

Қоғам & Дәуір



ҚСЗИ

Қазақстан Республикасының
Президенті жанындағы
Қазақстанның стратегиялық
зерттеулер институты

2004 жылдан бастап
әр тоқсан сайын жарық көреді

Бас редактор

Алуа Жолдыбалина,
ҚР Президенті жанындағы
ҚСЗИ бөлім басшысы

Шығаруға жауапты:

А. Арзықұлов

Редакция мекенжайы:

Қазақстан Республикасы,
010000, Астана қаласы,
Бейбітшілік көшесі, 4
ҚР Президенті жанындағы ҚСЗИ

Телефон (7172) 75-20-20

Факс (7172) 75-20-21

E-mail: office@kisi.kz

www.kisi.kz

Журнал Қазақстан Республикасының
Мәдениет, ақпарат және қоғамдық
келісім министрлігінде 2003 ж.
19 желтоқсанда тіркеліп, тіркеу туралы
№ 4526-Ж куәлік берілген.

ISSN 2414 - 5696

Индекс 74007

Журналда жарияланған материалдарды
көшіріп басқан, микрофильмдеген
жағдайда журналға сілтеме жасалынуы
міндетті. Жарияланған мақала
авторларының пікірі редакция
көзқарасын білдірмеуі мүмкін.

"Общество инвалидов "ЗАМАН" ЖШС

Астана қ., Манас к., 22/2, ВП-6

Таралымы 500 дана.

**Қоғам &
Дәуір**

ҒЫЛЫМИ-САРАПТАМАЛЫҚ ЖУРНАЛ

МАЗМҰНЫ

МӘДЕНИЕТ

Жемиля Нұрманбетова, Құралай Ермағамбетова
Территориялық мәдени брендинг амалдары мен
құралдары: заманауи трендтер6

Бақтияр Тұрсынов
Қазақ театрының майталмандары мен бүгінгі
замандағы актерлік ерекшеліктер29

Насихат Мурсалимова
Бесік жыры – балаға берілетін алғашқы тәрбие көзі43

Жандос Әубәкір
Рухани жаңғыру және бүгінгі ұрпақтың ізгі міндеті.....55

ҚАЗАҚСТАН МӘДЕНИЕТІНІҢ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ: ШОЛУ

Мәдениет және спорт министрлігі
Қазақстан мәдениетінің дамуы туралы
анықтамалық ақпарат.....63

Алтын Мендыбаева
Егемендік жылдарындағы қазақстандық
кинематографтың дамуы.....75

РУХАНИ ЖАҢҒЫРУ: САРАПШЫЛАР ПІКІРІ

Сейтқасым Байбеков, Сергей Коновалов
5.0 Қоғам және Рухани жаңғыру – жаңа мағыналарды
құру тәжірибесі88

Уәлихан Қалижанов
Ұлттың рухани жаңғыруы – заман талабы98

ҚОҒАМНЫҢ ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Ақбота Жаппар, Лаура Ақатаева, Айгүл Нұрмұқанова
«Ана үйі» жобасындағы жас әйелдің әлеуметтік келбеті»...106

СОДЕРЖАНИЕ

КУЛЬТУРА

Жамила Нурманбетова, Құралай Ермағамбетова
Методы и подходы территориального культурного
брендинга: современные тенденции.....6

Бақтияр Тұрсынов
Талантливые актеры казахского театра и актерские
особенности в современном мире29

Насихат Мурсалимова
Колыбельная – как первый этап воспитания.....43

Жандос Аубакир
Рухани жаңғыру и блогородная миссия
современного поколения55

ТРЕНДЫ В РАЗВИТИИ КУЛЬТУРЫ КАЗАХСТАНА: ОБЗОР

Министерство культуры и спорта
Развитие культуры Казахстана63

Қоғам & Дәуір



ҚСЗИ

Қазақстан Республикасының
Президенті жанындағы
Қазақстанның стратегиялық
зерттеулер институты

Алтын Мендыбаева Развитие казахстанского кинематографа за годы независимости	75
-------------------------------------------------------------------------------------------------	----

РУХАНИ ЖАҒҒЫРУ: ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ

Сейткасым Байбеков, Сергей Коновалов Общество 5.0. и Рухани жаңғыру – опыт конструирования новых смыслов	88
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Уалихан Калижанов Духовная модернизация нации – веление времени	98
---------------------------------------------------------------------------------	----

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕСТВА

Ақбота Жаппар, Лаура Акатаева, Айгуль Нурмуқанова Социальный портрет молодой женщины в проекте «Дом мамы»	106
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

