

Машарипова Т.Ж.
Публицистика функциялары

Мақала публицистика функцияларының теориялық жүйесіне негізделген. Осы салада біршама жетекші ғалымдардың еңбектеріне сүйеніп, автор заманағөй функциялардың маңыздылары сипатында төмендегілердің алтауын көрсетіп өтеді: 1) контактілік; 2) когнитивті; 3) әшкерелік; 4) экспрессивтік; 5) аксиологиялық; 6) ұйымдастырушы-бағыттаушылық. Мақалада әрбір функцияға дәлел келтірілген.

Түйін сөздер: жалпы ақпарат, публицистика, функция, журналистика, әдебиет, қоғам, әлеуметтік институт.

Masharipova T.Zh.
Functions of journalism

The article is devoted to the theoretical system of publicity functions. On the basis of study of the classification of famous the author pulled out six basic functions of modern publicity's: 1) contacts; 2) cognitive; 3) demonstration; 4) expressive; 5) axiological 6) organizing-mobilization. In article reasons of each function are given in the article.

Key words: mass-communication, functions, journalism, literature, society, social institute.

Машарипова Т.Ж.
Функции публицистики

Статья посвящена теоретической системе функций публицистики. На основе изучения классификации ряда ведущих учёных автор выдвигает шесть основных функций современной публицистики: 1) контактную; 2) когнитивную; 3) демонстрационную; 4) экспрессивную; 5) аксиологическую; 6) организационно-мобилизационную. В статье приведено обоснование каждый из данных функций.

Ключевые слова: массовая коммуникация, публицистика, функция, журналистика, литература, общество, социальный институт.

ПУБЛИЦИСТИКА ФУНКЦИЯЛАРЫ

Әлеуметтік коммуникациялар, әдебиет, идеология және журналистика функциялары. Функция түсінігін ғалым Г.Лейбниц ғылыми айналысқа енгізген. «Шет ел сөздерінің жаңа сөздігінде» («Новый словарь иностранных слов») оған төмендегідей анықтама беріледі: «Функция – лат. function – жөндету, орындау: 1) Жұмыс шеңбері, міндет, роль, мақсат... 2) елгілі бір қатынастар жүйесінде қандай да бір объекті белгілерінің көрінуі, мәселен, теледидар функциясы...» [1: 977-б.].

Әлеуметтік қатынастар қоғамдағы өзара байланыстардың жинағынан тұрады, публицистика оларға байланысты белгілі бір функцияларды орындайды және оның нәтижесінде пікірді қалыптастырады. Функция – субъектінің белгілі бір жүйе аясында қызмет атқаратын субъект пен объект арасындағы байланыс формасы. Мұнда функцияның ықпалынан бір немесе екі объекті өзгеріске ұшырайды. Публицист жағдайындағы өзгеріс мақаланы дайындау барысында көрінуі мүмкін. Материал жарық көргеннен кейін аудиторияның оған қатынасының өзгергенін көреміз, бұл жағдайда ол публицистика функциясының объектісі болып табылады.

Әдетте, мамандар функция сөзін екі мағынада қолданады. Біріншіден, публицистиканың қоғамдағы функциялары – міндеттері мағынасында, екіншіден – қоғамның публицистика алдындағы функцияларын қолдануы мүмкін. Яғни мұнда функцияның екі жақты қызметі назарда болады: публицистиканың қоғамға ықпалы және қоғамның публицистикалық ақпарат қызметі. Функция – бұл екі объектінің бір-біріне әсері, бірінің өзгеруі екіншісінің де өзгеруіне алып келеді. Өз шығармасын жазу нәтижесінде публицистің өзін ұстауының өзгеруі қоғамға осы функция түрінде әсер етеді. Функцияның роліне жүйелі қатынас жасасақ, публицистиканың қоғамның белгілі бір топ өкілдеріне ғана әсер етіп қалмайтыны айқын болады. Публицистиканың ықпалы нәтижесінде оларды біртұтастыққа біріктіреді.

