

Құрманбаева А.¹, Жұмабаева А.²

¹Филология ғылымдарының кандидаты, доцент,

²e-mail.ru: Aibanu.94@mail.ru

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

**ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ТОК-ШОУЛАРДЫҢ ҰЛТТЫҚ СИПАТЫ:
КӘСІБИ ДЕҢГЕЙІ МЕН ТАҚЫРЫП АЛУАНДЫҒЫ**

Мақала отандық ток-шоудағы сөз бостандығы мен кәсіби этикаға және оның өзекті мәселелеріне арналады. Сонымен қатар, еліміздегі және шет елдік телевизиялық бағдарламалар сарапталып, отандық ток-шоулардың дамуы жағдайы қозғалды. XX ғасырдың 60-жылдары Америкадан бастау алған бұл жанрдың өзіндік ерекшеліктері мен әлемдік даму тенденциясы сипатталады. Ток-шоуды жүзеге асырудың шығармашылық принциптері және эфирдегі жұмыс процесі жөнінде негізгі бөлімде қамтылады. Сонымен қатар, жанрлық сипатына, көрерменге берері не деген сұраққа тоқталып өттік. Ұлттық ток-шоудағы модератордың кәсіби шеберлігі, эфир мәдениетін жетілдірудегі маңыздылығы қарастырылады. Қазіргі таңда, телеаудиторияның сұранысын қамтамасыз ететін бағдарламаларға тақырыптық ерекшелік қажет. Және де, қазақ телевизиясындағы шоуларға ұлттық болмыстың жетіспеушілігімен күресудің әдіс-тәсілдері ұсынылады.

Түйін сөздер: ток-шоу, модератор, бағдарлама, мәдениет, телекөрермен.

Kurmanbaeva A.¹, Zhumabaeva A.²

¹Candidate of Philological Sciences, Associate Professor

²e-mail.ru: Aibanu.94@mail.ru

Al-Farabi Kazakh national university, Kazakhstan, Almaty

**National character of the Kazakh talk show: professional level
and diversity of the topic**

The article will touch upon the topic of freedom of speech and professional ethics, as well as current topics. Foreign and domestic talk shows, their development will be analyzed. Characteristic features of this genre, which began in America in the 60s of the 20th century, are characterized by trends in the world. The main section describes the creative principles of talk shows and the work process on the air. We also touched the nature of the genre in this article. The article considers the professionalism of the moderator, the importance of improving the ethereal culture in national talk shows. Currently, programs that meet the needs of the audience require thematic specificity. Lack of national mentality and work on them in Kazakh television.

Key words: talk show, moderator, program, culture, viewers.

Курманбаева А.¹, Жұмабаева А.²

¹кандидат филологических наук, доцент, ²e-mail.ru: Aibanu.94@mail.ru

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы,

**Национальный характер казахстанского ток-шоу:
профессиональный уровень и разнообразие тем**

В статье рассматривается тема свободы слова и профессиональной этики, а также актуальные темы современности. Анализируются зарубежные и отечественные ток-шоу, их развитие. Характерные черты этого жанра, зародившегося в Америке в 60-х годах 20-го века, характеризуются мировыми тенденциями. В главном разделе рассказывается о творческих принципах ток-шоу и о рабочем процессе в эфире. Также в статье изучена природа жанра. В

статья рассматривается профессионализм модератора, важность улучшения эфирной культуры в национальных ток-шоу. В настоящее время программы, отвечающие потребностям аудитории, требуют тематической специфики. Чувствуется нехватка национального менталитета и поэтому необходима работа в этом направлении в казахском телевидении.

Ключевые слова: ток-шоу, модератор, программа, культура, телезрители.

