлау, басқару: Мектептегі балама медиа; Қауымдастықтағы альтернативті медиа; балама медианың коммерциялық модельдері.

Медиатехнологиялардың оқыту мақсаттары ретінде мынадай дағдыларды атауға болады: балама медианы сипаттау: олардың өмір сүру тәсілдері, ерекшеліктері және қолданылу аясы; әртүрлі форматтарды қолданып альтернативті медиалардың мысалдарын талдау: басылымдық, хабар тарату, желілік; балама және мейнстримді медиалардағы стандарттық редакциялық процестерді (жоспарлау, өндіру және таратуды қосқанда) сипаттау; Маргиналды аудиториялардың мәселелерін айқындау және оларға алаң бөлу тұрғысында альтернативті медианың белгілі бір қауымдастықтарға ықпалын бағалау; Қауымдастық немесе мектеп үшін балама БАҚ құруды жоспарлау.

Оқыту әдістері және тәжірибелік тапсырмалар кейс-стади. Оқытушылар жетекші балама медиалар туралы кейс-стади оқып (осы сияқты кейс-стадилерді онлайн табуға болады) және келесі салаладағы балама медиаларды басқару және жоспарлау саласындағы жұмыстың оңтайлы тәсілдерінің тізімін жасау: нөмірді жоспарлау (мысалы, хабарламаға арналған ақпараттық себептердің анықтамасы); деректерді табу және сипаттау; деректерді/ақпараттарды өңдеу/құрылымдау; редакциялық процеске қызығушылығы бар тұлғаларды (аудито-рияларды) тарту; процестерді басқару (редакциялық және коммерциялық); аудиторияны кеңейту және ұстап қалу; кіріс табу. Жұмыстың оңтайлы әдістерінің тізімін жасау үшін оқушылар келесі сипаттамалар тізімімен таныса алады: инновациялық; шығармашылық; жергілікті тақырыпқа тоғысқан; эффективті; оперативті; аудиторияға қатысуды ойлайтын.

Балама медиа шығаратын ұйымдармен танысу / қауымдастыққа шолу. Оқытушылар альтернативті медиа шығаратын ұйымдарға барып, басылымның редакторлары, менеджерлері және журналистерінен сұхбат алуы; редакциялық және әкімшілік процестерді және тәсілдерді бақылап, оларды медиа мейнстримдегі процестер және тәсілдермен салыстыру тиіс. Мақалаға материал қайдан алады; ақпарат көздері қалай алынады; көзқарастар (белгілі бір позицияны ұстану) қалай алынады және олар қалай өңделеді (мысалы, ақпараттандыру) аудиториядан кері байланыс қалай құрылады; кірісті қандай жолмен алуға болады; рейтингтер мен тираждар бойынша жетістік қалай бағаланады деген сұрақтарға жауап іздеу дағдысын қалыптастыру.

Медиаөндіріс. Оқытушылар маргиналды қауымдастықта болып, олардың ақпараттық талаптары мен тілектерін анықтау үшін көшбасшыларынан және қауымдастық мүшелерінен сұхбат алу тиіс. Осыдан кейін топ видео немесе подкаст түсіріп, оны Youtube-қа жүктеуі тиіс. Көрерменге эффективті әсер қалдыру үшін оған музыкалық сүйемелдеу және басқа да элементтер қосуға болады.

Бағалау критерийлеріне қатысты кейс-стадилерді анықтау. Балама медиа өндірісі; балама медиа шығаратын ұйымдарға танысу сапары туралы

жазбаша жұмыс; пікірталастарға және басқа да сабақта өтетін топтық іс-шараларға қатысу.

Оқуға арналған қосымша тақырыптар ретінде студенттерге жергілікті қауымдастықтардағы радио және телевизиялық хабар тарату жүйелері туралы шолу дайындауына кеңес беру.

Медиа және ақпараттық сауаттылық индикаторларының жаһандық жүйесін жасау; медиа және ақпараттық сауаттылықтың университеттік желісін құру; медиа және ақпараттық сауаттылық саласында ұлттық саясат пен стратегия жасауға қатысты ұсыныстар дайындау және БҰҰ-ның өркениет Альянсымен бірге медиа және ақпараттық сауаттылықтың халықаралық ақпараттық қызметін ашу – басылым авторлары мен жұмыс тобының таяу болашақтағы міндеттері. Педагогтарды даярлаудағы қажеттіліктерді ескере отырып, Қазақстанда ЮНЕСКО медиасауаттылық керуені жұмысының нәтижесінде «Медиа және ақпараттық сауаттылық» бағдарламасы академиялық білім беру үдерісіне енгізіле бастады. Медиа және ақпараттық сауаттылық керуені цифрлық қоғамның үндеулері аясында жаңа білім мен дағдыны, оқу қорларын, ақпараттық контенттерді дамытатын әлеуетті күшке айналады деген сенімдеміз.

#### **Әдебиеттер:**

1. Birdsall, W.F. (N.D.), The Internet and the Ideology of Information Technology. [http://www.isoc.org/inet96/proceedings/e3/e3\\_2.htm](http://www.isoc.org/inet96/proceedings/e3/e3_2.htm) (2.09.2009).
2. Fidler, R. 1997. Media Morphosis: Understanding New Media. California. Pine Forge Press. Green, L. 2002.
3. Communication, Technology, and Society. London, Sage Publications; Habermas, J. 1989. The Structural Transformation of the Public Sphere, trans. Thomas MacCarthy. Cambridge, Polity Press. Habermas, J. 1994.
4. Citizenship and National Identity. Steenbergen, B.V. (ed.). The Condition of Citizenship. London, Sage Publications. Littlejohn, S.W. and Foss, K.A., 2008.
5. Theories of Human Communication (9th ed). Belmont, California; Thomson Wadsworth. Marris. P and Thornham S. (Eds.). 2002.
6. Media Studies: A Reader (2nd ed.). New York, New York University Press. Pavlik, J.V. 1998.
7. New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives (2nd ed.). Boston, MA; Allyn and Bacon. Servaes, J. 2003.
8. Approaches to Development. Studies on Communication for Development. Paris, Communication and Information Sector – UNESCO. Stevenson, N. 1995.
9. Understanding Media Cultures: Social Theory and Mass Communication. London, Sage Publications. Sussman, G. and Lent, J. (Eds.). 1991.
10. Transnational Communications Wiring the Third World. Newbury Park, California; Sage Publications.

## АҒЫЛШЫН САЯХАТШЫЛАРЫ МЕН ҒАЛЫМДАРЫНЫҢ ОРТА АЗИЯНЫ ЗЕРТТЕУІ

*Тіленберген А.М.,  
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,  
журналистика факультетінің PhD докторанты  
Алматы, Қазақстан.*

«Қазақ» деп аталатын ұлтымыздың мекені, қасиетті даласы ежелден-ақ шетел миссионерлері мен саяхатшыларының қатты қызығушылығын тудырған. Адамзат тарихында «Ұлы географиялық жаңалық (ашылу)» деп аталатын заман XV ғасырда басталып XVII ғасырға дейін жалғасқан. Осы уақыттар аралығында Еуропалықтар сауда-саттық мақсатында теңіз жолдарын ашып, жаңа жерлер таба бастаған. Кейінірек олардың (еуропалықтардың) назары Орта Азияға, қазақ жеріне ауа бастайды. Біздің шексіз даламыз, жарқыраған өзен-көліміз, ну ормандарымыз, асқар тауларымыз әрине қызықтырмай қоймайтын еді. Ағылшын, неміс, француз қала берді көршілес орыс саяхатшыларының әсіресе, жорыққа шыққан офицерлерінің күнделік жазбаларынан айқын көрініс тауып, сол кездегі халқымыздың, тұрмыс-тіршілігінен, әлеуметтік жағдайынан мол мағлұматтар бүгінгі күнге жеткеніне көзіміз жетіп тұр.

Әрине, саяхатшылардың рөлі көбіне барлаушылықпен ауысқан кездері аз емес. Олардың біздің қасиетті даламызды зерттеп, халқымыздың санын, мінез-құлқын зерделеп өздерінің жоғарғы басшыларына құнды ақпараттар беріп отырды.

Орта ғасырларда (XVII ғасыр) Орталық Еуразия туралы жазбаша пікір қалдырған ағылшындардың бірі Роджер Бэкон болды. Роджер Бэкон «Команияны-Половецкая степь» даласының тарихи-географиялық сипаттамасын бере отыра, Дон мен Еділдің тоғысы мен одан шығысына қарай Жеті өзенге дейінгі жерлердің (Қаңлылар мекенін) саяси және этникалық өзгерістерін сипаттайды. Бэконның тарихи-географиялық сипаттамалары орта ғасырларға тән типтік жинақ болды. Кейінірек ағылшын авторлары ұзақ уақыт бойы итальян, француз және испан дерекнамаларын сондай-ақ латын және араб тілдеріндегі аудармаларды пайдаланды. Тек XVIII ғасырда Британдықтардың Азия туралы алғашқы ақпараттарды Шығыс елдеріндегі отандастарының сауда қызметі арқылы алуға мүмкіндігі болды. Энтони Дженкинсон 1558-1559 және 1562-1563 жылдары Ресейден Иранға екі рет сапар шегіп, қазақ даласы мен Орта Азияны аралаған ағылшын саяхатшыларының тізімін атап көрсетті. Өз күнделігінде Оралдың шығысындағы дала «Қазақия» деп аталады деп қазақтар туралы этнографиялық сипаттама материалдар, сондай-ақ сол кездегі Оңтүстік Қазақстан мен Орта Азия хандықтарының саяси тарихы туралы материалдар берілген. Сонымен қатар, Оралдың шығыс аймақтарында Ричард Джонсон (1565-1567), Артур Эдвардс және Лоуренс Чапман (1568) Энтон Марис пен Френсис Черри (1587) саяхаттаған. Біраз уақыттан кейін, бұл материалдар 1598-1660 жылдары Ричард Хаклейттің «Хаклейттік жиынтық» деп аталатын

жинақта түрлі ағылшын саяхатшыларының құжаттар, сипаттамалар, күнделіктер мен жазбалар жинағында жарияланады[2,54 б].

1625 жылы Сэмюэл Перчас жинақтың кеңейтілген нұсқасын шығарды. Жинақ 1905 жылы Англияда 1965 жылы АҚШ та 20 томдықта басылып шықты. Оның ішінде VI ғасырдан XVII ғасырға дейінгі барлық әйгілі еуропалықтардың саяхаттары қамтылды. Саяхат материалдарының жариялануы Дж.Флетчердің «Татарлардың шығу тегі туралы» тарихи-философиялық трактаттарының пайда болуына ықпал етті (XVI ғасырдың соңы XVII ғасырдың басында 1677 жылдары басылып шықты [3]. Ал, Дж. Милтонның «Мәскеу жайлы қысқаша еңбек» деп аталатын жинағында Орал, Еділ бойында Сібірде және Орталық Азияда түрлі халықтары өмір сүретін кең аумақтардың тарихи, саяси және этнографиялық географиялық құрылымын сипаттауға тырысқан.

