

Абуова А.Т., Махсұтова А.
**Түрік публицистикасы және
оның қоғамдағы рөлі**

Мақалада түрік публицистикалық стильдің жанрлары, түрлері, қоғамдағы рөлі қарастырылған. Түрік қоғамында публицистикалық стиль ең көп қолданылатын және танымал стиль болып табылады. Публицистикалық стиль – саяси, мәдени, спорт және т.б. кең қоғамдық қатынастардың аясында қызмет көрсететін тілдің функционалдық түрі. Осы стильде саяси ақпаратты қамтитын әртүрлі газет-журналдар, брошюралар қамтылады. Түрік публицистикалық стильге тән өзекті мәселелер бар, олар: саяси бейнелілік және анықтылық болып табылады. Осы мәселелер адамның ой-санасына, қоғамдық пікірді қалыптастыруға, әлеуметтік мақсатында туындайды.

Түйін сөздер: публицистика, стиль, жанр, ақпараттық, аналитика, қоғам, мәтін.

Abuova A.T., Mahsutova A.
**Turkish publicism and
is role society**

The article is about Turkish publicistic style genres, types, role in society and important sides. Publicistic style is the most widely used and popular style. Publicistic style-political, cultural, sports, etc. in the framework of a functional language, serving a kind of public relations. Publicistic style is contained political information in various newspapers, magazines, brochures in Turkish society. There are issues specific to Turkish publicistic style: imagery and political clarity. These matters occur to formulate people's consciousness, public opinion for social purpose.

Key words: publicism, style, genre, information, analytics, society, text.

Абуова А.Т., Махсұтова А.
**Турецкая публицистика и ее
роль в обществе**

В этой статье рассматриваются жанры, виды и роль турецкого публицистического стиля в обществе. Публицистический стиль является наиболее широко используемым и популярным стилем в турецком обществе. Публицистический стиль анализирует широкий вид общественных отношений в сфере политики, культуры, спорта и т.п. в рамках функционального языка. Сюда включены разные газеты, журналы, брошюры, содержащие политическую информацию. Есть проблемы, присущие турецкому публицистическому стилю: политическая образность и четкость. Эти проблемы возникают в целях формирования общественного мнения, сознания человека.

Ключевые слова: публицистика, стиль, жанр, информационный, аналитика, общество, текст.

ТҮРІК ПУБЛИЦИСТИКАСЫ ЖӘНЕ ОНЫҢ ҚОҒАМДАҒЫ РӨЛІ

XXI ғасырдағы публицистика бірден пайда болып, дамыған жоқ, оның пайда болуының өзі көне дәуірлерден басталған. XVI ғасырда ол адамдардың бір-бірімен хабар алмасу құралы ретінде пайда болғанымен, оның негізі ерте кезді көздейді. Тарихшылардың айтуы бойынша, Тынық мұхитының аралдары мен Африкада өмір сүрген тайпалар бір-біріне ақпарат жеткізіп, болып жатқан жағдайлармен бөліскен және оның дәлелі ретінде әр түрлі жазбаларды айтуға болады. Сол уақыттан бастап публицистика даму, қалыптасу жолдарынан өтті. Антропологтардың зерттеуі бойынша дүние мәдениетіне қалған құнды заттар, деректер ежелгі дәуірден бастап бүгінгі күнге дейін сақталып келген және баспасөздің жоғары орын алғандығын көруге болады. Тарихшы Мишель Стефенс айтқандай: «Адамдар тарих бойынша мәдениет арасында хабарларды бір-бірімен бөліскен», – яғни кейбір таңба жазбаларынан баспасөздің бұрыннан дамығанын көруге болады.

Ал түрік публицистикасы дамуына тоқталатын болсақ, ол XII ғасырда пайда болды және оның пайда болу, даму, қалыптасуына оның ең танымал түрі – газет маңызды рөл атқарған болатын. 1796 жылы «Gazette Frangaise de Constantinople» газеті жарық көре бастады. Екі жылдан кейін басылым жабылып қалады да, Түркияда газет шығару ісі біршама тоқтап қалады. 1821 жылы француз азаматы Александар Блак Түркияда француз тілінде газеттер шығара бастады. Баспасөздің қоғам өміріндегі маңызын жақсы түсінген Осман мемлекетінің соңғы падишахы Сұлтан 11 Махмұд Блакқа түрік астанасында газет шығару ісін дамытуды тапсырады. Осы уақыттан бері түрік публицистикасы дамып, қазіргі күнге дейін саны өсіп, өз күшін жоғалтпауда.