Кіріспе

Әр кезеңнің өз талабы болатынын ескерсек, телевидение саласындағы ток-шоулар – уақыт үні іспетті. Ел өмірінің елеулі кезеңіндегі толып жатқан өзгерістер аумағында көрермен талабы мен талғамы да айтарлықтай өзгерді. Соның нәтижесінде эфирдегі жұмыс процесі, оны жүзеге асырудың кәсіби принциптері де жаңаша сипат алып, өзгеше мән-мазмұнға ие болды. Жалпы тележурналистикадағы ток-шоудың табиғаты кәсіби-шығармашылық процесс, құрылымы күрделі психологиялық құбылыс, алып-қосары жоқ шынайы дүние. Қазақ ток-шоуының аудиториямен байланысы мүлде кенжелеп қалған. Модератор мен кейіпкерлер ғана емес, көрерменде тақырыпқа өз ой-пікірлерін білдіріп, пікірталас тудыруы қажет. Ток-шоудың негізгі мазмұны да осыда. Яғни отандық ток-шоуларда белгілі бір мақсатты аудитория жоқ. Аудиториямен кері байланыс орнату қазіргі заманауи ток-шоуға аса қажет. Қазақстанда телевизиялық ток-шоудың зерттелуі әлі жеткіліксіз. Мәселен Америкадан бастау алған телевизиялық шоу, сол елде тұтас бір жанр ретінде зерттелген. Біздің елде телевизия саласы кешеуілдеп дамып келеді. Сондықтан әлі де толық зерттеуді қажет етеді.

Негізгі бөлім

Қазақстандық ток-шоулардың ұлттық сипатын сөз етпес бұрын, алдымен ток-шоу деген ғылыми анықтаманы тұжырымдап көрейік. Шоу дегеніміз – қойылым. Ал «ток-шоу» ұғымы «сөздік қойылым» дегенді білдіреді. Ағылшын тілінен аударғанда «talk show», яки «сөйлейтін шоу» деген мағынаға да ие [1]. Ток-шоу жанрындағы бағдарламаларда бірнеше адам студияға жиналып, бір тақырыптың аясында пікір алмасып, ойды ортаға салады.

Ток-шоу жанры алғаш рет америкалық экранда XX ғасырдың 60-жылдары пайда болды. Оның негізін қалаушы – журналист Фил Донахью. Жанрдың пайда болуына қатысты ел арасында түрлі аңыздар тараған екен. Бірде тікелей эфирде Фил Донахью студияға шақырылған қонаққа қояр

сұрақ таппай, дал болады. Келеңсіз жағдайдан сәтті шығудың жолын іздеген журналист, студияда отырған көрермендердің бірінен: «Қонағымызға қояр сұрағыңыз бар ма?» деп сұрайды. Әпсәтте көрерменнің де сұрағы табыла қалады. Міне, осылайша, әйгілі журналист ток-шоу жанрын дүниеге әкелген [2].

Айта кетерлік бір жәйт, 60-жылдары Америкада пайда болды деп жар салған ток-шоудың негізгі тарихы қазақ даласында XVIII ғасырдан бастау алады. Қазақтың Қазыбек, Әйтеке, Төле сияқты би-шешендері Күлтөбенің басында күнде жиын ұйымдастырып, сол кезеңдегі қоғамның мәселесін талқылап, шешімін таба білген. Қазіргі ток-шоудағы элементтердің бірі де сол кезгі дауды шешкен би-шешендерімізден қалған іспетті. Мәселен, сол заманның билері қай жиында болмасын дауласқан екі тараптың да сөздерін тыңдап, қасындағы ақылшы-кеңесшілерінің пікірін білген. Содан кейін ғана шешім шығарып, мәселені түйіндеген. Дегенмен, қазіргі телевизиялық шоуларға жетіспейтіні көтерілген тақырыптың шешімін таппауы. Қазақ ток-шоуы ерте заманнан пайда болған десек, сөзімізге дәлел, «Даудың басы Дайрабайдың көк сиыры», «Күлтөбенің басында күнде жиын», «Ердің құнын бір ауыз сөзбен шешкен» деген сынды аңыз болып жеткен сөз-тіркестері. Қазақтың тұрмысында жер дауы, жесір дауы, құн дауы секілді, қазіргі замандағыдай әлеуметтік проблемалар талқыға салынып отырған. Бұндай мәселелерді дауласушылар мен куәгерлердің қатысуымен өтетін дәстүрлі билер жиынында дәлелдер мен дәйектерді негізге ала отырып талқылаған.