Ағылшын зерттеушісі Джордж Демко «The Russian Colonization of Kazakhstan» деп аталатын кітабында еліміздің биік шыңдары мен тауларына қызыға қарап, мынандай сипаттама береді: «Қазақстанның ең көрнекті топографиялық ерекшеліктерінің бірі - Мұғалжар таулары. Бұл таулар Орал жотасының оңтүстігінде орналасқан, олар Қазақстанда екі параллельді жоталарға бөлінеді. Жоталардың екеуі де үздіксіз емес, бірақ екеуі де қатты оқшауланған массивтер түрінде пайда болады. Батыс жотасы екеуінің ең биік және тік жері болып табылады, дегенмен биіктігі сирек 1000 футтан асады. Мұғалжардың солтүстік бөлігі дала аймағында, ал оңтүстік бөлігі шөлейт жерде орналасқан. Мұзды мұхиттың солтүстігінде және Арал теңізі мен оңтүстігінде Балқаш көлінің арасындағы дренажды бөлуді құрайтын қазақтың биік таулығы – бұл жергілікті тау бөктері. Бұл аймақтың рельефі орталық таулардан төбешік жазыққа дейін созылады. Қазақ тауының солтүстік-шығыс бұрышы дала аймағында, ал оңтүстік бөлігі шөлейт жерде орналасқан. Таулы аймақтар – Алтай және Тянь-Шань сілемдерінің бөліктері. Алтайдың тауларының Қазақстанның шығыс шетіне созылатын шағын бөлігі – бұл тау бөктерінде, биіктігі сирек 2000 футтан асады. Бұл аймақ сулары көп аңғарлардың бірі болып табылады. Қазақстанның оңтүстік-шығыс бөлігіндегі екі таулы аймақ Тянь-Шань сілемінің құрамына кіреді, салыстырмалы түрде биік және таулы аймақтар болып табылады, онда ең биіктері 5000 футтан асады. Осы таулардың негізіндегі тау етегі жолағы құнарлы топырақпен жабылған, оны көптеген биіктіктерден ағатын ұсақ ағындар суарады»[4,20 б]. Автор бұл еңбегінде, қазақ халқына тиесілі бүкіл аймақ пен жерлерінде шоғырланған халықтың санын, табиғатын зерттеген.

XVIII ғасырда Орта Азия аймағына келген алғашқы британдық шотланд дәрігері Джон Белл 1714 жылы орыстармен араласып 1715 жылы А. Волынскийдің Ирандағы экспедициясына қатысты. Өзінің естелігінде Ресейдің Хиуаға жасаған құйтырқы әрекеттері туралы жазады. Сонымен қатар Сібірге барып Семей туралы да тарихи-этнографиялық сипаттама береді. Елімізге қызығушылық танытқан келесі саяхатшымыз Джон Элтон болды. Тек қана қазақтар тұратын өңірде Джон Элтон төрт жыл бойы алдымен Орынбор

экспедициясының құрамында қызмет атқарған (1734-1738). Элтон, кіші жүз мекендеген аймақтардың біршамасын аралап, XVIII ғасырдың екінші жартысында Батыс Қазақстанда жүргізілген сан алуан экспедицияларды, Еділ мен Жайық облыстарының географиялық карталары және экспедиция басшылығы жүргізген келіссөздерді қамтитын материалдар жианқтаған. Бұл Ресей протекторатының кіші жүзді мойындай бастаған алғашқы жылдары еді. Дәл осы жылы Әбілқайыр мен ол бастаған жүзге деген қызығушылық арта түскен кез еді. Бұл қызығушылық 1736 жылы Арал маңындағы Әбілқайырдың бас кеңсесінде болған Орынбор экспедициясының тағы бір мүшесі Джон Кастлдың күнделігінде көрініс тапты. Джон Кастлдың күнделігінде (1741ж) даладағы жағдай, қазақтардың қоғамдық өмірі, аймақтың табиғаты, Әбілқайырдың саяси ортасы, сол кезеңдегі қазақтар арасындағы әскери қызметтер, қазақтардың күнделікті өмірінің этнографиялық эскиздері, психологиясы мен әдет-ғұрыптары туралы өте маңызды және егжей-тегжейлі ақпараттарды қамтыды[5]. Күнделік 1874 жылы Ригада автордың толықтыруларымен жарық көрді. Батыс Қазақстанда белсенді қызмет етіп, Орта Азия хандықтарымен сауда жасаған ағылшын саудагерлерінің ішінде 1740-1741 Орынбордан Хиуа мен Бұқараға саяхаттаған Рейнолд Хоуг болды. Коммерциялық маңызы бар ақпараттардан басқа Хоуг, Хиуа жоңғарлары мен қазақтар, қарақалпақтардың орыстармен қарым-қатынасы және Ресей саясатының Орта Азиядағы болашағы туралы материалдар жинады. 1744-1748 жылдары британдық, шотландық дәрігері Джон Куг та М. Голициннің Ирандағы елшілігіне қатысты. Куг өзінің мемуарларында Батыс Қазақстан туралы географиялық және этнографиялық мәліметтерді қалдырды [6]. Дж. Хэнвейдің Иранға жасаған сапарынан бастап өз отандастарынан саяхаттары туралы материалдар жинай бастаған. Дж. Хэнвейде барлық естеліктер мен күнделіктер, оның «Британдық сауда Каспий теңізі арқылы» атты тарихи баяндамасы [7]. XVIII ғасырдың бірінші жартысындағы қазақтардың өмірін көрген және сипаттаған, Иран-Каспийдегі британдықтардың әрекетімен созылған ағылшын авторларының ұжымдық жұмысы. 1830 жылдардың аяғы 1840жылдардың басында Ч.Стаддер, Джеймс Эббот, Ричмонд Шекспир және Артур Конолидің бірнеше әскери барлау экспедициялары өтті. Олардың жүргізген есептерінде ағылшындардың белсенділігі дипломатиялық және барлау миссияларының шеңберінен өтіп, Англия мен Орта Азия хандықтары арасында антиресейлік одақ құру нақты жоспарға айналғанын көрсетеді. Мұны Эбботтың баяндамасын анық аңғаруға болады[8]. Капитан Эббот сонымен қатар өзінің қызыққа толы оқиғаларын қазақтардың Каспий маңындағы жерлерде сипаттаған. Сонымен қатар кіші жүз қазақтарының тұрмысын, әдет-ғұрпын аса қызығушылықпен бақылаған.

1848 жылы ағылшын саяхатшысы әрі суретшісі Томас Аткинсон мен оның жұбайы Люсидің жеті жылға созылған эпосы басталды. Т.Аткинсонның «Шығыс және Батыс Сібірдегі зерттеулер» атты кітабы жарық көрді. Кейінірек, Т. Аткинсонның өлімінен кейін әйелі Люси өзінің естеліктерін жариялады[9]. Аткинсон кітаптары бұл сол кездің әдебиетіндегі жаңа серпін

болатын. Авторлар көркем құндылықтан басқа оқырмандарға куәгерлердің көзімен суреттелген және жинақталған көптеген материалдарды ұсынды. Бұл Қазақстанның шығыс аймақтарының егжей-тегжейлі сипаттамасы, қазақ қоғамының әлеуметтік құрылымы, күнделікті эскиздер, аңыздар, поэтикалық және эпикалық шығармалар, материалдық ескерткіштерінің сипаттамалары. Т. Аткинсонның шығармасы әдебиет әлемінде үлкен резонанс туғызды, бірнеше рет қайта басылып шықты оның ішінде ХХ ғасырда (1865 жылы орыс тіліне аударылды). Англия мен Ресейдің Орта Азияға қойған мақсаттарындағы айырмашылықтар аймақты зерттеу, материалдарды іріктеу, белгілі бір мәселелерге баса назар аудару, сонымен қатар терминологиядағы айырмашылықтар да көрінді. Ағылшын зерттеушілерінің басты еңбегі сол кезде жалпыға белгілі болған «Түркістан» терминін енгізу болды. Егер ХІХ ғасырдың бірінші жартысындағы орыс дереккөздерінде қазақ даласын «Дала мекені» ал, оңтүстігінде орналасқан жерлерді – «Бұқария» (немесе Ұлы Бұқария) деп атаған. Ағылшындар тарихи және лингвистикалық аспектілерде басым факторды аймақтағы халықтардың көпшілігі түркітестек екендігін баса айтқан. Тарих ғылымның кандидаты өзінің зерттеулерінде Көшім Есмағамбетов Т. Аткинсонның кітабында Семей, Аякөз, Қапал, Верный т.б қалалар мен бекіністерде тұратын халық саны, тұрғындарының кәсібі туралы мәліметтер көп берілген. Зайсан көлінің балық байлығын, Шыңғыстауда күміс кенінің табылуы, Змеиногоorsk маңындағы бал шаруашылығы, қазақтың феодалдық топтарының арасындағы талас-тартыс жөнінде кітаптың бірнеше тарауларында баяндалған дейді. Сол өңірдегі Махмуд деген байдың үйінде болған Т.Аткинсон қазақ ақынын кездестіргендегі жазған естелігінде, «өткен өмірдегі батырлық туралы мына ақынның жырын юақташылардың ықылас қоя тыңдағаны соншалық, тіпті кезінде Гомер де мұндай ілтипатқа ие болмаған шығар. Қазақ ақынының өз халықна ықпалы Гомердің гректерге ықпалынан мысқалдай кем емес. Бастапқыда таулар мен далалардың сұлулығы, қазақтың сәйгүліктері туралы жырланғанда тыңдаушылар үнсіз отырған еді, ал даңқты айқастар туралы жырлай бастағанында олардың жүздері өзгеріп сала берді. Тіпті кейбірі орындарынан атып тұрып айбалталарына жармасты.... Міне, сауаты жоқ дала жырауының өз бауырластарының жан дүниесін баурап алар күші осындай. Оның шабытты өлеңдерін мен ұзақ тыңдадым» делінген. Расында да ХІХ ғасырда бостандық рухты жырлаған Махамбет, Шернияз, зар заман әдебиетінің айтулы тұлғалары Шортанбай, Мұрат, Дулат, Әубәкір сияқты елін сүйген ақындардың бірімен кездескен шығар деп жобалаймын.

Британдықтар мен басқа да ағылшын ғалымдары Түркістан деп Сібірден бастап Ауғанға дейінгі жерлерді атаған. Өзініңіз байқап отырғандай бұл еліміздің тек азғана жері. Елімізде өзге ұлт зерттеп үлгермеген қанша жер бар десеңші....Елімізге сапар шегіп өздерінің зерттеулерін жүргізген Олоф Корое, Лоуренс Крадер, Бартольд сияқты ғалымдарымыз өздерінің еңбектерінде Қазақстанның жерлерін аса қызығушылықпен сипаттап жазған. Сонымен қатар, біздің ұлттық киімге де К.Зелда Кутес «Soviets in central Asia» атты еңбегінде арнайы тарау арнаған. Бұл біздің өзге ұлттан ерекшелеп тұратын



алғашқы сыртқы бейнеміздің де өзге ұлттан ерекшелеп тұратын сыртқы келбетіміздің де өзге ұлттың қызығушылығын арттырғанының белгісі. Автор кітабының 128 бетінде «A typical Kazakh collective farm woman – Kuldyash Avnyumosova, of the ‘Red combine’ farm» деп қазақ әйелінің суретін беріп, колхоздағы іскер қазақ әйелі деп жазған[10].

