



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN



Л. Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ
ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Л. Н. ГУМИЛЕВА
GUMILYOV EURASIAN
NATIONAL UNIVERSITY



Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2015»
атты X Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
X Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2015»

PROCEEDINGS
of the X International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2015»

УДК 001:37.0
ББК72+74.04
Ғ 96

Ғ96

«Ғылым және білім – 2015» атты студенттер мен жас ғалымдардың X Халық. ғыл. конф. = X Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2015» = The X International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2015». – Астана: <http://www.eni.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie-2015/>, 2015. – 7419 стр. қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-9965-31-695-1

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 001:37.0
ББК 72+74.04

ISBN 978-9965-31-695-1

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2015

видео-аудиалды контактісімен сәйкес келетін оң қызмет. Мұндағы тиімділікті бағалау реципиенттің қайсыбір арнаның ақпаратына жүгіну жүйелілігі мен жиілігіне байланысты.

Дегенмен бұл сатыларды тиімділікті бағалау тек абстрактілі сипатта ғана болады, себебі, онда реципиент жанасамын ақпаратқа кіретін қандай да хабарламаларды нақты тұтыну туралы ешқандай нұсқаулар көрсетілмеген.

3-саты: тұтынушының ақпараты қабылдауы. Бұл қызмет үш форма түрінде жүзеге асуы мүмкін: ақпаратты қабылдаудан толығымен бас тарту; ақпаратты бөлшектеп қабылдау; ақпаратты толығымен қабылдау. Мұндай қызметтің басты ерекшелігі – әуел бастан қайсыбір аморфты ажыратылмайтын ақпараттар емес, нақты хабарламалар – жеке мәтіндер. Бұл сатыда тиімділікті ақпаратты қабылдау дәрежесіне; бас тарту, бөлшектеп қабылдау немесе толығымен қабылдауға қарай отырып бағалаған жөн.

4-саты: тұтынушының қабылданатын хабарламаларды меңгеруі. Бұл саты реципиенттің хабарламаларды түсіну дәрежесін талдаумен байланысты. Бұл сатының тиімділігін талдау кезінде екі түрлі көрсеткіштер қолданылады:

1) мәтінді объективті түрде сипаттайтын нақты мазмұнды аудитория санасында алатын мәтіндерді түсіндіру барабарлығының дәрежесін өлшейтін объективті көрсеткіштер;

2) реципиенттердің осы мәтіндердің қиын екендігі туралы ойын бекітетін субъективті көрсеткіштер.

5-саты: тұтынушының ақпаратқа деген қатынасын «жасау» мен ақпаратты «есте сақтау» үдерісінің барынша өз бетінше, жекелеген сатысы ретінде қарастырыла алмайды. Олар алдыңғы сатылармен бірге талданады. Реципиенттің қабылданған ақпаратқа қатынасын тұтынушының осы ақпаратқа қанағаттанғаны (қанағаттанбағаны) және онымен келіскен (келіспегені) терминдерімен қарастыруға болады. Осылайша, тиімділікті ақпараттық қызметтің әрбір сатысында бағалау керек, әрбір сатыда тиімділікке әсер ететін факторларды ескеру қажет. Әсер ету тиімділігін бағалау кезінде сонымен қатар ақпарат алушыны да, оның субъективтік мінездемесін де ескеру міндетті.

Қолданылған әдебиет

- 1.Пшеничный, Б. Журналистское воздействие и поведение аудитории: Диссертация на соискание ученой степени канд. истор. наук [текст] / Б. Пшеничный - М. – 1970.С.472
- 2.Давидюк, Г. П., Бобровский, В. С. Проблемы массовой культуры и массовой коммуникации [текст] / Г. П. Давидюк, В. С. Бобровский – М.: - 1972. – С. 200
- 3.Массовая информация в советском промышленном городе под ред. Грушина, Б.А., О니кова, Л. А. [текст] / Б. А. Грушин, Л. А. Оников. – М.: Политиздат. – 1980. – С.168
- 4.Фомичева, И.Д. Читатель, слушатель, зритель [текст] / И. Д. Фомичева // Вестник МГУ. Серия 9. – С. 54-65
5. Суханов, А. П. Социологические исследования и процессы [текст] / А. П. Суханов // Некоторые методологические проблемы общественных наук. – Новосибирск – 1971. – С. 301
6. Массовая информация в советском промышленном городе под ред. Грушина, Б.А., Оникова, Л. А. [текст] / Б. А. Грушин, Л. А. Оников. – М.: Политиздат. – 1980. – 446