CONTENTS

CULTURE

Zhamilya Nurmanbetova, Kuralai Yermagambetova Methods and Tools Territory of Cultural Branding: Modern Trends	6
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---

Bakhtiyar Tursynov Talented Actors of the Kazakh Theatre and Acting Specifics in the Modern World	29
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Nassikhat Mursalimova Lullaby is the First Source of Raising a Child	43
--------------------------------------------------------------------------------------	----

Zhandos Aubakir Rukhani Zhangyru and the Noble Mission of the Contemporary Generation	55
----------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF CULTURE KAZAKHSTAN'S OVERVIEW

Ministry of Culture and Sports Reference Information on the Development of Kazakhstan's Culture	63
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Altyn Mendybayeva Development of Kazakhstani Cinema for Years of Independence	75
--------------------------------------------------------------------------------------------------	----

RUHANI ZHANGYRU: EXPERT OPINION

Seitkasym Baibekov, Sergey Kononov Society 5.0. and Ruhani Zhangyru - Experience in Constructing New Meanings.....	88
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Ualikhan Kalizhanov Modernization of Public Consciousness is the Imperative of Time.....	98
-------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

CURRENT ISSUES OF SOCIETY

Akbota Zhappar, Laura Akatayeva, Aigul Nurmukanova Social Portrait of a Young Woman in the "Mother's House" Project	106
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

РЕДАКЦИЯЛЫҚ КЕҢЕС

- Ерлан ҚАРИН** – Редакциялық кеңестің төрағасы, «Қазақстан» РТРК» АҚ Басқарма төрағасы, саяси ғылымдарының кандидаты
- Алуа ЖОЛДЫБАЛИНА** – Бас редактор, ҚР Президенті жанындағы Қазақстанның стратегиялық зерттеулер институтының бөлім басшысы, Ph.D.
- Гүлназ ҚАСЫМОВА** – редактор, ҚР Президенті жанындағы Қазақстанның стратегиялық зерттеулер институты Әлеуметтік-саяси зерттеулер бөлімінің аға ғылыми қызметкері
- Уямо ТОМОХИКО** – Хоккайдо университеті жанындағы Славян зерттеулер орталығының профессоры (Жапония), Ph.D.
- Уильям ФИЕРМАН** – Индиана университетінің профессоры (АҚШ), Ph.D.
- Сон ЮНХУН** – Ханкук университетінің профессоры (Оңтүстік Корея), Ph.D.
- Бүркітбай АЯҒАН** – ҚР БҒМ ҒК Мемлекет тарихы институтының директоры, тарих ғылымдарының докторы, профессор
- Қазбек ИСАЕВ** – ҚР Президенті жанындағы Қазақстанның стратегиялық зерттеулер институтының ғалым хатшысы, тарих ғылымдарының кандидаты
- Мейрам ҚАЗЫКЕН** – Қазіргі заманғы қоғамды зерттеу институтының директоры, экономика ғылымдарының докторы
- Ботагөз РАКИШЕВА** – «Қоғамдық пікір» зерттеу институтының жобалар директоры, әлеуметтану ғылымдарының кандидаты
- Айгүл САДУАҚАСОВА** – ҚР Президенті жанындағы Мемлекеттік басқару академиясының Орталық Азия өңіріндегі этносаралық және конфессияаралық қатынастарды зерттеу жөніндегі орталықтың басшысы, әлеуметтану ғылымдарының докторы

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

- Ерлан КАРИН** – председатель Редакционного совета, председатель правления АО «РТРК Казахстан», кандидат политических наук
- Алуа ЖОЛДЫБАЛИНА** – шеф-редактор, руководитель отдела Казахстанского института стратегических исследований при Президенте РК, Ph.D.
- Гульназ КАСЫМОВА** – редактор, старший научный сотрудник Отдела социально-политических исследований Казахстанского института стратегических исследований при Президенте РК
- Уямо ТОМОХИКО** – профессор Центра славянских исследований Университета Хоккайдо, Ph.D. (Япония)
- Уильям ФИЕРМАН** – профессор Университета Индиана, Ph.D. (США)
- Сон ЮНХУН** – профессор Ханкукского университета, Ph.D. (Южная Корея)
- Буркитбай АЯГАН** – директор Института истории государства КН МОН РК, доктор исторических наук, профессор
- Казбек ИСАЕВ** – ученый секретарь Казахстанского института стратегических исследований при Президенте РК, кандидат исторических наук
- Мейрам ҚАЗЫКЕН** – директор Института исследований современного общества, доктор экономических наук
- Ботагоз РАКИШЕВА** – директор проектов исследовательского института «Общественное мнение», кандидат социологических наук
- Айгуль САДВОКАСОВА** – руководитель Центра по изучению межэтнических и межконфессиональных исследований в Центральноазиатском регионе при Академии государственного управления при Президенте РК, доктор социологических наук