XIX ғасырдың екінші жартысында саяхаттың әдеби жанры сәнге айнала бастағандай. Венгр ғалымы және саяхатшысы А.Вамбери Орта Азияда мұсылман халықтарымен бірге етене араласып, көптеген зерттеулер жүргізген. Сонымен қатар бұл кезеңдегі Қазақстан мен бүкіл Орта Азия туралы ең ірі басылымдарға Генри Лонсделли, Лорд Керцон және А.Краус шығармалары енген. Генри Лонсделли 1880 жылдары миссионер және корольдік географиялық қоғамның мүшесі ретінде қазақдаласын, сонымен бірге Құлжа, Бұқара, Хиуа және Мерв арқылы Орта Азия оазистерін аралап өтті. Оның кітабындағы барлық дерлік мәліметтер қазақ халқының дамуы және тарихымен байланысты болды. (1885ж). Лонсделли жұмысының энциклопедиялық сипаты оған саясат, география, табиғат, этнография және Орта Азия тарихына қызығушылық танытқандар арасында үлкен танымалдылыққа ие болды. Алайда, бұл кітапты сынға алғандар да табылды. Ол орыс шенеуніктері мен Ресей отаршылдық органдарының ресми ұстанымдарына шамадан тыс сенді деп айыпталды[11] Лонсделли «Орта Азиядағы орыстар» кітабынан басқа «Сібір» атты еңбегін жазды. Онда ол қазақтардың тарихы мен этнографиясы мәселелеріне де тоқталды. Лонсделли жүзге бөлінген қазақ халқын жеке халықтар ретінде қарастыруды ұсынды[12,376 б]. Өздеріңіз байқап отырғандай, қазақ халқының жүзге бөлінуінің өзі өзге ұлт өкілдерінің қызығушылығын арттырып, еліміздің тарихын зерттеп ғылыми зерттеулерін бізге арнаулары құр халық еместігіміздің айғағы. Осы орайда Лоуренс Крадер «Peoples of Central Asia» атты кітабында қазақтың жүздерге бөлінуі туралы былай деп жазған: «Әдеттегідей, қоғамдық-саяси ұйым үш ордан, жүзден тұрды. Бұл орда құрамдас топтар, ру-тайпалар және ордадағы отбасылар сияқты үлкен дәрежеге ие болды. Үлкен Орда - Ұлы жүз, Жеті-Су ауданында Балқаш көлдері мен Ыстықкөл арасындағы жерден көшіп келген. Орта жүз, Орталық Қазақстанды мекендеді, Балқаш көлінің солтүстігінде, Сібірдің ұлы даласының оңтүстігінде. Орта Орданың батысы, Аралдың солтүстігі мен батысы Каспий мен Жайық өзендеріне дейінгі көшіп-қонған елдімекен Кіші жүзге тиесілі болды. XVIII ғасырдың аяғында Орал мен Еділ өзендерінің арасындағы далада казактар Жайықтың артында Бөкей ордасы деп аталатын төртінші орда құрылды. Даланы 1770 жылы Қытайға қоныс аударған қалмұқтар басып алды. Қазақтар Азияның көрші аймақтарында орналасқан. Олар XV ғасырдың аяғы мен XVIII ғасырдың басында саяси жағынан бірікті; XVII ғасырдың аяғы мен XVIII ғасырдың басында Тәуке хан тұсында олардың бірігуінің соңғы ұлы кезеңі болды» деп, кітабының соңында жүздердің бөліну кестесін де көрсеткен[13].

Ресейдің Орта Азияны жаулап алуының әскери-саяси және халықаралық маңызын зерттейтін басылымдардың қатарына Алексис Краустың «Азиядағы Ресей» атты кітабы енді. Өз кітабында автор «бұрын қазақтар өзге елді мекендер мен керуендерді басып алған жігерлі халық еді, бірақ олар Ресейдің соғыс отарына түскеннен кейін қорқыныш сезімі билеп, көптеген басуларға көніп келеді....» дейді.[14. 6-7 б]. Осы орайда Перовскийдің де жазғанын айта кету керек, Хиуаға экспедициясы кезінде ол, қазақ халқынан алынған малды тәркілеу туралы мәліметтер келтірген, автор жаулап алғаннан кейінгі қазақтардың көңіл-күйін былай сипаттайды: «орыстардың шабуылынан басын көтере алмай жерлерін қорғай алмай қалған қазақтар, өртәуелсіздіктерін жоғалтпаған сыңай танытады, қазақтардың әліде басым көпшілігі жаулап алушылармен одақтас екенін мойындамай келеді» делінген [15,31б]. Орыстар дала көшпенділерінен өздерінің әскери және мәдени артықшылығын айта отырып, олар Орталық Еуразиядағы империя тәжірибесі мен саясатын қалыптастыру үшін тайпа көсемдерінің мұрасы мен тұрақты күшінің мықты екенін мойындады. Қазақ халықтары, Вирджиния Мартин және пікірінше, патша әкімшілерінің және кейіннен славян колонизаторларының алдында отаршылдық басқару техникасын пайдалануға және империяның жаңа тәжірибелерін өз мәдениеттеріне бейімдеуге тырысты. Жоғарыда айтып өткенімдей ағылшын ғалымы Э.Бекон көптеген еңбектерін революцияға дейінгі қазақ қоғамының әлеуметтік құрылымын зерттеуге арнады. Ағылшындық А.Худсон мен Э.Беконның еңбектері көптеген мәселелерді, соның ішінде қазақ халқының тарихы мен этнографиясын қамтиды. Автор қазақ отбасыларын ұйымдастыру, қазақтардың мұрагерлік құқығы, байлар мен кедейлер арасындағы алшақтық және пайдаланудың жасырын нысаны, тұрғын үй, тамақ, неке салт-дәстүрлері мәселелеріне назар аударады. 1914-1919 жылдары Орталық Қазақстанда жұмыс істеген ағылшын инженері Дж. Уорделл, «Қазақтар ержүрек те, еркіндікті сүйетін халық, бірақ өзге де көшпенділер сияқты елгезектеу. Олар достарына ақкөңілде қонақжай, жолаушыға қайырымды, алайда жауларына аяушылықты білмейді. Оларға табиғат шешендік пен әзіл-мысқыл сезімін молынан сыйлаған. Балаларын шексіз сүйеді, ұлға үлкенді құрметтеу, әкеге әкелік борышты сезіне білу тән» дейді [16, 83б].

XIX ғасырдың екінші жартысы мен XX ғасырдың басындағы еліміз туралы барлық ғалымдардың зерттеулері ағылшын тарихнамасына енген. Атап айтсақ, В.Ричлер-Ричмерс, Р.Берслем, Г.Равлисон, Ф.Бернаби, еңбектері. Аталған серияда көп саяхат жасаған және Орталық Азия туралы жазған ағылшын журналисті және ғалымы Д.Булджердің кітаптары ерекше. Ол Якуб-бектің өмірі [17] Англия мен Ресейдің Орта Азиядағы кітаптары [18], Орта Азия портреттері [19], және Орта Азия сұрақтары [20] авторларының бірі. Булгердің еңбектері танымдық материалға бай болған, сол кезеңнің еуропалық тарихнамасында елеулі құбылыс болған.

Өздеріңізге белгілі, XX ғасырдың тарихи дамуында қазақ кеңестік әдебиеті идеологиялық және көркем биіктерге жетті, бұл бүкіл одақтық

көркем әдебиеттің қазынасын толықтырып, байытуға мүмкіндік берді. Жас қазақ кеңестік әдебиеті, ұлттық өмірдің барлық салаларындағы тың мәселелерді көтерді, соның арқасында оның бүкіл одаққа танылуына әкелген осындай көркемдік құндылықтар пайда болды.

Қазақстандық авторлардың шығармалары Батыс пен Шығыс халықтарының көптеген тілдеріне аударыла бастады. Қазақстан шетелде жарияланған шығармалардың саны жағынан Кеңес Одағы елдерінің арасында алғашқылардың бірі болып саналады. Шынында, Абайдың өлеңдері, М.Әуезовтың романдары, С. Мұқанов, Г.Мүсрепов, Г.Мұстафин, Т.Ахтанов, А.Нұрпейісов, Б.Момышұлы, А.Әлімжановтың шығармалары көптеген шетел тілдеріне аударылып, жарық көре бастады[21,7 б].

Эдвард Алвордстың айтуынша, XIX ғасырда қазақ елі жаппай сауат ашуға бағытталды. Абай Құнанбайұлы, Ыбырай Алтынсарин сынды көзі ашық интеллигенттер Орта Азия халықтарының білім алуына бар күшін салды дейді. XIX ғасырда болған ең басты жетістік те осы еді. Олардың ең бастысы қоғамды «зиялылар» қатарына қосу еді. Бұл орайда Садриддин Айния өз естеліктерінде, бұл халыққа деген жанашырлық сезімі дейді. XX ғасырдың басында 1915жылдары өзін сауатты деп таныған әр кәсіби маман бос уақытын жазу мен сызуға арнады. Бұл әлеуметтің бірден тазарып шыға келгенің айғағы сияқтыболып көрінеді[22]. Орта Азияның ішінде қазақ интеллигенцияның көшін бастаған Алаш Орда ұлттық партиясының негізін қалаушы, 1917 жылғы бүкілресейлік жиналыстар басқармасының мүшесі, ҚазАССР басқармасының белдіқайраткері, 1920 жылы қазақ білім беру комиссары, белді қоғам қайраткері Ахмет Байтұрсынұлы болды. Автор, сол кездегі түркі тілдес халықтарының арасында біршама зерттеулер жүргізіп, мынандай фактілер келтіреді: түркі тілдес халықтары мен ирандықтардың 10 млн халықының кейінірек Орта Азияға толыққан орыс және украин халықтарын қосқанда 1145000 ның 6 пайызы ғана Хиуа мен Бұқараны қоспағанда 1915 жылы оқып, жаза алды. Ферғана облысында тұратын халықтың 0,6 пайызы 1915 жылы 99,1 пайызға көтерілді. Бүкіл ұлттың сауат ашу дәрежесі 2,9 пайызды құрады. 1207400 халқы бар Самарканд облысында 3,2 пайызға дейін көтерілді. Хиуа мен Бұқараны қосқанда жалпы сауатты халықтар саны 1926 жылы 3,5 ге жетті. Өзіңіз байқап отырғандай халықтың сауат ашуға деген құлшынысы көп байқалмады.

#### Республика бойынша жоғары білімі бар адамдардың саны

	Жоғары білімі				Мың адамға шаққанда жоғары білімі бар адамдар саны	
	1939	1959	1970	1979(1939=100)	1939	1979
<b>КСРО</b>	39	1.1	3.7	321	6	18
.....	77		78			

<b>Өзбек КСР.....</b>	20	5	10	532	3	13
<b>Қазақ КСР.....</b>	27	4	11	415	4	12
<b>Қырғ ыз КСР.....</b>	3		27	837	2	13
<b>Тәжік КСР.....</b>	3		21	694	2	10
<b>Түрік мен КСР.....</b>	4		20	491	3	13

**Республика бойынша барлық типтегі жалпы білім беретін мектептер.  
(жұмыс жасайтын және ауыл жастары мен ересек мектептерін қосқанда; оқу жылының басы)**

	Барлық типтегі жалпы білім беретін мектептер саны						Оқушылар саны (мың)					
	914/ 15	940 -	955 -	958 -	959 -	960 -	914/ 15	940 -	955 -	958 -	959 -	960 -
		194	195	195	196	196		194	195	195	196	196
		1	6	9	0	1		1	6	9	0	1
<b>СРО .....</b>	<b>23.6</b>	<b>98.8</b>	<b>13.0</b>	<b>15.1</b>	<b>20.5</b>	<b>24.4</b>	<b>.656</b>	<b>5.5</b>	<b>0.0</b>	<b>1.4</b>	<b>3.3</b>	<b>6.1</b>
	87	34	23	63	68	52		52	70	83	64	86
<b>збек КСР .....</b>	<b>65</b>	<b>.448</b>	<b>.418</b>	<b>.877</b>	<b>.165</b>	<b>.511</b>	<b>7.5</b>	<b>.31</b>	<b>.35</b>	<b>.37</b>	<b>.43</b>	<b>.55</b>
								5	0	3	1	2
<b>азақ КСР .....</b>	<b>.006</b>	<b>.971</b>	<b>.658</b>	<b>0.25</b>	<b>0.29</b>	<b>0.40</b>	<b>05</b>	<b>.15</b>	<b>.34</b>	<b>.51</b>	<b>.63</b>	<b>.81</b>
				2	6	1		8	4	9	4	6
<b>ырғ ыз КСР .....</b>	<b>07</b>	<b>.698</b>	<b>.900</b>	<b>.902</b>	<b>.923</b>	<b>.978</b>		<b>34</b>	<b>26</b>	<b>41</b>	<b>60</b>	<b>98</b>
<b>әжік КСР .....</b>	<b>0</b>	<b>.789</b>	<b>.784</b>	<b>.800</b>	<b>.885</b>	<b>.934</b>	<b>.4</b>	<b>15</b>	<b>34</b>	<b>44</b>	<b>66</b>	<b>93</b>

үрік мен КСР .....	8	.528	.281	.348	.429	.467		52	32	48	61	79
-----------------------------	---	------	------	------	------	------	--	----	----	----	----	----

[23]

Зерттеуші ғалым Джефри Виллер «The peoples of Soviet Central Asia» атты кітабында, «XIX ғасырдың екінші жартысында Орталық Азияда қазақтардан құралған жазушылар тобы пайда болды. Олардың басты мақсаты қазақтарды заманауи ұлтқа айналдыру еді. Осы топтың алдыңғы қатарлы зиялылары Шоқан Уалиханов, Ыбырай Алтынсарин, Абай Құнанбайұлы болды. Олардың ішінде Абай Құнанбайұлы орыс әдебиетін жатқа білсе, Ыбырай Алтынсарин мен Шоқан Уалиханов араб және парсы әдебиетін жатық меңгерген. Абай, біріншіден, ақын болғандықтан, бүкіл мәселені прозамен жеткізгенді жақсы көрді. Уалиханов қазақ мәдениетін орыстарға танытуды басты мақсатқа алса, Алтынсарин білім беру реформасына баса назар аударды», делінген [24, 106 б]. Осылайша, елім деп, жерім деп, халқымды қалай болса да сауаттандырамын деп халқымызға жаны ашып, өмірінің соңына дейін өз мақсаттарының соңында өткен зиялыларымыз өзге ұлттың таңданысын туғыза берді.