ТЕЛЕВИЗИЯ: БҰҚАРА САНАСЫН МАНИПУЛЯЦИЯЛАУ

Орманбекова Толқын Амантайқызы

ormanbek_tolkin@inbox.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ Журналистика және саясаттану факультетінің 2-курс магистранты, Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – А.Бейсенқұлов

Өркениеттің бүгінгі даму кезеңінде ақпараттандыру процесі мемлекеттік органдардың қызметі мен жеке адамның өмірінде негізгі рөлге ие. Ақпараттандыру процесі ортақ әлемдік

ақпараттық кеңістіктің құрылуына әкелуде. Бұл кеңістіктің аясында оның субъектілері – адамдар, ұйымдар, мемлекеттер арасында ақпаратты сақтау, өңдеу, алмасу процесі белсенді жүреді. Бұл субъектілер арасындағы саяси, техникалық, экономикалық ақпараттың тез алмасқаны – өркениетті жетістік, алайда мұндай артықшылық тек ғылыми-техникалық, ақпараттық-технологиялық деңгейі жоғары елдерге ғана қол жетімді. Ал бұл деңгейге шықпаған мемлекеттің дамыған елдер алдындағы әлсіздігі жыл өткен сайын айқын көріне бермек. Ал өз кезегінде аталған процесс күштілердің әлсіздерді ақпараттық тұрғыдан басқаруына, манипуляциялауына әкелуі сөзсіз. Бұл АҚШ, Жапония секілді ғылыми-техникалық, өндірістік әлеуеті жоғары елдерге ақпараттандырудың есебінен өзінің саяси, экономикалық, геосаяси, тіпті, әскери жағдайын нығайтуға мүмкіндік береді.

Жаңалықты тез таратушы бұқаралық ақпарат құралдарының бірі де бірегейі теледидар болып саналады. Телевизияның пайда болуы – бір революция. Себебі, көгілдір жәшіктің «тіршілік» етуінен бастап бұқараның психикалық санасында түбегейлі өзгерістер орын алып келеді. Сонымен қатар қоғамда үрей туғызып, айқын сексуалды және агрессивті мазмұнды бағдарламалардың аудиторияға әсер етуі негізінде БАҚ-та көптеген зерттеулер жасауға түрткі болды. Бұқаралық коммуникацияның әсерін зерттеу барысында оның қарама-қайшы модельдері де пайда болды. Яғни, «оқпен ату концепциясынан» (У.Липпманн, Г.Лассуэлл, К.Ховленд) «пайдалану және ләззәт алу» теориясына дейін (Е.Катц, М.Шиллер, А.Рубин) көрермен мен медиазорлық арасындағы байланысқа қызығушылық арта түсті.

Ақпараттық кеңістікті ластанудан, алдап-арбаудан қорғау – әлеуметтің өміршеңдігін және психикасын сақтаудың басты шарты. Бұл жерде қоғам мен адамзат өркениетінің өмір сүруіне ақпараттық кеңістікті, бұқаралық коммуникацияны өздеріне меншіктеп, пайдалануға тырысатын жекелеген бизнес-тұлғалар мен топтардың саяси мақсаттарына бағындыру қауіп төндіреді. Ғаламтор мен электронды технологиялар жаңадан пайда болған кезде ешкім абсолютті анонимділіктің – абсолютті ашық дүниеге, жалпылама байланыстың – тәуелділікке, ал сөз бостандығының зиянды медиатауарға айналып кететінін ешкім де ойламаған.