THE EDITORIAL BOARD

- Yerlan KARIN** – Chairman of Editorial Board, CEO of “Kazakhstan” Broadcasting Corporation, Candidate of Political Sciences
- Alua ZHOLDYBALINA** – Chief Editor, Head of Department of Kazakhstan Institute for Strategic Studies under President of Kazakhstan (KazISS), Ph.D.
- Gulnaz KASSYMOVA** – Editor, Senior Research Fellow of Department of Social and Political Analysis of KazISS under President of Kazakhstan
- Uyamo TOMOHIKO** – Slavic-Eurasian Research Center, University of Hokkaido (Japan), Ph.D., Professor
- William FIERMAN** – Department of Central Eurasian Studies, Indiana University Bloomington (USA), Ph.D. Professor
- Song YONGHONG** – University of Hankuk, Ph.D. (South Korea), Professor
- Burkitbai AYAGAN** – Director of Institute of History of State, Ministry of Education and Science of Kazakhstan, Doctor of History, Professor
- Kazbek ISSAYEV** – Secretary for Research and Academic Affairs of KazISS under President of Kazakhstan, Candidate of Historical Sciences
- Meiram KAZHIKEN** – Director of Institute of Contemporary Societal Studies, Doctor of Economics
- Botagoz RAKISHEVA** – Projects Director, “Public Opinion” Research Institute, Candidate of Sociology
- Aigul SADVOKASSOVA** – Head of Center of Inter-ethnic and Inter-confessional Studies in Central Asia, Academy of Public Administration under President of Kazakhstan, Doctor of Sociology

FTAMP
13.11.22

Жәмилә Нұрманбетова¹, Құралай Ермағамбетова²

*¹Қазақстан Республикасы Парламентінің Мәжілісі
(Астана, Қазақстан)*

*²Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
(Астана, Қазақстан)*

ТЕРРИТОРИЯЛЫҚ МӘДЕНИ БРЕНДИНГТІҢ АМАЛДАРЫ МЕН ҚҰРАЛДАРЫ: ЗАМАНАУИ ТРЕНДТЕР

Аңдатпа. Мақалада заманауи жаһандық үрдістер мен ақпараттық технологиялардың қарқынды дамуы нәтижесінде қызығушылық тудырып отырған «территориялық маркетинг» және брендинг технологиялары қарастырылады. Территориялық маркетингтің әлемдік үздік үлгілері ұсынылып, оларға салыстырмалы талдау жасалады. Авторлардың пікірі бойынша территорияның және жалпы елдің имиджін алға жылжыту саласындағы тиімді амалдар елдің экономикасын көтеруге, туризмді дамытуға, спорт пен қоғамның басқа салаларын жетілдіруге септігін тигізеді.

Түйін сөздер: *брендинг, территориялық брендинг, мәдени брендинг, елдік имидж, мәдени бренд, брендинг технологиясы*

Жамила Нурманбетова, Куралай Ермагамбетова МЕТОДЫ И ПОДХОДЫ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО БРЕНДИНГА: СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ

Аннотация. Статья посвящена вопросам территориального маркетинга и технологии брендинга в современном информационном обществе: рассматриваются подходы и методы брендинга территории, а также современные тренды в их развитии. По мнению авторов, правильный подход в сфере продвижения имиджа региона, территории и государства в целом обеспечивают привлечение прямых инвестиций в различные секторы экономики страны, развитие туризма, спорта и основных сфер общественной жизни.

Ключевые слова: брендинг, территориальный брендинг, культурный брендинг, культурный бренд, страновой имидж, технология брендинга

Zhamilya Nurmanbetova, Kuralai Yermagambetova
METHODS AND TOOLS TERRITORY OF CULTURAL
BRANDING: MODERN TRENDS

Abstract. The article is devoted to the issues of territorial marketing and branding technology in the modern information society: the methods and tools of cultural branding of the territory, as well as modern trends in their development. According to the authors, the correct approach in the field of promoting the image of the region, territory and the state as a whole ensure the attraction of direct investment in various sectors of the economy, the development of tourism, sports and the main spheres of public life.