Коммуникациялық функцияларға талдау. «Қазақстан журналистикасы» энциклопедиясының авторлары төмендегі тізімді келтіреді: «Коммуникацияның функциялары – бұқаралық ақпарат құралдарының қызметі және оның нәтижелерінің жинағы» болып табылады. Ақпараттық коммуникация дегенде Г.Лассуэл қоршаған ортаны бақылау функциясын, қоғамның әлеу-

меттік құрылымының өзара байланыстылығын, мәдени мұраны атап көрсетеді. Зерттеуші К.Райт болса, осы үш функцияның қатарына шабыттандыруды қосады, ал Мак-Квейл – бағдарлаушылықты, А.А.Леонтьев – қоғамдық жұмысты оңтайландыруды, топтық сананы қалыптастыруды, әлеуметтік қадағалауды, адамның әлеуметтенуін қосады. Коммуникация өз қызметінде апеллятивтік, өзара бірліктегі әрекет, ерік-тілегін білдіру, әсер ету, хабар беру, перформативтік, ынталандырушылық, прагмативтік, реттестірушілік, салт-дәстүрлік, өзін таныстырушылық, байланыс орнатушылық және экспрессивтік міндеттерді орындайды. Ақпараттық коммуникацияның әлеуметтік маңызы функцияларын шартты түрде: ақпараттық, реттестірушілік, мәдениеттанушылық түрлеріне ажырату мүмкін» [2: 439-440-б.] Коммуникация функцияларының бұдан басқа да тізімдері бар, десекте біз жоғарыда келтірілгендермен шектелеміз.

Журналистика функцияларына келетін болсақ, олардың негізгі міндеттері қатарында ұзақ жылдар бойы үгіт-насихаттық және ұйымдастырушылық қызметі аталып келді. Себебі бұл компартияның деректері және ол сөзсіз орындалуға тиіс еді.

КСРО тарағаннан кейін журналистика жаңаша сипатқа ие бола бастады. Яғни журналистика қызметінің жаңа жіктемесі дүниеге келді. Олар жоғарыда аталғандардан толығымен ерекшеленеді. Журналистика теориясында өзіндік орыны бар, профессор Е.П.Прохоров соңғы кітаптарының бірінде функциялардың өзіне тән бірнеше ерекшеліктерін атап өтеді: 1) Коммуникативтік функциялар тобы (негізгі); 2) Идеологиялық; 3) Тікелей ұйымдастырушылық; 4) Мәдени қалыптастырушылық; 5) Жарнама – мәлімет беру; 6) Рекреативтік функциялар [3].

Л.А.Коханова және А.А.Калмыков: «көптеген әлеуметтік функцияларды, соның ішінде қоғамдық сана, ағартушылық сәулелендірушілік, идеологиялық, әлеуметтік шындықты жинақтау және басқа да функцияларды жүзеге асыруды ұсынады» [4: 53-б.]. Мұнда авторлардың бұл кітабы онлайн журналистикаға арналып жазылғанын ескеру керек.

Публицистика функциялары. Публицистика функцияларының жіктемесін осы сала мамандарының еңбектеріне талдау жасау арқылы көрсетпекпіз. Е.П.Прохоров әдетте публицистика функцияларын әлеуметтік-педагогикалық және ақпараттық білім беру сияқты түрлерге ажыратады. Е.П.Прохоров: «Қоғамдық пікірді қалыптастыру – қазіргі заман тарихын дамыту –

ақпараттық, сана-сезімді қалыптастыруға қатынасу қызметін жақсарту», – дейді [9: 113-б.].

Басқа авторлардың публицистика функциялары жайлы көзқарастарын анықтау үшін және Интернетке жүгінуге тура келді. Т.Б.Самарскаяның атап көрсетуінше «публицистиканың функциялары төмендегілерден тұрады:

1. коммуникативтік – ақпараттық;
2. білім беру (эвристикалық) – дүние жайлы түсініктерді кеңейту;
3. аксиологиялық – бағалау;
4. шығармашылық – жаратушылық (бірлескен шығармашылыққа шақыру);
5. тәрбиелік – қоғамдық пікірді жүзеге асыру, қалыптастыру және таныту;
6. эстетикалық – нағыз шынайы образын жасау;
7. ынталандырушылық – әрекетке ынталандыру.
8. публицистиканың мазмұндық кеңістігі – факт (оқиғалар, мәселелер, жағдайлар, әрекеттер) автордың бағасымен үйлесімді түрде сәйкестеніп кетуі» [11].