Қазақ елі туралы шетелдік басылымдарда мақала-мәліметтердің жарық көруі, шетел саяхатшылары мен жиһанкездерінің қазақ жері мен еліне деген қызығушылығы басталған кезден басталды. Олар әуелі Орта Азияға аңсарлары ауып, Ресей арқылы біздің кең байтақ даламызға келіп, біздің әдет-ғұрып, салт дәстүрімізге қанығып, қонақжайлығымызға риза боп, бас иіп Орта Азияға аттанып жатты. Жоғарыда атап өткеніміздей Энтони Дженкинсон 1558-1559 және 1562-1563 жылдары Ресейден Иранға екі рет сапар шегіп, қазақ даласы мен Орта Азияны аралаған ағылшын саяхатшыларының тізімін атап көрсетті. Өз күнделігінде Оралдың шығысындағы ұлт «Қазақия» деп аталады деп қазақтар туралы сипаттама материалдар, сондай-ақ сол кездегі Оңтүстік Қазақстан мен Орта Азия халықтарының саяси тарихы туралы да жазған. Тарихшы Көшім Есмағамбетов өз зерттеулерінде шетел басылымдарында жарияланған қазақ ұлтына қатысты материалдарға жіті назар аударып, бірнеше мақала мен ұлтымызға қатысты құнды мәліметтерді тауып жариялап кетті. Өзінің 1992 жылы жарық көрген «Что писали о нас на Западе» атты кітабында 1917 жылға дейін Батыс Еуропа мен Америкада жарияланған басылымдардың толық нұсқасы берілген [25]. Солардың бірі Томас Аткинсон мен жұбайы Люсидің жазбалары. Бұл жазбалардан ұлтымыздың сол заманғы тұрмыс-тіршілігінен деректер мен мағлұматтар аламыз. Сонымен қатар Орта Азияның өзге елде зерттелуі туралы көптеген мағлұматтар жинаған саясаттану ғылымының докторы Мурат Лаумилин. Оның жарық көрген мақалалары мен жазған еңбектеріндегі ақпараттарға қарап, елімізге деген қызығушылықтың жыл сайын артқанын байқаймыз. Мінеки, ежелгі саяхатшылар мен әскери экспедицияларының қазақ жеріне жасаған жорығының нәтижелері.

### **Пайдаланган әдебиеттер тізімі:**

1. Laumulyн M.T. Востоковедение в Англии и изучение Центральной Азии//Казахстан-Спектр. N2,2000, с.-54-88
2. Fletcher G. Essay upon some probable Grounds that the Tartars. — London: 1677.
3. George J. Demko. The Russian Colonization of Kazakhstan 1896-1916. Indiana university, Bloomington Mouton and Co., The Hague. The Netherlands. 20-21p
4. Esmagambetov K.L. Reality and falsification. Anglo-American historiography of Kazakhstan. Alma-Ata, 1976., It is. Kazakhstan in the works of Western authors. Alma-Ata, 1979 (in Russian)
5. Нус E.R., Gabet J. Recollections of a Journey through Tartary, Thibet and China. — New York: Broadway Travelers, 1852 (2nd ed. Introduction by P. Pelliot. — London, 1928).
6. Hanway J. An Historical account of the British Trade over the Caspian Sea. Vol. 1—4. — London, 1758.
7. Abbot J. Narrative of Joutney from Heart to Khiva, Moskow and St.Petersburgh during the late Russian Invasion of Khiva, with some account of the Court of Khiva and the Kingdom of Khaurism. 2 vols. — London,1843
8. Atkinson T.W. Oriental and Western Siberia, a narrative of 7 years explorations and adventures in Siberia, Mongolia, the Kirghiz steppes, Chinese Tartary and Part of Central Asia. — London, 1858.
9. W.P. and Zelda K.Coates. «Soviets in central Asia» Greenwood Press publishers New York.1969.,128 p
10. Lansdell H. Russian Central Asia. Including Kuldja, Bukhara, Khiva and Merv. — New York: Amo Press, 1970(1887).Vol.I.-684p.; Vol.II.-732p

## **МУСИҚА МАДАНИЯТИ ФАНИНИ ҰҚИТИШДА АНЪАНАВИЙ УСЛУБ МОҲИЯТИ**

*Феруза Мирзаева*

*Олмазор тумани 28-сонли умумтаълим*

*мактаби мусиқа фани ўқитувчиси*

Кадрлар тайёрлаш миллий дастурида мусиқа соҳасидаги тадқиқотларни жадаллаштириш ва таълим тизимини мукаммаллаштириш тўғрисида 2009-2014-йилларга мўлжадданган Президентимизнинг мусиқа мактабалри ва ижодиёт уйларини қайта таъмирлаш ва уларни қайта жихозлаш учун фармони эълон қилинди. Шу туфайли мамлакатимизда мусиқага бўлган қизиқиш янада кучаймоқда. Шу сабабли бу фанни ўқитишда миллий услублар яратиш замон талабига айланмоқда. Ўқитувчилар зиммасига ҳам қатор талаблар қўйилмоқда. Ўқувчиларга кичик гуруҳларга, ҳамда

якка тартибларда янги педагогик технология асосида дарслар ўтиш лозимдир.

Истиклолимиз шарофати ила кўп асрлик мусиқий меросимизда миллий маънавий қадирятларимиз қаторига алоҳида эътибор берила бошлади. Халқимизнинг ажойиб хилма-хил ва бир биридан гўзал маҳаллий мусиқий анъаналрдан, мумтоз мусиқанинг юксак дурдоналари бўлмиш мақом намуналаридан маънавий завқ олиш рухий баҳраманд бўлиш имкониятига эга бўлинади. Мумтоз мақомларимиз, куй-қўшиқларимиз маданиятимизни юксалишидан дарак беради. Миллий мусиқа халқимизнинг бой маданияти, баркамол рухиятининг садоларидаги бадиий гўзалликни, айти пайтда эса Буюк давлатимизнинг бунёдкори бўлмиш жамиятимизнинг рух қуввати ва жон озуқидир<sup>77</sup>.

Бу анъанлар эса узоқ даврлар мобайнида шаклланган бўлиб, улар халқимизнинг турли шароитларидан, турмуш-тарзидан, меҳнат машғулотлари, турли маросимлари ва байрамлари жараёнида юзага келгандир. 7-синф дарслигида ўқувчиларга шулар ҳақида ўргатиб ва таништирилиб борилади. Улар билан ўқув йили давомида “Ўзбек мусиқа маданиятида анъанавийлик ва замонавийлик” бўлимида Сурхандарё-Қашқадарё мусиқа услуби ҳақида маълумот бериб борилади. Уларнинг мусиқа маданияти ҳақида батафсил таништирилади. Шу бўлимнинг ўзида Фарғона-Тошкент мусиқа услуби ҳам таништирилади. Бу воҳаларни мусиқа услуби ва маданияти ҳақида ўрганилади. Ўқув йили давоида мақомлар ҳақида ҳам ўрганилиб борилади.

Биз ўқувчилар билан мусиқа меросимизнинг энг йириги бўлмиш Шашмақомлар билан таништирилади. Шу билан бирга Хоразм мақомлари ва Фарғона-Тошкент мақом йўллари ҳам таништирилиб борилади. Ўқув йили давомида ўқувчилар учун янги бўлим мавзуларидан жаҳон мусиқа маданияти тарихи билан таништирилади. Ўқув йили давомида эса Ўзбекистоннинг замонавий мусиқа маданияти ҳақида ҳам сўз кетади. Шунини айтиб ўтиш керакки 7-синф ўқувчилари билан йил давомида жаҳон мусиқа маданияти билан танишиб боорилар эканки, ўқувчиларда жаҳон халқининг мусиқа маданияти қандай ривожланганлиги уларни неча босқичдан иборатлиги ва улар қайси даврларни ўз ичига олганлиги ҳақида

---

<sup>77</sup> Иброҳимов О. Мусиқа қанини ўқитиш методикаси. Т.: Ўзбекистон, 2017 йил, 21 бет

таништириб блорилади. Энг қизиқарлиги шундаки, бу даврад Вена классик мактаби намоёндоларининг ижоди ўрганилади<sup>78</sup>.

Дарс ўтиш жараёнида бу мактаб композиторлари ижоди ҳақида қизиқарли суҳбатлар олиб бориш, шу билан бирга қўшимча адабиётлардан таништириб борилади. Электрон вариантда ўқувчилар учун чет эл композиторларининг ижод асарларидан намуналар келтирилади.

Ўзбек халқининг маънавий гўзаллиги асрлар қаридан келаётган куй оҳангларда ўзининг ажойиб ва бетакрор бадий ифодасини топган. Бинобарин, миллий мусиқа кўп асрлар давомида шаклланган аждодларимиз бой маънавиятининг садолардаги жонли ифодаси бўиб, бугунги кунда янги, буюк давлат бунёдкори бўлмиш халқимизнинг руҳ қуввати ва жон озиғи бўлиб хизмат қилмоқда. Шу боисдан ҳам, Республикасизда миллий мусиқа кадриятларимизни қайта тиклаш ва ривожлантиришга қаратилган кўплаб кўрик танлов ҳамда фестивалларнинг ўтказилиши анъанага айланиб бормоқда. Хусусан, бу ўринда “Алла”, бахши-шоир ва мақом ижрочиларнинг кўрик танловлари мунтазам ўтказиб келинаётганлигини айтиш мумкин.

Айни чоғда, Ғанижон Тошматов, Муҳаммаджон Мирзаев, Орифхон Ҳотамов, Фаттоҳхон Мамадалиев, Ғуломжон Ҳожиқулов, Салоҳиддин Тўхтасинов, Абдуҳошим Исмоилов, Ўлмас Расулов сингари етук санъаткорлари ижодида бастакорлик анъаналари янги босқичга юксалди. Шунингдек, композиторлик соҳасида Икром Акбаров, Мирсодик Тожиев, Мустафо Бафоев, Мирҳалил Маҳмудов, Фарҳод Алимов, Баҳрулло Лутфуллаев, Ҳабибулло Раҳимов, Рустам Абдуллаев ва Надим Норхўжаевлар баракали ижод қилиб, талайгина мусиқа асрларини тингловчиларга тақдим этдилар. Ўзбекистон ўз давлат Мустақиллигига эришган кундан бошлаб унинг мусиқа санъати ривожидида катта ўзгаришлар рўй бера бошлади. Бунда, энг аввало, буюк аждодларимиздан бебаҳо маънавий мерос қолган мумтоз мусиқа (мақом, ашула, катта ашула, сувора ва б.) асарларини халқимиз орасида кенг тарғиб қилиш ишлари жула муғим ўрин тутмоқда. Албатта, бу каби ижодий ишларни амалга оширишда атоқли санъаткор ижрочиларнинг хизматлари беқиёсдир. Жумладан, отахон санъаткорлардан-Ўзбекистон халқ артисти Турғун Алиматов

---

<sup>78</sup> Мамирорв Қ. Мусиқа маданияти. Андижон Давлат Университети, Зиёкор нашрийёти, 15-16 бетлар



мақомларда мужассам маънавий гўзалликларни танбуру сатода, ғижжаг-у дуторда бадий “жонлантириб”, халқимиз олқишига сазовар бўлиб келмоқда.