Key words: branding, territorial branding, cultural branding, cultural brand, country image, branding technology

Территориялық маркетингтің қарқынды дамуы территориялар, қалалар, аймақтар, елдер және әлемдегі ұлттар арасындағы бәсекелестіктің нәтижесі ретінде соңғы он жылда қоғамның барлық салалары тарапынан қызығушылық тудырып отыр. Заманауи жаһандық тенденциялар мен қоғамның ақпараттық дамуы қалалар, территориялар, елдер және туристік дестинациялар арасында бәсекелестікті күшейтіп тұр. Еңбек нарығы мен капитал мобильділігінің өсуі ертедегі перифериялық территориялардың және жаңадан дамып келе жатқан елдердің инвестиция, еңбек ресурстары мен туристер үшін жаһандық доданың тікелей мүшесі болуға мүмкіндік берді. Сондықтан, әрбір елдің, территорияның, аймақтың, қаланың алдында тұрған негізгі мәселе территориялық маркетингтің тиімді және қолайлы амалдары мен құралдарын табу, өзіндік ерекшелігін айқындау.

Территориялық мәдени брендингті жүзеге асырудың негізгі құралы мен тәсілі – мәдениет. Мәдениет – қазіргі кездегі елдер арасындағы жаһандық бәсекелестікке қабілеттілікті арттыру үрдісіндегі ең басты құрал екенін ешкім жоққа шығармайды. Шетелдік, ТМД елдерінің зерттеушілері оның теориялық және практикалық дәлелдерін өздерінің еңбектері мен ғылыми мақалаларында ұсынып отыр. Кунцман

бойынша қаланы жоспарлау мәдениеттен басталады. Мәдениет имиджді күшейтеді. Мәдениет қаланың тарихы, архитектурасы, мәдени объектілері мен оқиғалары ретінде қалалық акциялардың ең негізгі ингредиенті. Мәдениет қаланың барабарлығын бекітеді, «...жаһандану кезеңінде жергілікті барабарлық және өнер ландшафтық ерекшелікке қарағанда негізгі мәселеге айналды, жергілікті жетістіктерді көрсетуде мәдениеттің құрамдас бөліктері басты құрал болып қала бермек» [1, 387 б]. Мәдениет - әлеуметтік-экономикалық мақсатқа қол жеткізу үшін қалалық кеңістікте ғана қолданылады [2]. Қазіргі жаһандану дәуірінде өндірістің және маркетингтің құлдырауы мәдениетке бет алу арқылы бәсекелестікке қабілеттілікті көтерді. Еуропа елдері, Солтүстік Америка және басқа елдер мобильді инвестицияны өзіне тарту үшін, жоғарғы табыс көзін иелену үшін, аймақтық барабарлықты жетілдіру үшін, регенерация бағдарламасын жүзеге асыру үшін мәдени ресурстарды мобилизациялау стратегиясын іске асырды [3, 416 б].

Территорияны брендтеу амалдары мен брендинг технологияларын зерттеуші маркетинг-теоретиктер: С. Анхольт, Ф. Котлер, К. Динни, Ван Лювен, Ц. Зункинг, Каварадзин, Эванс, Гриванс, Бауман, Гонсальвис және басқалары. Ван Лювеннің пікірі бойынша, аймақтың имиджі мен брендин қалыптастыру үрдісінде семиотикалық тәсілді қолданған тиімді. Қалалық логотиптерде ұлттық қасиетті сипаттайтын белгілер мен таңбалар көрсетілсе ол аймақтың нышанына айналады. Семиотикалық белгіге ұлттық жазу, ою-өрнектен бастап тарихи-мәдени естелік орындары да жатады [4]. Ц. Зункингтің пайымдауы бойынша, аймақтың тартымдылығы мен бәсекеге қабілеттілігі мәдени ресурстарға және мәдениеттің даму деңгейіне байланысты. Мәдени өмір қаланы брендтеу үрдісіндегі басты алғышарттардың бірі [5]. Аймақтық мәдени брендті зерттеуші Михаил Каварадзиннің пікірі бойынша, аймақтың имиджі мәдени өткен шағы мен аймақтың бүгінгі күнінің байланысы негізінде құрылады. Мәдени брендинг әртүрлі үш тенденцияның қосылуынан пайда болады: мәдениет, барабарлық және туризм. Мәдени туризмнің тенденциясы қазіргі кезде кең өріс алып отыр, себебі, ол демалыспен, ойын-сауықпен, көңіл көтерумен және бизнеспен сабақтасады [6].