Профессор Н.И. Гендина былай деп жазады: «публицистикалық шығарма ақпараттық, тәрбиелік, әсер етушілік, үгіт-насихаттық немесе ағартушылық, таратушылық, ұйымдастырушылық, гедонисттік (рахаттану, ләззаттану) тағы басқа көптеген функцияларды орындайды». Автор әсер ету (сендіру) және коммуникативтік – ақпараттық (жаналықтарды хабарлау) функцияларын олардың арасындағы ең маңыздыларды деп есептейді [12].

Кейбір зерттеушілер болса публицистиканың басты функциясы – дүниені объективті сәулелендіру деп біледі.

Біздің пікірімізше, функцияларға әр түрлі анықтама беріп отырған авторлар негізгі екі факторға назар аудармайды. Біріншіден, олар өз білім дәрежелері, өздерін қоршап тұрған ғылыми-педагогикалық орталықтың әлеуметтік жағдайы және өздерінің басынан өткерген қоғамдық шындық тарапынан баға беруге тырысады. Мұнда халықтың негізгі бөлігінің шынайы зияткерлік жағдайы және қоғамдық белсенділігі екінші орында қалып қояды.

Екіншіден, қазір ХХІ ғасырдың екінші он жылдығында өмір сүріп отырғанымыз үнемі есепке алына бермейді. Қазіргі заман адамдарының үнемі уақыты жоқ, қарбалыста, тек кітап, журналдар ғана емес, тіпті газеттерді басынан аяғына дейін оқуға уақыт табылмайды.

Зерттеуімізде публицистиканың әмбебап қызметі қоғамдық әлеуметтік институты сипатында қарастырылады. Публицистиканың мәні мен мағынасы аудиторияға ақпарат таратудағы

өзара байланысы сипатында нәтижелі болады. Сондықтан, функцияларды бір-бірінен ажырату үшін өзіне тән ерекшеліктерін ескеру қажет. Қазіргі аудитория оперативтілікті талап етеді. Сондықтан, қазіргі публицистиканың функционалдық нәтижелілігі объективті факторлардың ерекшеліктерін ескеруді талап етеді.

Осыған сәйкес келесідей негізгі функцияларды атап өтуге болады: 1) контактілік; 2) когнитивтік; 3) көрсетушілік; 4) экспрессивтік; 5) аксиологиялық; 6) ұйымдастырушылық-бағдарлаушылық.

Әрқайсысының сипатына тоқталар болсақ, ақпарат таратуда публицист пен қоғам арасында өзара байланыс орнату, аудиторияның назарын аударту өте маңызды болады. Яғни, ақпараттық ғасырдағы нәтижелі коммуникация орнату үшін маңызды шарт болып табылатын *контактілік* функция келіп шығады. Ақпарат қызықты, оқылатын, түсінікті болуы шарт. Аудитория публицистің айтар ойын түсінуі, дұрыс қабылдауы маңызды. Осы арқылы публицистиканың нәтижесі белгілі болады. Назар аударта білу – ең басты міндет. Қазіргі кездегі ақпараттың басымдылығы жағынан алғанда, контактілік функция әдістемелік тұрғыда аса тиімді емес.

Контактілік функцияның негізгі міндеттері:

- 1) назарды аударады;
- 2) тақырыпқа қызықтырады;
- 3) қызығушылығы бар, бірақ мақала тақырыбын түсіне бермейтін және онда көтерілген мәселемен айналыспайтын кездейсоқ аудиторияны електен өткізеді;

- 4) өзекті мәселеге түсініктеме береді.

Сонымен, контактілік функция аудиторияны шақырады және оны бастапқы кезеңде меңгеруге ықпал етеді. Яғни бұл публицистикалық үдерістің бірінші және еріксіз шарты. Сондықтан да контактілік функциясы публицистиканың эмбебап қызмет арасында бірінші болып табылады.