Қазіргі заман адамы бүгінгі таңда телевизия арқылы манипуляция дертіне шалдығып отыр. Манипуляция – адамдарға әсер ету немесе оларды кемсітушілік астарда шеберлікпен басқару ретінде, жасырын басқару немесе өңдеу ретінде (1, 450) белгілі бір ниетпен объектіге қарым-қатынас болып табылады. Манипуляция астары өзінің заманауи мәнінде – манипуляция құралдарын иемденгендерге қажетті мінез-құлықты қамтамасыз ету мақсатында бұқараның пікірлерін және мүдделерін, олардың көңіл-күйлері мен психикалық күйін арнайы бағдарлауы. Манипуляцияның басты тектік белгілері: 1) рухани психологиялық әсердің түрі; 2) манипуляция нысанының өзі байқауы алмай қалатын жасырын әсері; 3) асқан шеберлік пен білімдікті талап ететін әсер; 4) адамдардың санасын тұлға ретінде емес, нысана ретінде, айрықша зат ретінде басқарып, олармен қарым-қатынас жасау. Манипулятор әрекетінің нысаны адам тұлғасының рухы, психикалық құрылымдары болып табылады. Манипуляция егер адам алынған сигналдардың әсерімен өзінің көзқарастарын, пікірлерін, көңіл-күйлерін, мақсаттарын қайта түзетіп, жаңа бағдарлама бойынша жұмыс істей бастайтын болса, жүзеге асырылған болып саналады. Г.Шиллердің айтқанындай: «Жетістікке жету үшін манипуляция елеусіз болып қалуы қажет. Торға ілінген адам барлық болып жатқан нәрселердің шынайы және жақын екендігіне сенген кезде манипуляцияның табысына кепілдік береді (2, 139). Қазірде психологиялық қорғаныс және оның бейтараптануы мәселесі тұлғашылық психоанализ ағысында да дамуын жалғастырып келеді. Ғалымдар бұқара мен телевизияның өзара әрекеттесуінің бес кезеңін бөліп көрсетеді. Мәдениеттанушы Коттак индивид бірінші кезеңде «ақпараттың өзіне емес, ақпарат көзіне (теледидар) қарайды. Екінші кезеңде ақпаратты бағалайды. Адам қандай да бір ақпаратты қабылдайды немесе бас тартады. Бұдан бөлек, адам теледидарға ие болудың өзін өзінің әлеуметтік мәртебесінің өскендігі деп қабылдайды. Үшінші кезеңде бұқаралық телевизияның дамуын сипаттайды (түрлі телеқабылдағыштарды сатып алу). Төртінші кезеңде ересектер уақытының көп бөлігін теледидар алдында өткізіп қоймай, қабылдаған ақпаратқа сай өзінің

өмірін де өзгерте бастайды. Соңғы кезеңде кабельді телевизияның пайда болғанын сипаттайды, яғни таңдаудың өскені (3). Сонымен қатар бұқараның психикалық санасын манипуляциялау кез келген телетрансляция арқылы жүзеге асады. Кез келген телебағдарлама алғашқы секундтардан-ақ көрерменнің талаптарына сай келетіндей сигнал жіберуі керек. Осыдан кейін экран алдында отырған адамның арнаны ауыстырып жібермеу үшін де мұндай импульстер жиі қайталанып отырады.

Телесигналдардың көмегімен қоғамдық-бұқаралық сананы манипуляциялаудың төмендегідей түрлері бар:

1.Шындықты (фактіні) жалған етіп көрсету.

Мұнда манипуляциялау әсері материалды жеткізу кезінде пайдаланылады, шындықтан ауытқу негізінде жүзеге асады. Мұнда манипулятор шындықты оңай тексеруге болатын кезде ғана айтады. С.Кара Мурза мұны «Шындықты жалған етіп көрсетудің басты әдісі» (4, 480) деп атаған.