Өмір сүру үшін, өзімізді қорғау, әлеуметпен байланыста болу, дос-дұшпанды айыра білу үшін хабарларға мұқтаж боламыз. Публицистика – қоғамға қажетті ақпаратты қамтамасыз ету үшін, адам арқылы жүзеге асатын жүйе. Бірақ ұсынылған ақпараттар мәдениетіміз және түсінігіміздің сапасына әсерін тигізеді. Дін тарихын зерттеген жазушы Томас Жахил былай айтқан: «Бір халықтың дүниетанымын, қорқыныштарын және армандарын мәдениет тарихынан білуге болады» [1].

Публицистика сөзінің пайда болуына келетін болсақ, бұл латынның «*publicus*» деген сөзінен шыққан, «қоғамдық, халық-

тық» деген мағынаны білдіреді. Публицистика жиналған жұрттың, алқа топтың, қауымның, қоғамның алдында қажетті сөз айту өнері және өмірден алынған оқиға-фактілер туралы айтылатын, кең ауқымды ақпарат жиынтығы. Публицистика сипаттамасы туралы айтылған пікірлер көп. Баспасөз теориясын зерттеушілердің еңбектерінде көптеген ғалымдар «публицистика – бұл бұқараның шығармашылығы» деп айтып өткен. Орыстың белгілі журналисі Анатолий Аграновскийдің айтуынша: “Қай жерде ой болса, сол жерде публицистика белең алады. Публицистика ойға құрылуға тиіс”. Қазақ зерттеушілерінен, проф. Т. Амандосовтың айтуынша: “Публицистика – адамдар арасындағы әлеуметтік қарым-қатынастардың көрінісі деген сөз, яғни өмірдің әлеуметтік, саяси-экономикалық, өндірістік, ғылыми және рухани, тағы басқа құбылыстарын, өмір фактілерін байыптап-түсіндіріп береді” [2].

Публицистикалық стиль – ақпарат құралдары (газет, журналдар, теледидар, билбордтар, парақшалар) арқылы адамдарға ықпал етеді. Ол әлеуметтік және саяси лексика, логикалық, эмоционалдық бағалаумен сипатталады. Бұл стильде кеңінен лексика және фразеология, эмоциялық сөздер, қысқа сөйлемдерді қолдану, проза, риторикалық сұрақтар және тағы басқалар пайдаланылады. Публицистикалық стильдің тілдік ерекшеліктерін түсіну мақсатында арнайы лексиканы енгізу қажеттілігі туындайды. Бұл стиль саяси және идеологиялық, әлеуметтік және мәдени қарым-қатынастар саласында қолданылады.

Түрік публицистикалық мәтіндер жиі ғылыми негіздеме ретінде құрылады, маңызды әлеуметтік проблемаларды алға қойылып, оны шешудің жолдары мен қорытындылары жасалынады және ғылыми терминология пайдаланылады, яғни ғылыми стильге жақын болады. Олар ақпараттың дәлме-дәлділігімен, нақтылығымен ерекшеленеді. Ал ең маңыздысы оның бүкіл халыққа қолжетімді болуы.

Түрік публицистикалық мәтіндерінің ортақ ерекшеліктері бар, олар:

оқырмандар ықпал ететін ақпараттармен белгілі бір қарым-қатынас құруына әсер етуі;

белгілі бір идеологиялық жүйесі мен белгілі бір идеологиялық құндылықтарға негізделген жүйесінің сәйкес жазылуы;

ағымдағы қоғамдық өмір туралы өзекті оқиғалар мен фактілерді хабарлау;

шығармашыл белсенді күштерді қалыптастыру мен қоғамға қажетті білімді таратуға қатысуын қамтамасыз ету;

жедел саяси және өнегелі бағалау, өзекті мәселелері бойынша қоғамдық пікірді қарқынды қалыптастыру және білдіру.