Когнитивтілік (білу, білім беру) функция контактілік функцияны ары қарай дамытады, аудиториямен жұмысты жақсартуға атсалысады. Енді публицист аудиторияның алғашқы назарын бәсеңдетіп алмауы керек. Ол өзі көтерген мәселенің нәтижесінен өзекті екенін түсіндіруі және оның адамдар үшін қаншалықты маңызды екенін дәлелдеуі тиіс болады. Идеяны түсіндіру – публицистика ұйымдастыратын жалпылық үдеріс. Біртіндеп құралған білім Элвин Тоффлердің айтқанындай, оның төңкерістік байлығына айналады. Когнитивтік функция үшін аудиторияның қоғамдық білімнен құралатыны қағидалық тұрғыда маңызды болады.

Көрсетушілік. Көрсетушілікті өз алдына жеке функция сипатында зерттеу публицистиканың ерекшеліктерінен, сондай-ақ аудиторияның назарын қордаланған өзекті мәселе төңірегіне шоғырландыру секілді ақпараттық ғасыр заңдылығына сай туындауда. Кондаков былай деп жазады: «Көрсетушілік (лат. demonstration – көрсету) (логикалық пікір білдіру, бұл үдеріс барысында тезистің ақиқат немесе жалған екенін дәлелдер (себептер) арқылы көрсетеді. Көрсетушілік әр түрлі дәлелдеудің үшінші құрам бөлігі. Көрсетушілік дегенде дәлелдеуге негізделген логикалық қағидалар жинағы айтылады. Осы қағидаларды қолдану пікірлер байланысындағы бірізділікті қамтамасыз етеді, себебі ол тезис дәлелдермен негізделуі қажеттігіне және осы себепті ақиқат екендігіне сендіруі керек [15: 139-б.].»

«Публицистиканың ешқандай бірқалыпты, барлық жағдайларда қолдануға болатын эмбебап әдістер жоқ», – деп жалғастырады автор. – Әрқандай дәлелдеу өз ерекшелігіне ие, ол дәлелденіп жатқан тезистің сипатына және нақты дәлелдерден келіп шығады. Сонымен қатар, дәлелдер мен дәлелді ұсынымдарды тандауда кімге не дәлелденіп жатқанын анықтауда оның білім дәрежесі де есепке алынады [15: 160-б.].»

Демек, көрсетушілік, тіпті ол қатаң логикалық дәлелдеу түрінде болса да, аудиторияның интеллект дәрежесіне және өзгешелігіне бейімдестіріледі.

Логика ежелгі Үндістанда бірліктегі жалпы үдеріс сипатында, бір адамның басқа адамға кең аудитория алдында ақиқаттығын дәлелдей алу үдерісі арқылы іске асады, мұнда көпшіліктің қолдауы немесе қолдамауы бұл көзқарастың дұрыс не бұрыс екендігінің өлшемі секілді. Егер көпшілік мақұлдаса, онда бұл пікірді айтқан адам сендіре алды, деп қабылданған. Сондықтан да логика өзінің шығысында атап айтқанда адамға, оның санасы немесе сезімдеріне сүйенеді.

Экспрессивтік функция. Адамдардың өте жұмысбасты кезеңде ақпараттың тартымдылығы публицистика нәтижелілігінің шешуші факторларының біріне айналуға. Назар аударта білу, шығарманың оқып шығылуы және есте сақталуына көмектесу көпшілік тарапынан оның табысты болуын қамтамасыз етеді. Себебі ХХІ ғасырда демократияның бұрын беймәлім кейбір механизмдері (жариялылық, ашық-айдындық, қоғамдық қадағалау және т.б.) белгілі дәрежеде дамыды. Бұл дәуірде негізгі мәселе шығарманың назар аударта білуі және оқылуы болып табылады.

Аудитория публицистен оның сезімдерін қозғауын күтеді. Бұл термин төмендегіше түсін-

діріледі. «Экспрессия (лат. exspression – әсерлендіру) сезімдер және пікірлердің көрінуі, төңіректің үлкен әсер ететін ғажайып іс-әрекет, адамның рухани дүниесінің жарқырап ашылуы [1: 1046-б.].