2.Шынайы оқиғаларды материалға іріктеу.

Бұл тәсілде әртүрлі сөзбен ақпаратты бірізді жеткізу мақсаты тұрады. Сонымен бірге оппозициялық БАҚ-тың қызметіне жол беріледі. Десе де олардың қызметі бақыланады, рұқсат етілген тарату шеңберінен аспайды.

3.Сұр және кара ақпарат.

«...XX ғасырдың екінші жартысында БАҚ психологиялық соғыс технологияларын қолдана бастады – дейді Кара Мурза (4, 479). Ол «бейтарап немесе достық қатынастағы шетелдік топтардың көзқарасына, көңіл-күйіне, ұстанымдары мен мінез-құлқына әсер ететін жоспарланған, насихаттаушы шаралар. Оның мақсаты – «мемлекеттің саяси және әлеуметтік құрылымын әлсірету...ұлттық сананы мемлекет қары тұра алмайтындай етіп азғындату» деп көрсетеді.

4.Үлкен психоздар

С.Кара Мурза «БАҚ-тың жасырын міндеттері – жеке тұлғалардың санасы мен соқыр сезімін өңдейтін ақпарат ағымының таралуын реттеу мақсатында мемлекет азаматтарын бірыңғай топқа айналдыру» (4,480) дейді. Нәтижесінде – мұндай топты басқару оңай болмақ.

5.Сенімді түрде айту және қайталау.

Бұл жағдайда ақпарат соқыр сезімде орныққан стереотиптерді бұзатын дайын үлгі түрінде беріледі. Яғни, кез келген сөздегі сенімділік талқылаудан бас тартуды білдіреді. Ал талқыға салынатын идеялар өзінің шынайылығын жоғалтады. Телевизия осындай ойлау түрін бекітудің факторы, олар адамды қандай да бір талдау кезінде ақылмен емес, стереотиптермен ойлауға үйретеді. Ақпаратты сенімді жеткізу мен қайталаудың нәтижесінде сана бәсеңсіп, кез келген ақпарат еш өзгерместен соқыр сезімде жиналады.

«...қайталау – «психологиялық қулықтың» бір түрі, ол ақыл-есті басып, санасыз механизмдерге әсер етеді»- деп жазады Кара Мурза – Бұл әдісті асыра сілтеп, көп қолданса, стереотиптер тұрақты нанымдарға дейін күшейіп кетеді де, адам топасқа айналады» (4,479).

6.Бөлшектеу мен шұғылдық.

П.Фрейде мұны ««мәдени басып-жаншуға тән тәсіл» деп есептейді. Бұл тәсіл манипуляциямен айналысатын барлық БАҚ-тың жүйелеріне түгел тарады. Бұл тәсілдің тиімділігін Г.Шиллер былай түсіндіреді: «Әлеуметтік мәселенің тұтастық сипатын әдейілеп айналып өтіп, ол туралы бөлшектенген «ақпарат» шынайы ақпарат түрінде ұсынылса, мұндай амалдың нәтижесі әрқашан да бірдей болады: түсінбеушілік енжарлық және немқұрайлық» (2, 137). Мұның талаптарына ақпараттың аяқ асты, тез берілуі, шұғылдығы жатады. Жеделдік сезімін беру хабарламаның манипулятивтік мүмкіндігін тез арада күшейтеді деп есептеледі.

7. Сенсациялық.