Түрік публицистикалық стильдің міндеттері:

- Ақпараттық – соңғы жаңалықтарды адамдарға мүмкіндігінше тезірек хабардар етуге ұмтылу;

- Ықпалды – бұл әлеуметтік-саяси немесе әлеуметтік мәселе жөнінде халық пікіріне әсерін тигізу.

Тілдің міндеттері:

бұқаралық санаға әсер ету;

іс-қимылға байлау;

ақпаратты жеткізу.

Түрік публицистикасы ақпараттық, аналитикалық және көркем публицистика болып үш түрлі жанрға жіктеледі және осы үшеуі де, шындықты көрсетіп, нақты оқиғаларды деректерге сүйеніп жазу, мәтін көркемдігі талаптарын қамтиды. Қысқаша осы жанрларды қарастырайық. Біріншісі **ақпараттық жанрларға** дұрыс, шын ақпаратты баяндауға тән. Ақпаратты жеткізу барысында, қайда, қашан, қандай оқиға болғандығы туралы айтылады. Ауқымды ақпаратта түсіндірушінің ойы қосылады және нақтылайтын неге, не үшін, қандай жағдайда сияқты сұрақтары туындайды.

Аналитикалық жанрдың мақсаты талдау болып табылады, әлеуметтік маңызы бар өзекті мәселелердің талданылуы, оқиғалардың автор тұрғысынан сипатталуы болып табылады. Ең көп таралған түрі – проблемалық мақала. Оған логикалық мазмұндау, оның негізінде жатқан ой, айғағы ретінде осы жанрға тән ерекшеліктері көрсетілген. Газеталардағы ой-пікір эмоционалды сипатқа ие, оның басты мақсаты – оқырманға әсер ету. Автор өз пікірін білдіреді және оқиғаны бағалайды.

Көркем-публицистикалық жанр оқырманға мәселені бейнелі нысанда қабылдауға мүмкіндік береді. Бұл очеркте айқын көрінеді. Очерктің сипаты көбінесе объектінің суретімен байланысты: ол проблемалық, портретті, оқиғалы болып бөлінеді. Баяндау және пайымдау очерктерінде эмоционалдық авторлық бағалау қолданылады. Очерктің ең басты ерекшелігі – көркемділігі және оған тән жарқын бөлшектер беретін кейіпкер мен оқиға.

Бұл публицистиканың үш жанрынан басқа, оның бірнеше түрі бар: сөз (ауызша және жазбаша), бейнелік-графикалық (плакат, карикатура), бейне графикалық (деректі фильмдер, теледидар, театралды-драмалық және т.б.) [3]. Түрік публицистикасында жазбаша жанры

кеңінен таралған, себебі ол ежелгі заманнан бері қолданыста болған. Жазбаша жанры мен (газет-журналдар) ауызша жанрын (радио – бірінші дүние соғысынан кейін, теледидар-екінші дүние соғысынан кейін таралған) салыстырғанда кейбір өзгешеліктерді көруге болады. Мысалы, газет, журналдарға қарағанда радио, теледидар арқылы хабар тез жетеді. Ал адамдар үшін газет-журналдар кез келген уақытта қолжетімді болады [4].

Түрік публицистикасының маңызды жақтары:

– Ақпарат бұқараға бағытталады (қоғамға, халыққа, аймаққа, кәсіп иелеріне және т.б.);

– Олардың байланыста болатын ең бірінші күш-қуаты – халық;

– Хабарларды кешенді және теңдестірілген (оран) коэффициенттерін сақтау;

– Қоғамдық ақпараттық саланың қызметкері;

– Қоғамдық өмірдің әр түрлі саласындағы көпшілікке қажетті, маңызды және нақты ақпараттың болуы.

Қазіргі кезде түрік қоғамының саяси өмірінде публицистиканың рөлі күннен күнге артып жатыр. Себебі ол маңызды әлеуметтік құбылыстардың бірі болып табылады. Онсыз қоғам өмірін көзге елестету мүмкін емес. Сондықтан, қоғамды ақпаратпен қамтамасыз етуден бұрын, оқырманға алдымен өз ойын тануымен ерекшеленеді [5].