«Экспрессивтік бағдарлану» мақаласында: «Экспрессивтік бағдарлану – Парсонстың әлеуметтік іс-әрекет теориясына бола, іс-әрекетті әлеуметтік объектілерге бағдарлау әдістерінен бірі. Парсонстың пікірінше әлеуметтік іс-әрекеттердің екі құралы бар: экспрессивтік – инструменталдық және бағынушылық – үкімдарлық. Инструменталдықтан айырмасы экспрессивтік бағдарлану оны тек жалпы көзқарасынан бағалауды емес, объективті эмоционалдық, сезімталдықты білдіреді. Әлеуметтік іс-әрекет жүйесінде экспрессивтік бағдарланған кіші жүйелер үлкен жүйенің ішкі мәселелеріне байланысты. Яғни жүйе ішіндегі тең салмақтылықты ұстап тұру маңызды. Қалаған кіші топқа экспрессивтік және инструменталдық функциялардың ерекшеліктері жүзеге асады, проблема жетекшісі және әлеуметтік және эмоционалдық мәселелер бойынша маман-жетекші пайда болады [16: 963-б.].

Эмоционалдық әдіс негізінде автордың қатаң логикалық есебі тұрады. Ойлағандарын баяндауға кірісіп, ол логикалық және суреттеу құралдарынан тұратын арнаулы құралдарды қолданады.

Аксиологиялық функция. Аудитория идеяның маңызы неде екенін білуі керек, сондықтан да оның мән-мағынасын дәлелдеп көрсету маңызды болады. Публицистиканың өзгешеліктері түсіндіріп беруді талап етеді, себебі көпшілік үшін түсіну маңызды шарт. Жалпы алғанда, осы функцияға байланысты айтарлықтай қиыншылықтар бар. 1991жылдың өзінде – өте қысқа уақыт ішінде осы мәселелер түбегейлі жаңашаландырылды. Өзбекстан тәуелсіз мемлекетке айланып, онда тәуелсіз мемлекетке тән барлық нәрселер қалыптасты. Бірақ, аксиологиялық функцияның өзі жоқ болып кетпеді. Іс жүзінде ол бұрынғы дәуірлердегідей өзін сақтап қалды, себебі, ол публицистиканың әмбебап функциясы, бірақ оның мазмұны түпкілікті өзгерді. Ол мемлекеттік саясатты, қоғамдық тұрмыс оқиғаларын, материалдардың мазмұн-мәнісін сәулендіруде ерекшелікке ие болды.

Ұйымдастырушылық-бағдарлаушылық функция. Ұйымдастырушылық функция журналистикаға ежелден тән. Бұл міндетті газет пен журналдардың редакциялары, радио мен телевидение, интернет сайттары, ақпарат тарату агенттіктері үнемі орындап келген. Публицистиканың

ұйымдастырушылық функциясы болса, біраз құрамалы түрде жүзеге асады. Себебі публицистің көзқарасын аудитория өкілдері ерікті түрде қабылдауы тиіс, публицистің бағалауы мен өлшемдері олардың баға және өлшемдері болып қалуы, олардың тұрмыстық ұстанымына айналуы керек. Басқаша айтқанда, аудитория публицистің көзқарастарын қабылдауы мен өз іс-әрекеттерін осыған лайықтауы керек. Қоғамдық пікірдің қалыптасу үдерісі іс жүзінде қалайша жүзеге асады? Публицистика адамдардың санасында олардың тұрмысының анық, әрі дәл түсінігін қалыптастырады. Оларға қоғамдағы орны және рөлін: менің мақсатым не, мен кімін, менің жақындарым және туыстарым қалай ғұмыр кешуде, ұлтымның жағдайы қалай деген секілді сұрауларға жауап бере отырып, көрсетіп береді. Бұл аз санды халық болған қарақалпақтар үшін аса маңызды.

Ұйымдастырушылық функциясының тағы бір тарапы публицистикалық шығармалардың сапасын заман талаптарына сай жақсартуға байланысты. Тақырыптарды жаңашаландыру күрделі кезеңде толық ақпарат алу үшін мамандарды кеңінен тарту, сараптамалық қорытындыларды пайдалану, авторларды, қоғамдық тілшілерді қалыптастыру маңызды. Қордаланған мәселені шешуде мамандардың кәсіби бағалары тек автор үшін ғана емес, кең көпшілік аудитория үшін де өте маңызды. Бұл аудиторияның сауаттылық дәрежесін арттырады және дұрыс берілген баға төңірегіне топтастырады.