Ллойд пен Кларк бойынша мәдени бренд сыртқы аудиторияға (туристер, инвесторлар, қонақтар) емес бірінші өзінің жергілікті тұрғындарына бағытталу керек. Жергілікті тұрғындар үшін өздерінің аймақтары өмір сүруге және демалуға қолайлы жер болуы тиіс [7].

Зукиннің пайымдауы бойынша, әлемде қайта жоспарлау немесе ревитализация барысында аймақтық билік және қала құрылысының агенттері іс-әрекетпен байланысты мәдениетті қолданады. Бұл стратегия аймақтың азаматтық барабарлығын күшейтеді. Өнеркәсіптік құлдырау шағына жеткен аймақтар мәдениет арқылы ғана экономикалық жағдайын жақсартып алады. «Қалалық кеңістікті мәдени қайта құру және қалалардың жаһандық брендингі» мәселесінің көтерілуінің өзі мұның дәлелі» - дейді Зукин [8, 76].

Заманауи жаһандық үрдістер мен тенденциялар әртүрлі әлеуметтік және этникалық топтар мен қауымдастықтар арасындағы жақындасу мен интеграциялау катализаторы ретінде аймақтардың барабарлығын сақтау қажеттілігін тудырып отыр. Себебі, заманауи жаһандану үрдістері халықтар мен мемлекеттер арасындағы шекараларды жойып, аймақтың тарихи мәдениетінің, аймақтық барабарлығының жоғалуына қауіп төндіріп тұр. Барабарлық ұғымы нақты ұлттық мәдениетке тән менталитетпен, дәстүрмен, моральдік нормалармен, салттармен, рәсімдер және мәдениеттің басқа құрамдас бөліктерімен айқындалады. Сондықтан «...елдің, аймақтың, территорияның, қаланың ұлттық ерекшелігін сипаттайтын және танытатын брендтерді жасау заманның басымдылығы болып табылады» - дейді зерттеуші М.Р. Семенов [9, 91б].

Қазіргі кезде аймақтар бәсекеге қабілеттілігін жетілдіру үшін және өзінің ерекшелігін көрсету мақсатында брендтеудің әртүрлі тәсілдерін, механизмдерін және құралдарын пайдаланады. Территорияның мәдени брендін жасау үшін экономика және маркетинг саласымен өңделген әдістер мен құралдар қолданылады. Мысалы, аймақтың танымалдылығын қалыптастыру үшін мәртебе, қоғамдық келісім, территория тауар шығарылатын жер ретінде қолданылады. Туризм саласын дамыту барысында аймақтың танымалдылығын қалыптастыру үрдісімен ХХ ғасырда барлық маркетингтер айналысты. 1930 жылы баспа өнімдері: афишалар, плакаттар, ашық хаттар және басқалар мақсатты аудиторияларға таратылды. 1980 жылы жаһандық торап желілері пайда болды. 1990 жылы Интернет эрасы басталды, желілер адамзат санасын жаулап алды, жаңа әлемге, жаңаша көзқарасқа қадам басты. Ақпараттық кеңістіктің ауқымдығы бәсекелестікті тудырды. Брендтердің дамуында микро және макро деңгейлер, жаңа бағыттар мен жаңа коммуникациялар пайда болды. Аймақтар немесе территориялар арасындағы бәсекелестікке қабілеттілікті жетілдіру үшін маңызды факторлар айқындала бастады.

Олар:

- Ұлттық-мәдени фактор (себебі, жаһандану үрдістері қалалар мен елдер түсізденіп, бір-бірінің ықпалына түсіп кетті);
- Саяси фактор (жеке ұлттық бренд немесе имидж аймаққа немесе мемлекетке әлемдік аренада үлкен күш береді);
- Территориялық фактор (туризмді, жарнама саласын, өнеркәсіп, технология және ғылым саласында, мәдениет пен өнер, тарих пен архитектура және т.б. дамыту).

Бұл факторларға танымал сарапшы Саймон Анхольт: «Brand New Justice: How Branding Places and Products Can Help the Developing World, Revised Edition Paperback» (Бренд всем судья: как брендинг территорий и продуктов может помочь развитию мира, 2005) [10], «Competitive Identity: the New Brand Management for Nations» («Конкурентная идентичность: новый национальный бренд-менеджмент», 2007) [11], «Cities and Regions» («Города и регионы», Palgrave Macmillan, 2007) [12], «Places: Image, Identity and Reputation» («Места: имидж, идентичность и репутация», Palgrave Macmillan, 2010) [13], «Бренд Америка: мать всех брендов / С. Анхольт, Дж. Хильдрет. – М.: Добрая книга, 2010» [14] атты еңбектің ерекше мән берген.