Ўзбекистон халқ артистлари Ғанижон тошматов, Ғуломжон хожикулов, Абдуҳошим Исмоилов, Ўлмас Расулов каби маҳоратли созандалар ҳам ўзларининг бетакрор ғижжак нолалари, ўзига хос ижро сайқаллари билан мумтоз мусиқа ҳамда замондош бастакорларнинг асарларини “безак” лашга мушарраф бўлдилар.

Шунингдек, Ўзбекистон халқ хофизлари Орифхон Хотамов, Фаттохон Мамадалиев, Очилхон Отахонов, Муҳаммаджон Каримов, Қувондиқ Искандаров, Хасан Ражабий, Махмуд Тожибоев, Ўзбекистон халқ артистлари Отажон худойшукуров, Муножат Йўлчиева ва Марям Саттарова мақом ашула йўллари, Европа ҳамда бастакорлар асарларини гўзал тарзда ижро этишга эришдилар<sup>79</sup>. Айни пайтда, мумтоз мақом ва халқ мусиқа ижодиёти намуналарини тингловчиги бекам-у кўст тақдим этишда Ўзбекистон Телерадиокомпанияси хузуридаги Юнус Ражабий номидаги “Мақом” ансамбили, Ўлмас Саиджонов раҳбарлигидаги анъанавий ансамбил, Хоразм вилояти телевиденияси хузуридаги Ҳожихон Болтаев номидаги “Мақом” ансамбили, Ўзтелерадиокомпанияси хузуридаги “Дуторчилар” ансамбили сингари ижодий жамоаларнинг ҳам алохида ўрни бор.

Шу билан бирга ҳозирги давр Ўзбекистон мусиқа санъатида асосан композиторлик ижодиёти асарларининг янги турда ижро этишига мўлжалланган жамоалар фаолияти ҳам кўзга ташланади. Бу даврда айниқса “Суғдиёна” халқ чолғулари камер оркестори, Ўзтелерадиокомпанияси камер оркестори, Ўзбекистон миллий симфоник оркестори, Дони Зокиров номидаги халқ чолғулари оркестори ва Тўхтасин Жалилов номидаги халқ чолғулари оркесторининг кансерт чиқишлари эътиборли бўлмоқда.

Истиқлолимиз шарофати билан миллий-бадий қадирятларимиз қайта тикланмоқда. Ватанимиз қўшни ва узоқ хорижий мамлакатлар билан яқин маданий-мусиқий алоқларни ҳам ўрната бошлади. Ўзбек мусиқа санъатининг жаҳон сахналарида юксалаётганлигини фахр билан қайд этамиз. Ўзбек композиторлари асарларининг йирик ва нуфузли хорижий ижрочи жамоалари репертуарларидан ўрин олиши, етук санъаткорларимиз- Турғун

---

<sup>79</sup> Абралова М. Ўзбек халқининг мусиқа маданияти. Т.: Маърифат, 2015 йил, 45 бетлар

Алиматовнинг АҚШ ва Германияда, Абдуҳошим Исмоиловнинг АҚШ, Франция, Германияда, Муножат Йўлчиевнинг Францияда, Миллий симфоник оркесторнинг Туркияда, “Сугдиёна” ўзбек халқ чолғулари камер оркесторининг Испания, Голландия, Германия, Ҳиндистонда, “Ялла” ансамблининг АҚШда зафарли концерт чиқишларини айтиб ўтиш мумкин.

Халқаро танловларда муваффақиятли қатнашиб келаётган ўзбек созандалари ва хонандаларининг ҳам хизматларини алоҳида таъкидлаш керак. Бу ўринда халқаро танловларнинг ғолиблари бўлган пианиночилардан Улуғбек Полвонов, Наргиза Алиева, Гулнора Алимова, виолончел ижрочиларидан Дилшод Назаров, Суннат Иброҳимов, хонанда Анна Гузаирова каби ёш санъаткорларимиз номини хурмат билан тилга оламиз.

Айни пайтда Ўзбекистонда халқаро аҳамиятга молик катта мусиқа тадбирлари ўтаётганига ҳам эътиборли бўлмоқда. Жумладан, Самарқанд шаҳрида “Шарқ тароналари”, Тошкентда Симфоник мусиқа фестивалларни ўтказиш анъана бўлиб қолди. Шунини айтиб ўтиш лозимки, Ватанимиз Мустақил бўлган даврдан бошлаб театрнинг янги кўринишлари бўлган майдон томошалари ҳам юзага келди. Бунга Мустақиллик, Наврўз халқ байрамлари ҳамда шаҳарларимизнинг қутлуғ саналари билан боғлиқ очик майдонларда ўтказилаётган байрам томошаларини айтиб ўтишимиз мумкин<sup>80</sup>.

5 ташаббус 5 имконият шиори остида 2019 йил 19 март санасидан бери мусиқа ва санъатни ривожлантириш мақсадида мактабимизда мусиқа хор жамоаси ва мусиқа асбобларини ўргатиш бўйича тўғараклар фаолиятларини ёритиш орқали амалга оширилмоқда. Шу боис дутор, чилдирма, танбурни чалиш техникасини ўргатиш орқали ҳам 5 ташаббусни бир йўналиши амалга оширилмоқда.

## **УМУМИНСОНИЙ ҚАДРИЯТЛАР НЕГИЗИ МИЛЛИЙЛИКДА**

*Рамиза Пирназарова*

*ҚҚДУ 2-курс магистранти*

«Ҳар бир санъаткорнинг ўз мамлакати бўлади ва шу мамлакатда яшайдиган, истиқомат қиладиган ўз фуқаролари бўлади», - дейди Талъат Солиҳов. (1) Уша санъаткорнинг тили, кийган кийимлари-ю, ўзини тутиш этикасига қараб қайси мамлакатдан эканлигини ажратамиз. Доно халқимиз

<sup>80</sup> Мирзаева Ф. Мусиқа олами. Т.: Мактаб нашриёти, 2013 йил, 65 бет

«Урф-одатлари, дастурига қараб халқини тани», - деб бежизга айтмаган. Аждодларимиздан асрлар оша сақланиб, лекин қоидаси ёзилмаган бу дастурлар сал ўзгарса, менталитетимизга тўғри келмайди, вой уят бўлади дея норозилик билдирамиз. Ҳа, бизда уят, ор-номус кучли. Меҳр-шавқат, мурувват кўрсатиш, ночорга ёрдам беришга шошиламиз. Бу шарққа хос ҳислат. Кўчада кимдир юрагини ушлаб йиқилди. Югурамиз, ўнга ёрдам керак! Агар, бу ҳолат ғарбда бўлса-чи?! Мен биринчи кўрдим, тез фотога олишим керак! Қандай яхши бўлди, ана факт тайёр ва мен биринчи булиб сайтга жойлайман. Исминим машҳур бўлади. Комментарий топишим керак. У аёли билан урушиб ё компанияси касодга учраб инфаркт бўлгандир?! Сабабини тез топишим керак! Бунинг ижтимоий келиб чиқиши қандай экан-а, вазир ё ҳукумат арбобларидан бирининг кариндоши эмасмикин? ва ҳақоза... Инсон сифатида ўнга биринчи ёрдам кўрсатиш, ўнинг тирик қолиши учун тезкор ҳаракат қилиш ҳаёлига ҳам келмайди. Сенсация ва фақат мен биринчи бўлишим керак! Мана ғарбнинг тарбияси...

Глобаллашув жараёни иқлимдаги барча халқларнинг маданиятини, кадриятларини, тарбиясини, тилини, динини бир қилмоқчи. Вақт ўтиб биз ҳам меҳр-шавқатсиз, шарм-ҳаёсиз, андишасиз бўлиб қоламизми? Ҳа шундай бўламиз, чунки халқнинг юзи бўлган ижодкорлар, санъаткорлар шундай беҳаё фильмлар яратса, уни ижро этиб халққа бемалол кўрсатса! Тўй-маросимда, театр-концертларда ўзини ғарбча тутиб, тилини бўзиб гапирса, кийимлари ҳам бизга хос бўлмаса, ўзини тўтиши-ю, гапиришларида менталитетимизнинг характерини ҳисобга олмаса, албатта шундай бўламиз. Чунки инсон кўзгуга қараб ўзини тўзайди. Халқ ойнаси эса буюк ижодкор ва санъат аҳли! Улардан тарбия оламиз, изидан борамиз, у кийган кийим, минган машина, ишлатган «донолик» сўзлари урф бўлади.

Ҳар бир миллат вакили ўз кадриятларини қанчалик қадрласа, ўша миллат дунёга тез танилади. У гоҳ тили, адабиёти, мусиқаси бўлсин ҳар бирида миллийлик уфириб турса, у абадий яшайди. Масалан, Чингиз Айтматовни дунё танийди. У кичкина халқнинг катта ёзувчиси. Буюк асарлари билан кафтдек халқининг, миллатининг ҳаётини, дастурларини, кадриятларини бутун дунёга овоза этди. Ер шарида қирғиз деган миллатнинг бор эканлигини, тили қандай, дини, урф-одати, кийиниши, овқатланиши, севгиси, тарбияси, хуллас, инсонга хос табиатнинг қирғизча талқинини ўз асарларида намоён этди. Уни ўқиган ҳар киши ўша миллатга меҳри ошади, ўларни умрида кўрмаса ҳам ғайибона ошиқ бўлади. Чунки ў халқини севган, жонидан ортиқ кўрган-ки, миллатининг ҳар бир характерини ишончли тасвирлаб, кўнгилни сўзлари билан сеҳрлаб, юракларни муҳрлаб қўяди. Бизнинг халқкимизнинг-чи, Чингизи йўқми, дунёга фахрланадиган маданиятимиз, маънавиятимиз, урф-одатимиз йўқми? Бор, албатта! Бизнинг юз жилдлик фольклоримиз бор! Унда халқимизнинг мўл тажрибаси, бой мероси, маданияти жамланган. Ҳатто, олам биздан ибрат олса арзийди! Дунёда халқларнинг бирининг иккинчиси такрорламайдиган ажойиб урфлари бор. Масалан, бизда келин қайни юртидагиларнинг исмини айтмайди бу-

хурмат, иззат маъносида, қиз болани уйнинг тўрига чиқаради, уни то узатгунча асраб-авайлайди, ташқарига чиқара бермайди, калта кийдирмайди, туй-баъзимларга кўп боравермайди. Чунки қиз бола мисоли гунча, у ёмон кўзлардан, гап-сўзлардан нари бўлиши керак, бўйи етиб турмушга чиқса, борган жойи гап қилмаслик керак деган маъно бор. Шунинг учун ҳам халқимиз: «қиз йўли - қилдек нозик», - дейдилар. Бу одатларимиз бугунги кунда ҳам ўз аҳамиятини йўқотгани йўқ, у кадрият даражасига етган. Мана шундай дастурларимизнинг тагида ётган тарбия негизини ижодкорларимиз ўз асарларига сингдириши керак. Уни сахнага қўйиб дунёга кўрсатиш керак! Бизнинг ҳам миллатимиз, урф-одатларимиз, тилимиз бор эканлигини олам билиши керак. Халқ орасидан чиқиб мартабага эришиб, кейин «юлдуз» касаллигига чалиниб, чет элма-чет эл юриб, борган ерида тилини сотиб кетаётганлар йуқ эмас. Улар бир порлайди-ю, тез сўнади. Аммо, халқини севган, миллатини ардоқлаган, ҳарбир гапида, ижодида, имиджида миллийлик, халқчиллик руҳи бўлса ў инсон доимо хурмат-эъзозда, дуода бўладилар. Қайси миллатга мансуб бўлишидан қатъи назар асар ҳам, мусиқа ҳам, санъат ҳам инсоннинг онига, туйғуларига беихтиёр таъсир кўрсатади. Мана шу таъсир халқларни бир-бирига таништиради, яқинлаштиради. «Ижоднинг миллийлиги ўнинг инсонийлигига халақит бермайди, умуминсонийлик жиҳатлар миллийликдан топилади»<sup>(2)</sup>. Ижоднинг абадийлиги миллийлик ва халқчиллигидадир.