Ең әуелі ток-шоу бағдарламаларының жанрлық сипатына, көрерменге берері не деген сұраққа тоқтала кетсек. Бұл жанр қарапайым адамдардың телебағдарламаға қатысып, өзінің еркін пікірін білдіре алатын ашық алаңы. Әлемдік телевизия тарихында теледискуссияны алмастырған осы жанр дүниеге келгелі бері, ең жоғары рейтингтерді иеленіп келеді [3]. Ток-шоу жанрына деген көрермен қызығушылығының өзі тектен-тек туындаған жоқ. Өйткені мұндай бағдарламалардың өз артықшылықтары мен мүмкіндіктері жетіп артылады. Мәселенің бір қыры, өмірдің түрлі қиындығына ұшыраған

мыңдаған жандар басына түскен ауыртпалықтың өзгелердің де иығында бар екенін, өзінің жалғыз еместігін түсінеді, әрі студияға келген кейіпкерлер мен танымал қонақтардың дәл сондай мәселеге жаны ауыратынын, әрі өз тәжірибелерімен, ақыл-кеңестерімен бөлісуге даяр екенін біледі. Ал екінші қыры, дәл осы ток-шоу жанры қоғамда болып жатқан түрлі құбылыстардың астарына көппен бірге үңіліп, күрмеулі мәселелерді де біріге отырып шешуге, тығырықтан шығудың жолын бірге қарастыруға, тіпті кей жағдайда адам өзін қалай ұстауы тиіс, қандай қадамдар жасауы керек деген сияқты әр алуан қам-қарекеттерді қамтиды. Америкалық ток-шоулардың басым көбі әу баста үйде отырған әйелдерге арналып түсіріліп, әрі күндізгі уақытта көрсетілгені, сондай-ақ оның мазмұндық астарында қоғамдық пікір қалыптастыруға бағытталған идеология жүргізілгені соңғы кездері ғана ашық айтыла бастады [4].

Америкалық ток-шоудың «атасы» Фил Донахьюдің аты шулы бағдарламаларынан кейін, әлемнің түкпір-түкпірінде осы жанр телевизия саласына дендеп ене бастады. Ал көршіміз Ресейде бұл жанр 90-жылдан бастап қарқын алды [5]. 60-шы жылдары қазақ телевизиясы ток-шоу жанрын игермесе де, өмірдегі күрмеуі мол проблемалар, қоғамдағы күрделі өзгерістер де сол жылдардағы сан салалы хабарлар өзегіне негізделіп, көрерменге ұсынылып жатты. Мәселен, «Телевизиялық кафе», «Пай-пай жиырма бес», «...Афтограф береді», «Мыңдар жарысының маршрутымен», «Сырласу», «Жолдас» хабарлары сан мыңдаған аудиториямен жылы қауышып, жүректерге жол тапты.

Заманның тынысы өзгерген сайын ток-шоулар да мазмұндық-формалық жағынан түрленіп, әрбірінің мақсат-мұраттары бір-бірінен ерекшеленіп отырады анық [6]. Ток-шоу тікелей эфир арқылы миллиондаған көрермен жинай алатын бағдарлама. Оның көрермендерге ықпалын сөзбен жеткізу қиын. Сондықтан да АҚШ, Ресей сияқты алпауыт елдерде мұндай бағдарламалар үшін қыруар қаржы бөлініп, ток-шоу алуан түрлі формада ұйымдастырылып жүр. Қазақстан жағдайын олармен салыстыруға келмейді. Соған қарамастан әлемдік сипат алған ток-шоу еліміз телеарналарында көрініс табады. Тек оны жай ғана эфир толтыру үшін емес, халыққа пайдасын тигізетін жаңа деңгейге көтеруге күш салу керек. Сол арқылы қазіргі интернетке сүйенген жедел ақпараттар заманында телевизия өз беделі мен орнын жоғалтпайды.

Қазақ елінің медиа кеңістігінде де осы кезге дейін, бүгінгі күні де түрлі ток-шоулар жарыққа шықты. Эфир – эстетикалық тәрбие құралы, ал телевизия – қуатты күш [7]. Осыған саятын болсақ, «бүгінгі қазақ телевизиясын жаулап алған ток-шоулар неге ұлттық танымға негізделмейді? Халықтың жағдайына үңілетін, бүгінгі өскелең ұрпаққа тәлім беретін ток-шоулар неге жоқ?» деген сауалдар көлденеңінен шығып отырады.