Сонымен қатар ресейлік ғалымдар Д.А. Золотухин мен Е.П. Топоркова аймақтың брендін дамыту, жылжыту, пікірді және субъектердің мінез-құлқын өзгерту мақсатында аймақтық брендингтің негізгі құрамдас бөліктерін анықтайды [15,71]:

- Территориялық брендинг субъектері;
- Территориялық бренд платформасы;
- Территория брендин пайдаланатын мақсатты аудитория;
- Территория брендин қаржыландыру көзі;
- Территория брендинің архитектурасы;
- Территория бренді туралы ақпарат көздері;
- Территория брендин жасау жөніндегі жобаларды жүзеге асырудың әлеуметтік-экономикалық және маркетингтік нәтижелер.

Территория брендин жасау барысындағы күтілетін нәтижелер [16,71]:

- Территорияның мәртебесін көтеру және оның тартымдылығын арттыру;
- Біртұтас нарықтық кеңістікте территорияның бәсекелестікке қабілеттілігін арттыру;
- Тұрғындардың территориямен сәйкестігін көрсету;
- Әлеуетті инвесторлар үшін аймақтың тартымды келбетін жасау арқылы территория тұрғындарының өмір сүру сапасын жоғарылату;

- Жаңа компанияларды тарту;
- Мәдени келбетін дамыту;
- Аймақтың инфрақұрылымын жақсарту;
- Тұрғындардың патриотизмін бекіту;
- Тарихи-мәдени мұралардың сақталуы мен танымалдылығын нығайту.

Территорияның брендин қалыптастырудағы факторлар, брендингтің құрамдас бөліктері мен күтілетін нәтижелері аймақтың мәдени брендин қалыптастыру әдістері мен құралдарын айқындау үшін қажетті болып саналады.

Аймақтың танымалдылығын қалыптастыру тәсілін талдау барысында қоғамның әлеуметтік мәдени сипатына мән берген жөн, себебі, берілген ойкуменнің (тұратын жер) бренді мен имиджін жасау барысында қайта құру жобасын жасаушылар менталды ерекшеліктерге мән береді. «Әлемдік мәдениет тарихында» бәрі кезеңмен, бірінің соңынан бірі, уақыт өлшемімен қалыптасып күрделенсе, қазіргі кезде адам мен қоғамның өмірінде бір анықтылық пен айқындылықты байқау қиын. Бәрі жылдам қарқынмен дамуда және өзгеріске ұшырауда. Заманауи адамның санасы фрагментті, клипті: өмірінің кейбір кезеңдері кей жерде өзгеріп тұрады, кейбіреулері мүлдем ештеңеге араласпайды. Адам үнемі өзінің бейнесін өзгертіп тұрады, кәсібін, қызығушылықтарын, тұратын жерін, қаласын, елін, достарын және ғашықтарын ауыстырады. «Күнделікті сызықтық құрылымды ризомалық ретсіздік алмастырды. Бұл ақпараттық дәуірде пайда болған ойлаудың принципіалды жаңа типіне байланысты» [15, 25 б].

Адам уақытының көп бөлігін ақпаратты игеру мен талдауға жұмсамайды, ол тек үстіртін танысуға, сәйкестендіретін кілттік сөздер, «тегтер» (белгілер, хабарламаның кілттік сөздері) арқылы тез оқуға жұмсайды. Қазір ақпаратты есте сақтау немесе «энциклопедист» болу қажет емес, барлық қажетті ақпаратты табу үшін әрқашан интернетке жүгінуге болады. Адам ақпаратты санасында электронды адрестегі сілтемелер арқылы және «ұнады» белгісін қою арқылы өзіне қажетті ақпаратты алады.

Қазіргі қоғамды «экран қоғамы» деп атауға болады. Бұл әрине жаңалық емес. Умберто Эко «От Интернета к Гуттенбергу: текст и гипертекст» [17] атты еңбегінде қазіргі ақпараттық қоғамдағы визуалды және әріпттік коммуникацияны ажыратып көрсетеді. Егерде жазба пайда болғаннан бастап ақпаратты тасымалдаушы құрал кітап болып есептелсе, қазіргі кезде ақпарат тасымалдаушы құралдар көп

және олар ақпаратты жылдам қабылдауға көмектеседі. Умберто Эконың пікірі бойынша, визуалды және әріптік коммуникацияны бір-біріне қарама қарсы қоймай, керісінше екеуін байланыстыра отырып ақпарат тасымалдау мен алудың тиімді жолдарын жасау керек. Әсіресе мәдениет үшін бұл тәсілдің қолайлы екенін ерекше атап өтеді.