#### **Фойдаланилган адабиётлар**

1. Баҳодир Карим. «Абдулла Қодирий», ФАН, -2006.
2. Жумамуратова М. «Сөз маржанын тергенлер», «Қарақалпақстан»-1994.

## **RAQAMLI DIPLOMATIYA VA RAQAMLI SIYOSATNING MOHIYATI**

*Boboyev Xumoyun,*

*JIDU talabasi*

Bugungi kunda raqamli texnologiyalar barcha sohalarga kirib borgani kabi siyosatdga ham o'z ta'sirini o'tkazmay qolmadi. Natijada, siyosatshunoslikda yangi atamalar "raqamli diplomatiya" (*digital diplomacy*) va "raqamli siyosat" (*digital politics*) vujudga keldi. Bu atamalar ochiqlik, shaffoflik, tushunarlilik, bevosita ta'sir etish kabi xususiyatlari mavjud bo'lib, faoliyat hududi miting maydonlari, radioeshittirishlar, siyosiy kitob yoki tarqatmalar emas, asosan, internet, ijtimoiy tarmoqlar va televideniye hisoblanadi<sup>81</sup>.

Klassik diplomatiya o'zining bosiqiligi, mulohazaligi va qat'iy tartib qoidalari bilan ajralib turadi. U diplomatik etika me'yorlari va rasmiy tili orqali keng ommaga va davlat organlarga muhim ma'lumot yetkazish uchun q'ollaniladi. Raqamli diplomatiya esa o'zining nutqiy erkinligi va amal qilish qoidalarning nisbatan yumshoqligi bilan farqlanadi. Klassik diplomatiyada ma'lumotlarning aksariyati yopiq holda saqlanadi, siyosatchilar o'zlarini keng jamoatchilikdan uzoq tutib

---

<sup>81</sup> Сурма И. В/ Цифровая дипломатия в мировой политике. // Государственное управление. Электронный вестник Выпуск № 49. Апрель 2015 . С.224

turishadi, biroq bugungi davrda keng tarqalayotgan raqamli siyosat ancha ochiq va xalqqa yaqin.

Raqamli diplomatiya bugungi davrning talabi hisoblanadi. Davlat yuritayotgan siyosati har doim xalqning kayfiyati va holatidan kelib chiqadi. Chunki xalq davlatning asosiy manbayi hisoblanadi, xalqsiz davlat ham siyosat ham bo'lishi ma'nisiz. Shu sababli, qadimdan siyosatchilar o'z faoliyatini xalqqa yetkazish uchun harakat qilishadi. Eng samarali usul aholi ko'p to'planadigan joylar bozor, yarmarka, shahar markazlarida jarchi yoki voizlar aholini davlat siyosatidagi yangiliklarda xabardor etib borishgan. Shu bilan birga, broshyuralar, kitobchalar, mitinglar, radioeshittiruvlar, telemurojaatlar, gazetada murojaatlar ham qo'llanib kelingan. Bugungi davrga kelib esa, ijtimoiy tarmoqlar, internet segmenti inson hayotining ajralmas bir qismiga aylandi, aholining aksariyat qismi kibermakonda jamlandi. Shunday ekan, siyosat ham "raqamli dunyo"ga kirib keldi.

Raqamli siyosat turli tuzumga ega davlatlarda keng qo'llanilmoqda. Demokrtatik rivojlangan davlatlarda shaxsan davlat rahbarlari, amaldorlar va siyosatchilar o'zlarini yaqqol namoyon etib kelishmoqda. Ularning ishtirokini ijtimoiy tarmoqlarda, asosan, Facebook, Twitter, Instagramlar faolligidan bilish mumkin. Ular o'z auditoriyalariga doimiy ravishda, umumiy qilib aytadigan bo'lsak, hisobot berib borishadi, nima ish qilganlari, kim bilan uchrashganliklari, ma'lum masala bo'yicha o'zlarining shaxsiy fikrlari yoki davlatning munosabatini bildirib borishadi. Bu yo'l orqali saylovchilarga yanada yaqinlashish va ularning ishonchlarini oqlayotganliklarini ko'rsatish mumkin.

Raqamli dunyo ijtimoiy fikrning kuchli ta'sir ortidan vujudga kelib qolishiga sababchi bo'lmoqda. 2017-yil Germaniyada bo'lib o'tgan saylovlar davomida, o'ta o'ngchilar Facebookda so'rov o'tkazib, foydalanuvchilar va trollar orqali eng ko'p ovoz olishadi va saylovlarda g'olibga aylanganliklarini e'lon qilishadi.<sup>82</sup> Biroq real saylovlarda boshqa natijalar chiqadi. Bunday soxta natijalar saylovchilar ongiga ta'sir etishda qo'l kelmoqda. Shu bilan birga xalq va siyosiy elita o'rtasida bu ko'rinishdagi aloqaning yo'lga qo'yilganligi siyosatda yangi holatni, ya'ni, "raqamli legitimlik" gipotezasining yaralishiga olib kelmoqda.<sup>83</sup> Misol uchun, 2019-yil yanvar oyidagi Venesuelada davlat to'ntarishini amalga oshirishga urinib ko'rgan Huan Guaydo ijtimoiy tarmoqlar, Twiter, Facebook, Instagramning faol foydalanuvchisi hisoblanadi, keng auditoriyaga ega. Guaydo saylov natijalarini tan olmasligi natijasida ijtimoiy tarmoqlar foydalanuvchilar o'rtasida ham Nikolas Moduroning g'olibligi tan olmaslik kayfiyati vujudga keldi. Tez orada boshlangan noroziliklar harakatlarida aynan shu ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari ishtirok etishdi.

Ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari, ayniqsa Twiter ijtimoiy tarmog'i, davlat rahbarlarining har bir fikrlariga sharh yozishlari, muhokama qilishlari, natijada davlat rahbarining javobini olish imkoniyati vujudga keldi. Bu esa siyosiy elitada jamoatchilik fikrini shakllantirish va o'z fikrlariga xayrixohlik kayfiyatini yaratish

---

<sup>82</sup> Shopova Mila, Plambeck Katja. Politics in the digital society.2018. // <https://www.fes-connect.org/people/politics-in-the-digital-society/>

<sup>83</sup>Коньков А. Е. Цифровизация политических отношений: грани познания и механизмы трансформации //Контурь глобальных трансформаций. Том 12. № 6. 2019. С.10

vositasi sifatida qo'l kelmoqda. "Raqamli diplomatiya" natijasida siyosatning faqatgina o'z davlat chegaralari bilan cheklanishiga barham berildi. Binobarin, siyosatchilarning butun dunyo aholisiga o'z fikrini yetkaza olishi, zarur bo'lsa, ularning ongiga o'z qarashlarini singdirish ehtimoli mavjud. Shu tomondan, qaraydigan bo'lsak, raqamli diplomatiya klassik diplomatiyadan ancha keng instrumentlarga ega. Klassik diplomatiya esa hatto o'z davlat hududi aholisi bilan to'liq muloqatga erisha olmaydi.

Shunday xavfdan saqlanishga harakat qilib, ayrim davlat hukumatlari internet ustidan to'liq nazorat o'rnatishga kirishgan. Hukumatlar bu siyosatini chegara xavfsizligini ta'minlash zarur bo'lganidek, kibermakonni ham tashqi hujumdan himoya qilish kerak deb izohlashmoqda. Misol uchun, Xitoy Xalq Respublikasida 13,5 dan ortiq mashhur saytlar, jumladan, Google, Facebook, Twiter, Youtube, Watsapp, Instagram bloklab qo'yilgan<sup>84</sup>. Internet foydalanuvchilari ustidan qattiq senzura o'rnatilgan. Ularning har bir xatti-harakati kuzatib borilib, shubhali deb topilganlarga turli bosimlar va cheklovlar joriy etiladi. Kibermakon ustidan nazorat o'rnatishga qaratilgan siyosat Rossiya Federatsiyasida ham kuzatilmoqda<sup>85</sup>. 2016-yil biznes aloqalarni o'rnatish uchun mo'ljallangan LinkedIn tarmog'i bloklandi<sup>86</sup>, Telegram messenjeriga taqiq qo'yildi, shu bilan birga, boshqa ijtimoiy tarmoqlarda xavfli postlarni ulashishga ham javobgarlik joriy etildi.

G'arb olamida Xitoy va Rossiyada senzura bunday ko'rinishda joriy etilishi doimiy ravishda tanqid ostiga olib kelinadi, insonlar erkinligini cheklash deb baho berib kelinadi. Shunday bo'lishiga qaramay, xitoy va rus hukumatlari uchun ulkan davlat, ko'p sonli aholini boshqarish uchun qat'iy cheklovlar va nazoratni o'rnatish davlatchilik mustahkamligi uchun zarurligi ta'kidlab kelinmoqda.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, raqamli siyosat o'zining juda keng qamrovi, samarali ta'sir kuchi bilan ajralib turmoqda. Raqamli siyosat demokratik jamiyatlarda ham, avtoritar tuzumlarda ham keng qo'llanilib kelinmoqda. Ular amalga oshirayotgan siyosatlari o'z vositalari yordamida xalqqa yetkazish, o'z auditoriyasini shakllantirish, shu bilan birga xalq ustidan nazoratni o'rnatishmoqda. Bu hodisa keyingi yillarda yanada keng avj olish ehtimoli juda katta. Inson esa qabul qilayotgan ma'lumotlarni tanqidiy ko'z bilan tahlil qilishga, o'zini manipulyatsiya qilishlariga yo'l qo'ymaslikka harakat qilishi kerak.

---

<sup>84</sup>Власти Китая заблокировали Twitter, Facebook и YouTube. 2012. // <https://www.mk.ru/politics/2012/12/23/791051>

<sup>85</sup>Цензура (контроль) в интернете. Опыт Китая, 2020. // <https://www.tadviser.ru/index.php/>

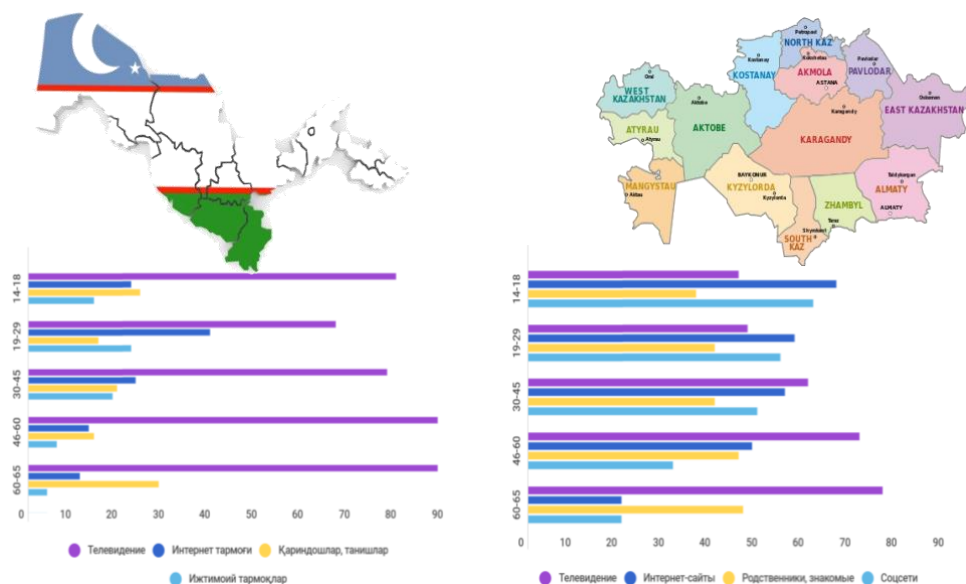
<sup>86</sup> В России заблокировали LinkedIn, 2016 // [https://lenta.ru/news/2016/11/17/linkedin\\_block/](https://lenta.ru/news/2016/11/17/linkedin_block/)

# ПАНДЕМИЯ ДАВРИДА ЁШЛАРГА ОИД ТЕЛЕДАСТУРЛАР НАМОЙИШИ

## “Менинг юртим» ва «Ёшлар» телеканали мисолида

Нодира САЙДУЛЛАЕВА,  
ЎЗМУ, журналистика факультети,  
1-босқич мустақил изланувчиси

Ахборот технологияларининг ривожланиши, турли ахборот олиш имкониятига ега бўлган техниканинг ихтиро қилиниши ёшлар маънавияти, уларнинг дунёқарашига ўз таъсирини ўтказиб келмоқда. Бугун ёшлар тарбияси учун нафақат таълим-тарбия берувчи шахслар, балки оммавий ахборот воситалари сифатида телевидение ҳам ўз ҳиссасини қўшиши талаб этилади. Бугунги кунга келиб телевидениенинг жамият тараққиётига ҳамда жамиятнинг оммавий ахборот воситаларига, хусусан телевидениега таъсири кўтарилиб бормоқда. Аҳолини турли воқеа-ҳодисалардан воқиф қилиш, маданиятини ошириш, маънавиятини бойитиш, дунёқарашини тўғри шакллантиришда телевидениенинг ахборот тарқатиш, маданий-маънавий, бирлаштирувчи (интегратив), ташкилотчилик, маърифий, мафкуравий, рекреатив каби вазифаларининг аҳамият кўлами кенгайиб бормоқда. Кейинги йилларда ахборот технологияларининг ривожланиши ва интернетнинг ахборот тарқатишдаги ўзига хос хусусиятлари сабабли телевидение аудиторияси сонининг қисқаришига сабаб бўлди. Аммо олиб борилган тадқиқотлар натижасида Ўзбекистон Республикасида ахборотларни аҳолининг аксарият қисми айнан телевидение орқали олишларини аниқланган.