Қазақстан қазіргі таңда шоудан кенде емес. Түрлі тұрмыстық шоуларды былай қойғанда, телеарналардағы шоулардың есебінен жаңыланып күйге жеттік. 1990 жылдардың аяғы, 2000 жылдардың басында «Хабар» эфиріндегі «Азамат», «Майдан» ток-шоулары көрерменге таңсық көрініп еді. Шындығында, дәл қазір ток-шоу жанрында ерекше жаңалық ойлап табу қиын. Ішінара формасы өзгеріп тұрмаса, бәрінің өзегі бір. Бүгінде Қазақстандағы эфирлік және кабельдік арналардың бәрінде дерлік ток-шоу бар. Әр арна өз мүмкіндігіне сай әлеуметке қызықты, маңызды мәселені күн тәртібіне шығарады, талдайды. Телевидение заңдылығы бойынша, кез келген хабар (жаңалықтан басқасы) шамамен 1-1,5 жыл өмір сүреді. Одан әрі не мүлде тарихқа кетеді, не аздаған формалық өзгерістермен, кейде атауын да мүлде жаңартып, аудиторияға қайта оралады. Бұған мысал «Қазақстан» Ұлттық арнасындағы «Айтуға оңай» ток-шоуының «Қарекет» атауымен жаңартылуы.

Бірнеше жылға созылған бағдарлама атауы өзгергенімен тізгіншісі ауыспады. Себебі, мұнда кәсіби шеберлік бар. Газет-журналдарда, телеарналарда ысылған тәжірибелі журналист бағдарлама қонағының көңіліндегісін тап басады, жүргізушілік харизмасымен ток-шоу тізгінін бір сәтке босатпайды. Қазір қазақстандық көрермен алдына не қойса, соны талғамай жұта беретін аудитория емес. Демек, модератор журналист этикасын сақтай отырып, өз аудиториясын тәрбиелей алды.

Нәтиже

Тәуелсіз баспасөзде ток-шоудың екі түрі бар. Бірі – ашық шындықты ашық айта алатындар, екіншісі – саясатты айналып өтіп, мәдениетімізді, ұлттық салт-дәстүрімізді, тарихымызды, өнерімізді тағы да сол сияқты құндылықтарымызды насихаттайды. Ток-шоу диалогқа құрылғандықтан, сұхбатқа ұқсас, бірақ атқаратын міндеті ауқымдырақ болады. Сондықтан, қай тақырыпты қозғаса да аудиториямен, қонақ-

тармен әңгіме-дүкен құру, яғни көрерменмен байланысу барысында мәселенің ақиқатын табу жолында күш салғаны жөн.

Сонымен қатар, журналистің кәсіби этикасына тек қана шындықты айту; алған бетінен қайтпау, кез келген істің түбіне жетпей тынбау. Тағы бір кәсіби этиканың негізі, әдептілік, батылдық. Кез келген ақпаратты жария етпес бұрын тексеріп алу және «ой мен сөзді қайталамау» т.с.с. толып жатқан толғамдар бар [8].