Умберто Эко еңбегінің негізінде С.В. Докука адамдардың ақпаратты қабылдау қасиетіне байланысты заманауи классификациясын жасайды: жүйелі ойлайтын «оқырман адамдар» және клиптік сананы тасымалдаушы «көрермен адамдар» [18, 56 б]. Берілген классификацияларға сәйкес Ю.В. Китов қазіргі кездегі коммуникация мен байланыстың маңызды қасиетінің бірі ақыл ойға емес, мағынасы мен мәніне сәйкес мәдени шынайылықты визуалдау және виртуалдау үрдісінде БАҚ және Интернетті қолдану арқылы адамның эмоциясына әсер ету деген тұжырым жасайды [19].

XXI ғасырда визуалды мәдениет мәдениеттің басымдылық формасына айналды. Кейбір зерттеушілер визуалдылықты пост-классикалық эстетиканың негізгі принципі ретінде қарастыруды ұсынады: «визуалданбайтынды визуалдандыру – көркемділіктің белгісі» [20] - дейді өнертанушы, мәдениеттанушы, куратор И. Бакштейн. Заманауи адам – визуалды қайта таныстыру субъектісі, жаппай визуалдау қалпында өмір сүріп жатқан көрермен. «Бүгінгі көрініс көп функционалды – бұл ойын-сауық, оқу, бақылау, ақпарат тарату және басқалары» [21, 5 б].

XXI ғасырда жастар арасында кең тараған тенденция «селфи», яғни смартфон немесе планшеттегі фотоаппараттар арқылы өзінің портретін жасау және оны әлеуметтік желілерге салу. Бұл тәсілді «мәдени брендингті» жүзеге асыру барысында қолдануға болады. Мысалы, белгілі бір объектінің, танымал адамның қасында тұрып «селфи» жасау және сол арқылы болған жерін немесе қасындағы танымал адамды сипаттау арқылы ол соған бейне береді. Яғни ақпарат береді. Қазіргі кезде қоғамның барлық салалары визуалдау тәсілдерін қолданатынын байқаймыз. Имидждеу мен брендтеу үрдісінде визуалдау 80%-ды құрайды. Бейне, имидж теледидар экранында, компьютер мониторында қалыптасады, оның тасымалдаушысы заттар: мысалы, киім, аймақтың түрлерін көрсететін аксессуарлар, мәдени брендтер бейнеленген заттар. «Визуалданбайтынды визуалдандыру» ұстанымының басымдылығын территорияны брендтеу саласындағы аймақтың, елдің брендбүгін жасау қызметінде байқауға болады, оны ішкі мазмұнмен толтырады: инфрақұрылымын жетілдіру, көрікті жерлерді қайта жөндеуден өткізу, мәдени фестивальдер

ұйымдастыру. Заманауи пиар-технологиялар және брендбилдерлер қазіргі қоғамның бұл тәсілін пайдаланып визуалды қабылдау тенденциясын культке айналдырады және таратады. Шетелдік тәжірибелерде бұл тәсілді мәтіндік мазмұнмен толықтырады және өте жоғарғы деңгейде тұр.

Италияның провинциялық орталығы Туринді брендтеу тәжірибесі өте қызықты. Бұл қала ұзақ уақыт бойы өнеркәсіптік аймақ ретінде танымал болды. Ол жерде «Fiat» компаниясының зауыты орналасты. 1990 жылы «Fiat» компаниясы өзінің өндірісін үшінші әлемдік елдерге ауыстырды, нәтижесінде аймақта жұмыссыздық өсті. Тығырықтан шығу үшін муниципалитет аймақтың имиджін ауыстыру үшін саясатқа жаңа әдістер енгізді. Әкімшіліктер өзіндік ерекшеліктерді қайта жаңғырту мақсатында рухани-тарихи біркелкілікті және көркемдік-эстетикалық компоненттерді сақтаудың маңызды көзі ретінде мәдени мұраға бет бұрды. Аймақтық келбетті өзгерту жөніндегі бағдарламаларды іске асыру бойынша жүйелі сипаттағы белсенді ұйымдастырылған істер қолға алынды. Нәтижесінде жыл сайын жаңа бастап жүрген режиссерлерге, продюссерлерге және сценаристерге арналған Халықаралық Туриндік кинофестивальдер ұйымдастырылды; кино музейі ашылды; Туриндік кітаптар жәрмеңкесі өткізілді (Италия аймақтарындағы ең ірі оқиға ретінде); Туриндік театр фестивалі және Туриндік Олимпиадалар өткізілді [22].