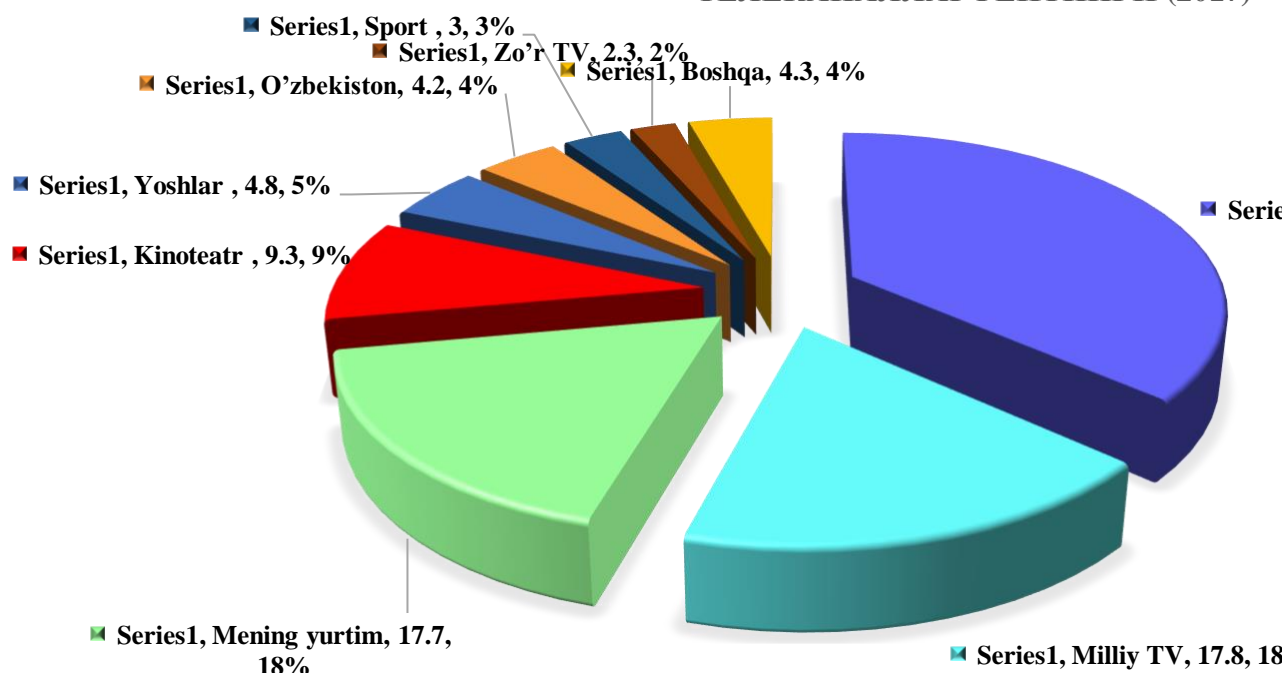
2007 йилда Telegramдаги оммабоп каналларда Ўзбекистондаги телеканалларнинг рейтингини аниқлаш мақсадида сўровнома ташкил этилди. Сўровнома натижаларига кўра, “Uzreport”, “Milliy” ва “МУ5” телеканаллари кучли учликдан жой олди. Таҳлиллар Telegramдаги мингдан зиёд аудиторияга эга 7 та каналларда ўтказилди. Унга кўра, кўнгилочар телеканаллар орасида

томошабинларнинг нисбатан кўп қисми “Milliy” телеканалини, ахборот каналлари орасида эса “Uzreport” телеканалини қайд этишган.

Интернетдаги овоз бериш натижалари шуни кўрсатдики, сўровчиларнинг 36,6 фоизи “Uzreport” телеканални, 17,8 фоизи “Milliy” телеканални томоша қилишларини таъкидлашган, учинчи ўринни эса сўровчиларнинг 17,7 фоиз овози билан “MY5” телеканали эгаллади.

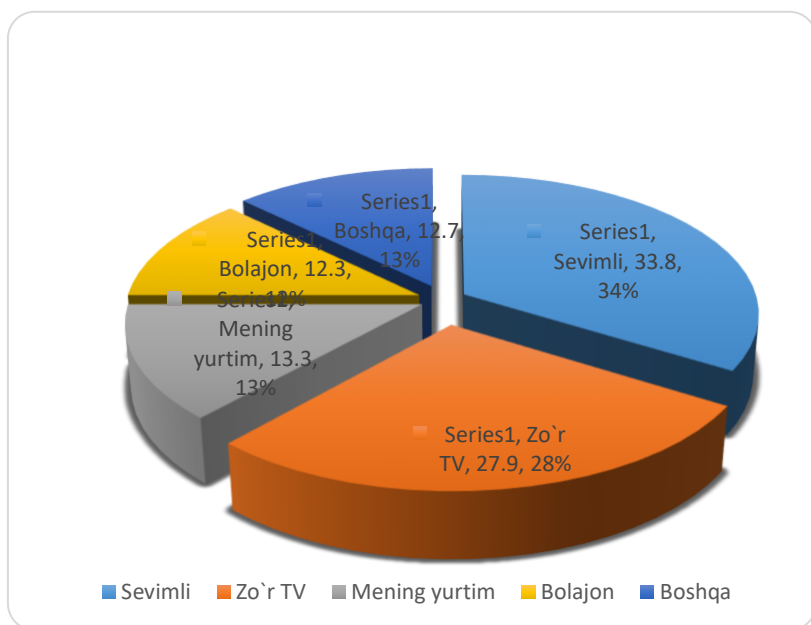
Рейтингнинг кейинги поғонасида қуйидаги телеканаллар қайд этилди: “Kinoteatr” телеканали (9,3%), “Yoshlar” телеканали (4,8%), “O‘zbekiston” телеканали (4,2%), “Sport” телеканали (3,0%) ва “Zo‘r” телеканали (2,3%).

ТЕЛЕКАНАЛЛАР РЕЙТИНГИ (2017)



2018 йилнинг октябрь ойидан бошлаб Ўзбекистонда ҳам телевизор

аудиторияларни ўлчаш амалиёти қўлланишга киришилди. Ўлчовларни ўтказиш ҳуқуқини қўлга киритган “Kantar Media” компанияси 2019 йилнинг дастлабки ярим йиллиги натижаларини эълон қилди. Мутахассисларнинг ўтказган рейтинг натижаларига кўра, “бу рейтингда фақат нодавлат телеканаллар жой олган” деган фикрда бўлганлар адашадилар. Учинчи ўриндаги “Mening yurtim”дан сўнг МТРК таркибига кириувчи “Bolajon” телеканали





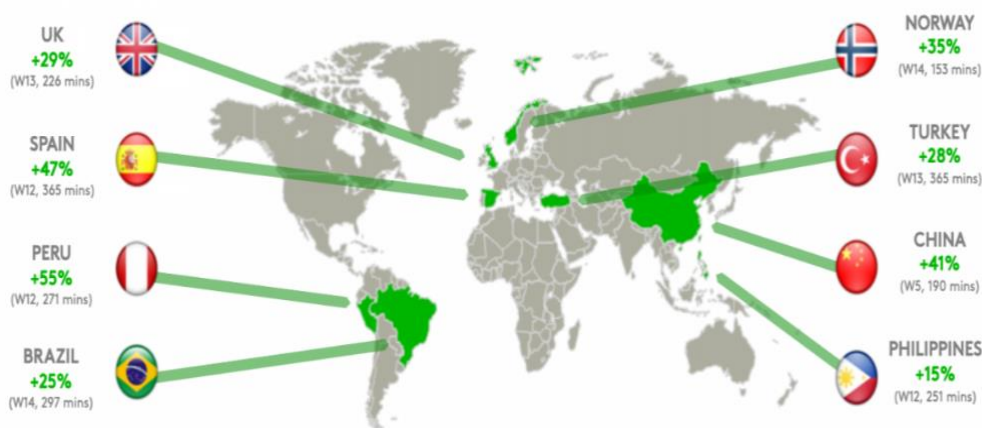
кучли тўртликни яқунлаётгани бунинг исботидир.

Жорий йилнинг март ойида республикада эълон қилинган пандемия ҳам барча ОАВ каби телевидениега ҳам ўз таъсирини ўтказди. Ўзбекистонда коронавирусни юқтириб олиш билан боғлиқ илк ҳолат жорий йилнинг 15 март куни қайд этилди. Ўзбекистон Республикаси ҳудудида 2020 йил 24 март соат 00.01дан бошлаб коронавирус инфекцияси тарқалишига қарши кучайтирилган тартиб жорий этилди.

Пандемия даврида таълим муассасалари ўз фаолиятини тўхтатди, аксарият ташкилот, корхоналар ўз фаолиятини масофавий ишлашга ўзгартирди ёки бутунлай тўхтатди.

Карантин чоралари жорий этилгандан кейин телевизорни томоша қилиш деярли барча мамлакатларда ўнлаб фоизга ўсишни бошлади. Бунинг асосий сабабларидан, ходимларнинг масофавий ишлаш тизимига ўтказилганлиги ва таълим муассасалари ҳамда мактабгача таълим тизими ўз фаолиятини тўхтатганидир. Шу жумладан, кўнгилочар масканлар, умумий овқатланиш масканларининг фаолияти тўхтатилганлиги ҳам аҳолининг телевизор қаршисига чорлади.