Бүгінгі күндері шетелден, көрші Ресейден келген көшірме бағдарламалар көп. Мұндағы бірден-бір себеп идея тапшылығынан екені анық. Тіпті көшірме бағдарлама болғанның өзінде ұлттық менталитет, ұлттық психология ескерілуі керек [9]. Сонда ғана ол бағдарлама көрермендер жүрегінен орын табады. Отандық ток-шоуларға келсек «Айтуға оңай», «Алан», «Ашығын айтқанда», «Әйел бақыты», «Кешкі кездесу», «Ой жүйрік», «Қыздар арасында», «Дауа», «Нүкте», «Біздің үй», «Жекпе-жек», «Әйел сыры», «Кеш емес» деп жалғаса береді. Кейбір ток-шоулар ұлттық мұрат-мүддеден гөрі батыстық идеологияны жоғары қойып жатады. «Қазаққа қандай ток-шоу керек?» деген сауалға жауап іздеу қажет. Отандық телевизиялық шоуларға жетіспейтін ұлттық мүддеміз, қазақи болмысымыз. Алайда 7-8 жыл бұрын «Қазақстан» Ұлттық арнасында ұйымдастырылып қазақтың дәстүрлі ән өнерін, бабалар мұрасын насихаттайтын «Телқоңыр» бағдарламасы жарық көрген-ді. Осы тұста қазақтың төл өнері арқылы ұлттық болмысымызды танытқан «Телқоңыр» дәстүрлі шоуға айналып еді. Кешегі халық музыкасын өмірінің жалауы еткен әнші, жыршы, күйші, сал-серілер туындатқан қазақтың дәстүрлі классикалық музыкасы бүгінгі ұрпағына аманат болып отыр. «Телқоңырдың» мақсаты – осы жақұт өнерден кейінгі жас ұрпақ сусындап өсуіне ықпал ету болды. Қазір қазақ телевизиясы осындай шоуға зәру. Аз ғана уақыттың ішінде бірнеше хабары эфирден өткен «Телқоңырдың» берері де көрсетер өнегесі де мол еді.

Ойтолқы

Отандық және шет елдік ток-шоуларды салыстыра отырып, біздің аудиторияға қандай ток-шоу керек? – деген ой туады. Бір қарағанда, қазақстандық аудитория ток-шоулардан кенде емес. Дегенмен, түрлі интернет-форумдарды қарастыра отырып, мынадай қажеттіліктер туындап отырғанын байқауға болады:

1. Қазақ және орыс тілдерінде қатар жүр-

гізілетін ток-шоулар қажет. Өйткені, бір ту астында өмір сүріп жатқандықтан, екі тілді аудитория да екеуіне ортақ мәселелердің талқылануын күтеді екен. Әдетте қазақ тілді ток-шоулардың көпшілігінде орыс тілді қонақ сөзі аударылып беріледі. Бұл дұрыс та. Дегенмен, мәселе ортақ болғасын, оны тындағысы келетін орыс тілді отандастарымыз да бар. 7 арнадағы Майя Бекбаеваның «Выход есть» ток-шоуы осы бағытты ұстанып келді. Бірақ, көп жағдайда студияға келген қазақ тілді қонақ орысша сөйлеуге тырысады. Бір жолы баласы Сирияға аттанып кеткен ана дәл осы ток-шоуда сөз алып, көп нәрсе айтқысы келді. Алайда, тілі жетпеді. Артынша қазақшаға көшті. Демек, таза қазақ тілінде хабар тарататын «Қазақстан» арнасынан өзге арналар бұл тәжірибеге жүгініп көруге болады.

2. Талдамалы жанрға жататын ток-шоулардың атауы айтып тұрғандай, бұл жанрда деректерді талдау басты орын алады [10]. Онда бір ғана дәйек емес, бірнеше ұқсас, тектес деректер жинақталады, жүйеленеді, талданады, қорытынды жасалады. Сол секілді қазіргі ток-шоуларға ой-түйін білдіру, талдау арқылы мәселенің пайда болуын зерттеп, идея ұсынылса, ол идеяны ой елегінен өткізіп ток-шоуды құр әңгімемен аяқтамай, қорытындылау қажет.

3. Сонымен қатар, отандық ток-шоуларға пікірталас жетіспейді. Пікірталас, яғни дискуссия арқылы мәселенің ақиқатын анықтауға мүмкіндік бар. Көрермен алдында болатын ой үрдісін, оның тууын, дамуын, мақсатқа жетуін көрсетеді. Әртүрлі пікірлердің тоғысуы телеаудиторияны қызығушылығын туғызып, интеллектуалдық қызметін арттырады, зерттеу үрдісіне жетелейді. Осыдан барып телевизиялық шоуға жоғары танымдық потенциал қалыптасады. Ток-шоуға пікірталастың жоғарғы деңгейін енгізу қажет. Қазіргі отандық ток-шоуларда пікірталас гөрі, пікір алмасу ғана кездеседі. Жүргізушінің алғашқы сөйлемінен бастап, адамдардың студияға пікірталасу үшін жиналғанын меңзеп, тандалған тақырыптың таласқа түсе алатындығы және көпшілікке қызықты, қоғамдық маңызы бар екенін түсіндіре білу керек.