Сананы жағымсыз хабарлармен бомбалау арқылы адамның психикасына күйгелектік сезімін ұялатады. «Сенсация арқылы адамның иландыру сезімін жоғарылатып, сыни қабылдау қабілеті төмендейді» С.Кара Мурза (4,485)

Тірі ағзадағы басты басқаруы жүйе – психика. Телевизияның психикаға әсерін қарастыра отырып, телесигналдың көмегімен жаппай ықпал етудің нәтижесінде адамның психикасы оны ойлауды ұмыттырады деп айтуға болады. Яғни, ақпараттық прогресс заманында адам тек өзінің өмірлік тәжірибесі арқылы алған ақпаратпен ғана қанағаттанбайтын болады. Сондықтан ол өмірін санасына телевизия енгізіп қойған үлгілермен құрады. Бұған қоса, «бұраралық медиа қолданатын ақпараттық технологиялардың шоғырланған ықпалының арқасында жеке адам шарасыз түрде шындықтың объектіленген өлшемдерін жоғалтады. Адамдардың көпшілігі телевизияны шынайы өмір ретінде қабылдайды. Қазіргі заманғы бұқаралық байланыс құралдарын пайдалану мен олардың дамуы дам психикасы өмір сүрудің жаңа талаптарына сәйкестендіріп, белгілі бір қалыпқа икемделіп алды. Демек, жаңа ақпараттың адам психикасында көрініс табу оңайырақ болып отыр.

Қорытындылай келе, телевизия бұқараның психикалық санасының қуатты күшейткіші екенін ескере келе, манипуляцияның мынадай ұстанымдарын белгіледік:

1. Ақпараттық-психологиялық ықпалды жасырын жүргізу;
2. Жылдам ақпараттық ықпал ету әдістерінің ұзақ мерзімді психологиялық әсер ету әдісіне көшу, мәселен, ақпарат шок, соққы, блокаданы насихаттық, ой қалыптастырушы амалдарға айырбастау;
3. «Аз» ақпараттық ықпалмен «үлкен» нәтижені алу. Жағдайды басқарудың жоғарғы деңгейін қолдана отырып, болып жатқан оқиғаны емес, оған әсер ететін өзгерістерді басқару.

Қолданылған әдебиет:

1. Большой толковый словарь. – М.: РосспЭН, 2005, 623 с.
2. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – М.: Мысль, 1980, 325 с.
3. [www. http://studopedia.org](http://studopedia.org) сайты
4. С. Кара-Мурза. Манипуляция сознанием. – М.: Эксмо. 2000, 864 с.

ТУРМУШТУК-СОЦИАЛДЫҚ ПОЭМАЛАРДАҒЫ ИСТОРИЗМДИН ТИПОЛОГИЯСЫ

Орозова Г.Ж.

Кыргыз Улуттук илимдер академиясы, Ч.Айтматов атындагы Тил жана адабият институтунун жетектөөчү илимий кызматкери (Кыргызстан)

Кыргыз элинде поэмалардын чындыкты образдуу түрдө жалпылап көрсөткөн байыркы формаларынан тартып, конкреттүү тарыхый доорду, белгилүү бир тарыхый окуяларды, тарыхка таанымал инсандардын башынан өткөргөн реалдуу окуясын баяндаган түрлөрүнө чейин бар.

Кыргыз элдик поэмаларынын дээрлик бардыгы эл башынан кечирген реалдуу тарыхый окуялардын негизинде жаралган. Мындай чыгармалардын жаралышына окуялуу санжыралар, аңыз-ангемелер, тарыхый фактылуу окуялар, тарыхый ырлар, тарыхый кошоктор негиз болуп, эпикалык салттуулук менен тыгыз байланышта болгон. Ошондой эле аларда жаңы эстетикалык принциптер ачык чагылдырылган. Ойдон чыгарылган эпикалык кошумчалар менен бирге конкреттүү тарыхый факты жуурулуша айтылган. Башкача айтканда, тарыхый окуя эпикалык жалпылоого, типтүү сюжет түзүүгө, образдарды жаратууга өзөк материал болуп берген. Ал көркөм чыгарманы түзүүнүн салттарына, моделдерине баш ийип турат. Поэзия менен историзм ажырагыс биримдикте болуп, ошол аркылуу жанрдын маңызын, мүнөзүн аныктаган. Жанр жаңы фольклордук кубулуштардын белгилерин сактайт. Бул фольклордогу мыйзам ченемдүү көрүнүш болуп эсептелет.