Бағдарлаушылық функция публицистиканың өзіндік ерекшеліктеріне тікелей байланысты. Ол ұйымдастырушылық функциясының жалғасы болып табылады, оларды бір-бірінен бөліп қарастыру қиын. Себебі аудиторияны алғаш қоғамдық міндетті орындау үшін ұйымдастыру, ал содан кейін бағдарлау тиіс болады.

Мұндай бағдарлаушылық қалай жүзеге асады? Алғашқыда идея аудиторияға ұсынылады және шығармаға негізделеді, қажетті фактімен, дәлелдермен қамтамасыз етіледі, жарқын образдар және көтеріңкі стильмен көркемдейді. Бұл аудиторияның публицисті қолдауы мен оның идеясын жүзеге асыруына ұмтылдырады. Ұйымдастырушылыққа бағдарлау кезеңі осылайша жүргізіледі, публицистика төртінші билік сипатында қоғамдық пікірді қалыптастыруды мақсатты түрде іске асырады. Әрине, мұнда қалаған ұйымдастырушылық сыртқы бейнеде бағдарлаушылық түрде көріне бермейтінін есепке алу керек. Себебі, бұл жағдай адамның рухани қалыптасуы, онда жеке сенімнің пайда болуы сипатында да жүзеге асуы мүмкін.

Қазіргі кезде Өзбекстанда қоғамдық қадағалау жөніндегі заң қабылдану алдында тұр. Жалпы алғанда, ол бұқаралық ақпарат хабар құралдары арқылы журналистік және публицистикалық қызметтің нәтижелі болуына ықпал етуі мүмкін. Себебі, публицистика қоғамдық қадағалаудың ең нәтижелі түрлерінің бірі. Қарақалпақ ұлттық публицистикасы да осы заң жоспарын даярлау, талқылау және жүзеге асыруға айтарлықтай үлес қосады деп сенеміз. Публицистің ұйымдастырушылық қызметі

журналистік одақ мүшесі сипатында бірнеше бағытта көрінеді:

Біріншіден, ол қоғамдық пікірді сәулелендіреді және білдіреді. Екіншіден, ол қоғамдық пікірді қалыптастырады. Үшіншіден, редакция мен өзінің төңірегінде қоғамдық тілшілерді, белсенділерді, ерікті көмекшілерді, пікірлестерді топтастырады. Төртіншіден, олардың жұмысын сынаиды немесе мекемелер, ұйымдар тарапынан белгілі бір шешімдердің қабылдануына ықпалын көрсетеді және т. б.

Әдебиеттер

- 1 Новый словарь иностранных слов. – Минск: Современный литератор, 2008.
- 2 Козыбаев С.К. и др. Журналистика Казахстана. Энциклопедия. – Алматы: Экономика, 2006.
- 3 Қараңыз: disserkat.com
- 4 Қараңыз: do/gendocs/ru
- 5 Қараңыз: publishing-vak.ru
- 6 Мўминов Ф., Баротов Ш. ва бошқ. Очиг ахборот тизимларида ахборот психологик хафвсизлик. – Т.: ЖИДУ, 2013.
- 7 Қараңыз: Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. 6-е изд. – М: МГУ, 2005 – С.55-56.
- 8 Коханова Л.А., Калмыков А.А. Основы теории журналистики. Уч. пос. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009, – С. 53.
- 9 Худойқулов М. Журналистика и публицистика. Қайта ишланган ва тўлдирилган нашри. – Т.: Tafakkur нашриёти, 2010. – Б. 31.
- 10 Прохоров Е.П. Публицист и действительность. – М.: МГУ, 1973. – С. 113.
- 11 Cyberlinika.ru
- 12 Liv. Znate.ru
- 13 book net
- 14 Рубинштейн С.Л Основы общей психологии. – СПб. Питер, 2008. – С.417.
- 15 Кондаков Н.И. Логический словарь справочник. 2-е, исправил. и дополн. изд-е. – М. Наука, 1975. – С.139.
- 16 Большой энциклопедический словарь: философия, социология, религия, эзотеризм, политэкономия. Гл. науч. Ред. С.Ю. Слодовников. – Мн: МФЦП, 2002. С. 63.
- 17 Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. Пер. с. англ. – М. АСТ Москва, 2008. – С. 18-19.