4. Сонымен қатар, ток-шоу тізгіншісі сценарийлық жоспарға карамастан, импровизацияға дайын болу керек. Яғни, отандық ток-шоудың дамуы үшін, жұлдыздар тізгіндейтін жеңіл дүниені азайтып, кез келген саяси-экономикалық тақырыпты сараптай білетін кәсіби маман керек.

5. Ток-шоудың мақсатты аудиториясы болуы керек. Яғни, аталған ток-шоуға келген көрермен (әр оқу орнынан мәжбүрлік-

пен жиналған массовка емес) талқыға түскен мәселені шешуде қатыса алатын болуы керек. Ол үшін ток-шоу жалпылама емес, белгілі бір салаға арналса, көрермен студияда өз көзқарасын ашық білдіріп, өзін толғандырған мәселеге жауап таба алады.

Қорытынды

Елбасы Нұрсұлтан Назарбаев БАҚ хақындағы бір сөзінде: «Қазақстанға бізге қажеті жоқ батыстық мәдениет ұмтылыс жасауда. Оның насихаты – зорлық-зомбылық, атысшабыс. Қазақстан халқының менталитеті бұдан мүлдем бөлек. Біздің халық бұдан өзге рухта тәрбиеленген. Батыстың, тіпті Американың көп нәрселері бізге ұнамайды», – деген болатын [11]. Я, бұл ақиқат. Отандық телеарналар қандай телевизиялық шоу ұсынбасын, халық одан ұлттың рухын, халықтың ғасырлар бойы қалыптасқан ұлттық бояуы мен ұлттық үнін естігісі келеді. Еліктеушілік, көрші елдердің кей хабарларын айна-қатесіз көшіріп алып, «шедевр» жасаймын деу бос әурешілік екеніне көрермен көзі баяғыда жеткен. Қандай жоба болмасын, қай тілдегі хабар болмасын тарих сахнасынан ойып тұрып орын алатын ұлы қазақ елінің нағыз ұлтжанды азаматтарын тәрбиелеуге атсалысқаны абзал. Өйткені, теледидар ең күшті насихат құралы. Біз осы отандық телеарналардағы ток-шоу хабарларын зерттей отыра, көзімізді көп нәрсеге жеткіздік. Алты құрлықтан асып келген батыстық хәм еуропалық мәдениет біздің ана тіліміздегі ток-шоулардың ұлттық болмысын тұншықтырып барады. Сапалы жасалған хабар өміршең болады. Дегенмен, өзге елдің қаңсығын таңсық көріп жүре беретін дәурен өтіп барады. Сондықтан, қазақ ток-шоуы ұлттық болмыстағы тың идеялармен көрермен жүрегіне жол тартуы қажет. Ал мақала тақырыбына арқау болған ток-шоу бағдарламалары телевидение саласының жаңашыл, әлі де көп ізденісті қажет ететін саласының бірі. Дегенмен, ток-шоу деген не? Біз

оны қалай қабылдаймыз? Қазақстан телевидениесі ток-шоу деп жүрген хабарлар шын мәнінде осы жанрдың жүгін көтеріп тұр ма? Қазақстан жағдайына келер болсақ, ток-шоу сипатындағы ұйымдастырылған хабарларды әр телеарнадан көруге болады. Бірақ жаңалықтың бәрін Ресей арқылы қабылдайтын әдетімізбен АҚШ, Батыс елдерінен Ресей телевидениесі көшіріп алған бағдарламалар аясынан шықпай сол қалпында өзімізге пайдаланамыз. Қазақ телевидениесі не себепті өзгенің идеясымен сусындап, хабарлар жасауға әуес? Жылдар бойы қалыптасқан эфир заңдылықтары қазір техниканың мүмкіндіктеріне қарай жаңа көкжиектерге де жетіп отыр. Ақпараттар мен озық технология ғасыры жұмыс істеймін деген адамға барлық жағдайды жасап отыр. Үнемі шығармашылық ізденіс үстінде жүретін журналистер үшін алынбайтын қамал жоқ. Еліміз батыс пен шығыс, америка мен ресейлік үрдістердің ағымында кетіп қалмас үшін, ең күшті насихат құралын пайдалана отырып, теледидар арқылы ұлттық болмысымызды сақтап қалуға атсалысқанымыз абзал. Төл ток-шоуымыз төңірегінде де аққараны тұспалдап жатпай-ақ, төтесінен қойып, ненің көңілге медеу, ненің аяққа тұсау екенін елеуішпен елеп, не ары, не бері өтелік. Айтпақ ойымыз, көшірме ток-шоуларды қойып, ұлттық болмысымызға сай идеялармен жұмыс істей білейік.