Публицистиканың көмегімен мемлекет ішінде немесе оның сыртында болып жатқан ақпараттарды жеткізуге болады. Ол барлық уақытта қоғам өміріне араласа отырып, баға берумен, қорытындылар жасаумен, ұсыныстар айтумен зор қозғау салады. Әсіресе, саясат, эко-

номика, экология, қоғамдық-әлеуметтік қатынастар т.б. көптеген салаларда шешім жасап, жүзеге асыруға ықпалы болады. Сөйтіп, публицистика қоғамының әлеуметтік институттарының бірі болып саналады. Сондай-ақ, ол адамдарды идеялық тәрбиелеу құралы. Публицистика адам санасын көтеруге, рухани әлемді байытуға себепкер болады.

Публицистика туралы айтқанда, басқа салалармен байланысын айтып өту керек, ол көркем әдебиетпен, поэзиямен, жаратылыстану ғылымдарымен байланысты. Сондай-ақ қоғамдық ғылымдардың экономика, философия, саясаттану сияқты тармақтарымен де, бейнелеу өнері, музыка секілді өнер салаларымен және өнеркәсіп, ауыл-шаруашылығы, техникаға да қатысы бар.

Әрбір БАҚ берген материалдарда хабарлардың толық әрі жеткілікті болуы өте қажет. Публицистикаға тән ерекшелік, ол тек қана бір адамға емес, тұтастай алғанда қоғам мен жекелеген әлеуметтік топтарға әсер етеді. Жұртшылық газет оқып, радио тыңдап, теледидар көрген кезде әлемдегі жаңалықтар мен өзгерістерді біліп қана қоймай, сонымен бірге сол жайларға өзінің де қаншалықты қатысы бар екенін сезініп, сол құбылыстардың неге, қалай, не үшін болғанын анық көзі жетуі тиіс. Сол оқиғалардың болу процесін аңғарып, даму тенденциясына ой жіберіп отыруы қажет.

Жалпы публицистика халықтық болып саналады. Публицистика шын мәнінде, қазіргі заманның бұқара мен билік арасындағы қарым-қатынас тиімді институттың біріне айналды және олардың байланысын арттыратын қуатты құралдардың бірі болды [6].

Әдебиеттер

- 1 Bill Kovach ve Tom Rosensteil. Gazeteciliğin esasları. – Ankara: ODTÜ Yayıncılık, 2001. –216 s.
- 2 Жақып Б. Публицистикалық шығармашылық негіздері: оқулық. – Алматы: Қазақ университеті, 2007. – 486 б.
- 3 Бижан Ж. Журналист шығармашылығындағы жаңа инновациялық технологиялар: оқу құралы. – Астана: Фолиант, 2013. – 208 б.
- 4 Oya Tokgöz. Temel Gazetecilik. Ankara, 1981. – 160 s.
- 5 <https://szh.kz/student>
- 6 Сұлтанбаева Г.С. Бұқаралық коммуникацияның негіздері мен тәжірибесі. Алматы: Қазақ университеті, 2014. – 340 б.
- 7 Шыңғысова Н., Садықов Н. Өңірлік мерзімді баспасөз және ұлттық идея. – Алматы: Қазақ университеті, 2010. – 186 б.
- 8 Назайкин А. Медиапланирование на 100%. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 300 б.

References

- 1 Bill Kovach ve Tom Rosensteil. Gazeteciliğin esasları. – Ankara: ODTÜ Yayıncılık, 2001. –216 s.
- 2 Zhakyp B. Publitsistikalık shygarmashylyk negizderi: Okulyk. Almaty: Kazak universiteti, 2007. – 486b.
- 3 Bizhan. Zh. Zhurnalst shygarmashylygyndagy zhana innovattsiyalık tekhnologiyalar. Oku kuraly. – Astana: Foliant, 2013. – 208 b.

- 4 Oya Tokgöz. Temel Gazetecilik. – Ankara, 1981. – 160 s.
- 5 <https://szh.kz/student>
- 6 Sultanbayeva G.S. Bukaralyk kommunikatsiyanyn negizderi men tajiribesi. – Almaty: Kazak universiteti, 2014. – 340 b.
- 7 Shyngysova N., Sadykov S. Onirlik merzimdi baspasoz jane ulttyk ideya. – Almaty: Kazak universiteti, 2010. – 186b.
- 8 Nazaikin A. Mediaplanirovanie na 100%. – Moskva: Alpina Biznes Buks, 2005. – 300 s.