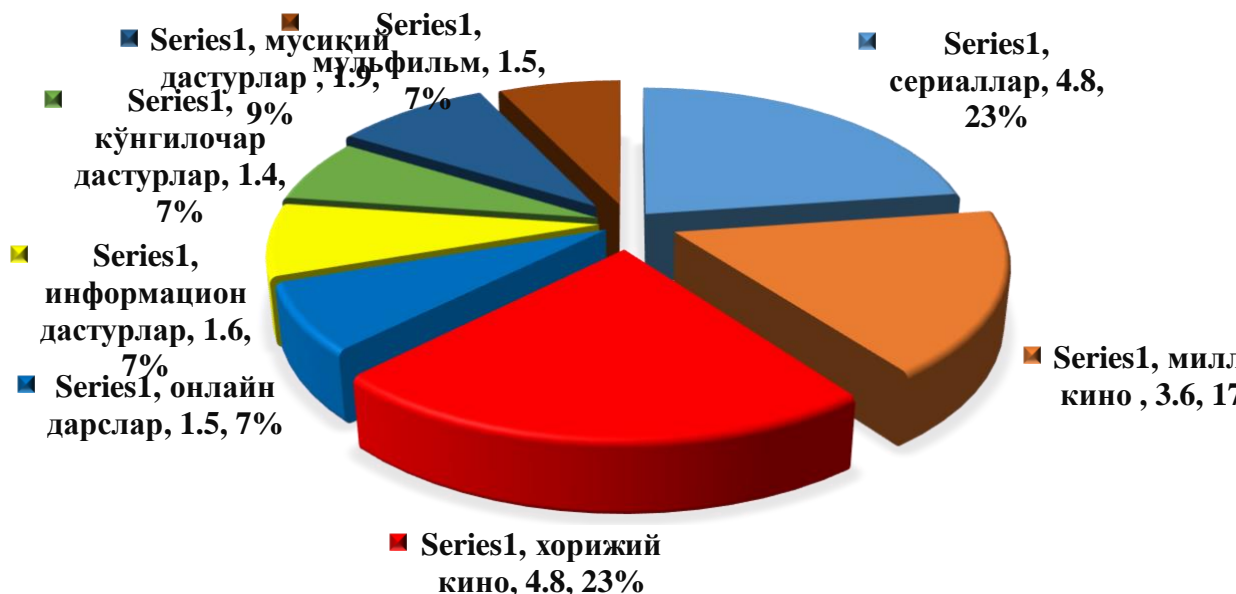
Дунё давлатлари орасида телевизион аудиторияси кўпайган мамлакатлар Перу, Испания ва Хитой давлатлари ҳисобланиб, уларда телевизор қаршисидаги аудиторитя 41 фоиздан 55 фоизгача кўтарилган.



Мазкур ўзгаришлар бутун дунё каби ўзбекистонлик аҳолига ҳам ўз таъсирини ўтказди. Ўзбекистонда телеэкран қаршисидан жой олган аҳоли ўтасида ёш тоифаси бўйича энг юқори натижани 6 ёшдан 18 ёшгача бўлган аудитория ташкил қилмоқда. Аҳолининг телевидение аудиторияси куйидаги тартибда ошиб бормоқда: 25-34 ёшдаги қатлами 40 фоизга, 35-44 ёшдагилар 37 фоизга, 45 ёшдагилар эса 26 фоизга.

“Менинг юртим” телеканалида пандемия даврида тақдим этилаётган теледастурлар форматига эътибор қаратсак, уларнинг асосий қисми кўнгилочар, тайёр экран маҳсулотларидан иборат эканлигини гувоҳи бўламиз. Жумладан, сериаллар, хорижий кинофильмлар экран вақтининг қарийб 50

фоизини ташкил қилади. Қолган дастурлар эса, мусиқий, информацион, онлайн дарслардан иборат.



“Yoshlar” телеканали ижодкорлари ҳам ўз аудиторияси вакиллари учун эфир вақтининг 36 фоизини телеверияларга ажратган. Бу эса, айни вақтда ёшлар телеканали дастурлари захирасида ҳам “тош босадиган”, аудитория учун кизиқарли ва керакли дастурларга эҳтиёж борлигини тасвирлайди.

Эфирларни фақат тайёр маҳсулот, айнан кинофильмлар ва сериаллар билан тўлдириш телевидениенинг ўзига хос вазифаларини, таъсирчанлигини камайтиради. Биз тадқиқот давомида кино, сериалларнинг эфирга берилишини қораламоқчи эмасмиз, зеро, “Анъанавий вербал ифода ўринини табора визуал, аудиовизуал ифода эгаллай бошлаганида адабиётдан кўпроқ сюжет қурилиши, образларга берилган таъриф, озроқ композицион қурилиш, бадий ечим йўллари олинди. Аслида кино, телевидение, радио оғзаки ижодиётнинг, ёзма адабиётнинг бадий тўқимаси, таркиби ва мураккаблигини ўрганиши, ижодий ўзлаштириш зарур эди”<sup>87</sup>. Агар эътибор берилса, телевиденида тақдим этилаётган кўрсатувлар кино сингари маълум бир жараёнларни бошидан ўтказди. Демак, кино телевидение учун тажриба ва маҳорат мактабини ўтаган.

Аммо, нима сабабдан ёшлар ҳаёти, фаолияти, маданий-ижтимоий ҳаракатлари таълим олиш жараёнларини ёритиш эмас, ўзга санъатларнинг маҳсулотини (жумладан, хорижда яратилган асарларни!) эфирга узатишни афзал кўради?! Ҳозирги ахборот технологияси, умуман миллий телевидение учун ажратилаётган маблағ, кенг студиялар, расмий доиралар, ижод ва илм аҳли, томошабинларнинг миллионлар билан ўлчанадиган жамоасининг

<sup>87</sup> Акбаров Х. Кино-телекоммуникация: табиати ва таркиби. -Т.: ЎзМУ. 2010. 9-бет.

доимий эътибори фаолиятнинг бу синтетик тури ахборот бериши, адабиёт, санъатнинг барча кўринишлари янгиликларини, сабоқ олса арзийдиган дурдоналарининг малакали изоҳи билан, зарур бўлганида, музокарага йўл очиб, дастурни қисман бойитиши мумкин! Таъкидлаймиз: қисман эфир вақти аввало телевидениенинг ўз маҳсулоти учун ажратилади. Фақат сериаллар учунгина эмас. Айниқса миллий телевидениенинг ҳозирги босқичида бадиий сериалларнинг, умуман, видеотасвир ҳамда унга “жўр” бўладиган ёхуд, эстетик талаблардан келиб чиқиб унга зид қўйиладиган овоз воситаларининг имкониятлари билан бирга чегаралари назарий жиҳатдан тадқиқ қилинмаган, амалиётда синаб кўрилмаган пайтда драматургия, режиссура, ижро, ритм танлаш, мизансаҳналар қуриш масалаларига эътибор бериш зарур деб биламиз.

Хулоса ўрнида қуйидагиларни келтириш мумкин. Пандемия пайти давомида барча давлатларда телеаудиториянинг сони ортди. Аудиторияни барча маънавий-маърифий, кўнгилочар, мусикий, илмий, публициятлик каби эҳтиёжларини қондириш ва уларни келажакда ҳам телеэкранлардан узоқлашмасликлари учун ҳар бир телеканал ижодкорлари чора-тадбирлар қўллай бошлади. Жумладан, республикамызда 2020 йил 30 март кунидан “Онлайн-мактаб” телевизион онлайн-дарслари эфирга берилди бошлади, COVID-19дан қандай ҳимояланиш лозимлиги борасидаги тизимли видеороликлар тайёрланиб жамоатчиликка етказилди, энг сара телесериалларга, кинога, янги телемаҳсулотларга бўлган эҳтиёж ортди. Тўғридан тўғри берилётган дастурлар сони кўпайди.

Аммо, шу билан бирга телеканалларда берилётган телемаҳсулотларнинг телеаудитория эҳтиёжини қоплай олмаётганлиги, телевизион асарларнинг захираси тугаб бораётганлигини гувоҳи бўлдик. Қайта-қайта берилётган кўрсатувлар, телесериаллар, кинолар карантин даври тугаб, вазият аввалги ҳолига қайтганидан сўнг, телеаудиториянинг сони кескин пасайишидан дарак бера бошлади. Аудиториянинг эҳтиёжи, телевидениенинг имкониятларини инобатга олган ҳолда, телеижодкорлар ўз устида ишлаб, янги-янги телеасарлар тақдим этишлари зарурлигини яна бир марта эслатиб ўтамиз.

#### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:**

1. Акбаров Ҳ. Кино ва телевидение: креатив таълим жараёни. Ўқув қўлланма-монография. –Т.: Муסיқа, 2012.
2. Борецкий Р., Кузнецов Г. Журналист ТВ в кадре и за кадром. –М.: Россия, 1990.
3. Кузнецов Г.В. Семь профессиональных граней журналиста ТВ. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2001.
4. Интернет материаллари.

## МУНДАРИЖА

1.	<b>Ҳамдамов Ю.</b> Интернет нашрлари ва ўзбек тили қоидаларига риоя қилиш муаммолари.....	3
2.	<b>Худойқулов М.</b> Матбуотда анъанавийлик ва янги омиллар.....	12
3.	<b>Тўхтамирзаев М.</b> Коронавирус пандемияси шароитида онлайн “давра суҳбатлари”: муаммо ва ечимлар.....	16
4.	<b>Тураева Л.</b> Спорт федерациялари фаолиятида матбуот хизматининг ўрни ва роли.....	18
5.	<b>Саидова М.</b> Замонавий журналистикада vt технологияларнинг ўрни ва истиқболи.....	23
6.	<b>Раҳматуллаева И.</b> Янги давр - янги мавзулар.....	29
7.	<b>Абдуллаева З.П.</b> Телевидениенинг коммуникатив фаолият қирралари.....	33
8.	<b>Ҳамдамова Д.</b> Радио ва ёшлар муаммолари.....	36
9.	<b>Бозорова М.А.</b> Технология интервью и этические аспекты освещения темы торговли людьми в прессе Узбекистана и России.....	43
10.	<b>Зохитова Н.</b> Миграция жараёнлари ва унда ОАВнинг тутган ўрни..	46
11.	<b>Шамақсудова С.</b> Массмедиавийлик - замонавий медиаматннинг сифатини белгиловчи омил.....	51
12.	<b>Муминова Ф.</b> Современные требования к формированию медийной грамотности.....	55
13.	<b>Исраил М., Тешабаева Д.</b> Лингвостилистические особенности текстов женских журналов.....	58
14.	<b>Турсунова Р.</b> Роль сми в развитии привлекательности туризма.....	62
15.	<b>Нажмиддинова Г.</b> Визуальная информация как новая форма коммуникации.....	65
16.	<b>Оразымбетова З.</b> Газета тили: журналистлик шеберлик ҳам тилден пайдаланыўдағы машқалалар.....	68
17.	<b>Нурбекова Г. А.</b> Журналистлик дөстпелерде фразеологизмлердин қолланылыўы.....	73
18.	<b>Палуанов Б.</b> “Қорақалпоқ матбуотида бадий-публицистик жанрлар трансформацияси”.....	77
19.	<b>Ashimova A.</b> Perspectives of artificial intelligence assisted creative writing programs in media.....	79
20.	<b>Акынбекова А.Б., Мукушева Қ.С., Бакенова Р.Ш.</b> Ташкентте шыққан «Шолпан» журналының саяси бағыты.....	82
21.	<b>Алимжанова А.Б., Маратова Д.Қ.</b> Қазіргі журналистикадағы smart технологиялар қызметі.....	90
22.	<b>Әшірбаев Б.Т.</b> Журналистика және ақпараттық қауіпсіздік мәселелері.....	95

23.	<b>Бірлесбек Саягүл.</b> Этнографиялық деректердің зерттелуі.....	100
24.	<b>Ботобаева Ж.А.</b> Бақ-тағы отбасы мәселесі.....	102
25.	<b>Алтаев Ж.А., Мухамеджанов Д.М.</b> Философские основы казахского фольклора.....	107
26.	<b>Кәкен Қамзин, Думан Смақов.</b> Заманалы журналистика: фактчекинг және верфикация.....	120
27.	<b>Құрманбаева А.А., Нода Л.П.</b> Қазіргі журналистикасының өзекті мәселелері.....	126
28.	<b>Рушанова Н.Б.</b> Әл-Фарабидің ғылыми-философиялық көзқарастары мен бағыт-бағдарлары.....	134
29.	<b>Сұлтанбаева Г.С., Әлқожа Б.О.</b> Медиа технологиялар және ғаламдық ауыл преамбула.....	140
30.	<b>Тілепберген А.М.</b> Ағылшын саяхатшылары мен ғалымдарының орта азияны зерттеуі.....	149
31.	<b>Мирзаева Ф.</b> Музыка маданияти фанини ўқитишда анъанавий услуб моҳияти.....	158
32.	<b>Пирназарова Р.</b> Умуминсоний қадриятлар негизи миллийликда.....	162
33.	<b>Boboyev X.</b> Raqamli diplomatiya va raqamli siyosatning mohiyati.....	164
34.	<b>Сайдуллаева Н.</b> Пандемия даврида ёшларга оид теледастурлар намойиши.....	167