Телевизия үшін көрерменнің шынайы сүйіспеншілігінен асқан жетістік жоқ. Журналистер үшін оларға қойылатын шығармашылық талаптың мықты болғаны керек. Отандық телевизиялық шоуларды дамыту өз қолымызда, тек өз қадірімізге өзіміз жете білсек болғаны.

Өскелең ұрпақтың, жастардың елді сыйлап, ұлттық дәстүрді ұмытпауы, білімді де парасатты, мәдениетті болып өсуі тікелей бүгінгі телевидениеге байланысты. Себебі еліктегіш жасқа ата-анасынан гөрі көк жәшіктегі журналистің сөзі өтімдірек болатынын ұмытпаған абзал.

Әдебиеттер

- 1 Тұрсын Қ., Нұсқабайұлы Ж. Тележурналист анықтамалығы. – Алматы: Білім, 2003. – 380 бет.
- 2 Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. – 36 бет.
- 3 Барманқұлов М. Телевизия: бизнес, әлде билік. – 52 бет.
- 4 Цвик В.Л. «Журналист с микрофоном». – М., 1987. – 595 бет.
- 5 Юровский А.Я., Борецкий Р.А. Основы телевизионной журналистики. – 201 бет.
- 6 Князев А. Основы телевидение и тележурналистики. Первая глава. – М., 1997. – 46 бет.
- 7 Тұрсын Қ. Көгілдір экран құпиясы. – Алматы: Қазақ университеті, 1998. – 265 бет.
- 8 Омашев Н. Журналистиканың жаңа стилі. – Ақиқат. – №9. – 1997. – 85-88 бет.

- 9 Құрманбай Ш. Қап сүйреген қазақ ток-шоудың тапқырлығы ма? Мақала // Айқын газеті. 2006 жыл. 16 ақпан
- 10 Шындалиева М.Б. Журналистика жанрларының пішіндері мен функциясы. – Астана, 2012.
- 11 Сәрсенов Қ. Тележурналистика терең тамырлы өнер // Егемен Қазақстан 2004. 28 желтоқсан: <https://egemen.kz>

References

- 1 Tursyn K, Nuskabaiuly Zh. «Telejurnalist aniktamaligi». Almaty. Bilim; 2003. 380 bet
- 2 Svik V.L «Televizionnaya jurnalistika» 36 bet
- 3 M. Barmankulov «Televizia: biznes, alde bilik» 52bet
- 4 Svik V.L «Jurnalist s mikrofonom» - Moskva. 1987. 595 bet
- 5 Yurovskii A.Y, Boretskii R.A «Osnovy televizionnoi jurnalistiki», 201 bet
- 6 Kniyazev A. «Osnovy televidenie I telejurnalistiki pervaya glava». - Moskva, 1997. 46 bet
- 7 K. Tursyn «Kogildir ekran kupiasy». Almaty.Kazak universiteti, 1998.265 bet
- 8 Omashev N. «Jurnalistikany jana stili» Akikat. № 9.1997. 85-88 bet
- 9 Kurmanbay Sh. «Kap suiregen kazak tok-shoudyn tapkyrlygy ma?» Makala, Aikyn gazetі.2006 zhyl. 16 akpan
- 10 Shyndalіeva M.B «Jurnalistika zhanrynyn pishinderі men funksiasy». - Astana, 2012.
- 11 Sarsenov K. «Telejurnalistika teren tamyrly oner». Egemen Kazakhstan 2004. 28 zheltoksan: <https://egemen.kz>