Келесі мысал, Финляндияның астанасы Хельсинкидің тәжірибесі. Бұл аймақта ұзақ уақыт бойы бренд негізі ретінде әдемі табиғат, жоғарғы мемлекеттік әлеуметтік қамтамасыз ету, инновациялық технологиялар, ұлттық-мәдени ерекшелігі бар еуропалық елдердің астанасы деген сипаттар болды. Жарнамалық аңдатпаларда Сенат алаңы бейнеленді, бұл ғимараттың мәдени бренд болып саналатын «ескерткіш» екенін дәлелдеді. Бұл алаңда Финляндияның және Хельсинкидің мемлекеттік және қоғамдық мекемелері, университеттер, кафедралды собор және ратушалар орналасты. Қазіргі кезде барлық шығармашылық қауымдастықтар және жеке суретшілер мемлекеттік деңгейде заманауи дизайн саласында белсенді жұмыс істеуге жұмылдырылды. Қалада «Дизайн ауданы» - көркемдік-креативті дизайнерлік жобаларды жасайтын танымал компаниялар: «Kone», «Nokia», «Marikemekko» орналасты. Бұл жерде Хельсиндік дизайн апталары өтеді. Өртүрлі аймақтардан танымал дизайнерлер қатысып, өздерінің туындыларын жасайды. Нәтижесінде 2012 жылдан бастап «Хельсинки – әлемдік дизайн астанасы» деп танылады [23].

Тағыда бір қызықты үлгілердің бірі – Барселонаның танымалдылығын қалыптастыру жобасы. 1992 жылы Олимпиадалық ойындарды өткізуге дайындалған Испанияның мегаполисы Барселонаның «мәдени брендін» жасауға бағытталған жобаларды іске асыру мақсатында Барселонаның архитектуралық мұрасын қайта жаңғырту және оны «монументалдау» ісі жүргізілді. «Киелі отбасылар» храмын және Гуэль саябағын қалпына келтіру үшін қоғамдық ұйымдар қайырымдық садақалар жинады, коммуникациялық мұнаралар «Калатрава мен Фостер» және «Балық» мүсіні тұрғызылды. Осы архитектуралық ғимараттар Барселонаның туристерге арналған қалалық логотиптерінде көрініс тапты. Аймақты өзгерту үрдісінде креативтілік, инновациялық ойлау және белсенділік маңызды орын алды. Барселона өзінің аймақтық келбетін өзгертуді тоқтатпады. 1992 жылы өткізілген Олимпиадалық ойындар Барселонаның жыл сайын әртүрлі «тақырыптық жылдар» өткізуіне және әлемдік аренада өзінің брендтің құндылығын жоғалтпас үшін халықаралық спорттық іс-шаралар өткізуге қатысты: «Дэвис кубогы», веложарыс «Тур де Франс - 2009», Жеңіл атлетика бойынша Еуропа чемпионаты және тағы басқалары. Бүгін Барселона ерекше жаһандық имиджі бар заманауи қала деп танылады [24, 125-132 бб].

Эдинбург – Шотландияның астанасы және шет елдерден келетін адамдарға арналған ел есігі. Туристердің сұранысына ие болған Ұлыбританияның Лондоннан кейінгі екінші қаласы және фестивальдердің әлемдік орталығы. Оның тарихи орталығы ЮНЕСКО-ның Әлемдік мұра тізіміне кіреді. Алғашқы әдебиет қаласы «Эдинбург - шабыттандыратын астана» бренд-жобасы 2005 жылы жүзеге асырыла бастады. Бұл сөз тұрғындарға, инвесторларға, келушілерге, жұмысшыларға және студенттерге бағытталған жарнамалық хабарлама ретінде қолданылды. С. Анхольттің зерттеуінде Эдинбургке қатысты айтқан ұсынысы: «...егер қала өзінің әлеуетін көрсеткісі келсе масштабты қадамдық өзгеріс қажет: спорттық, мәдени, саяси және экономикалық қызмет». Осы ұсыныстың негізінде Эдинбург ХХІ ғасырдың ақиқатына сәйкес аса қымбат мұраларын, тарихын, керемет архитектурасын және дәстүрлі мәдениетін қолдана отырып аймақтың жаңа келбетін жасау үшін стейкхолдерлерді жұмылдырып бірлескен жобалар жасады және Шотландия астанасының космополиттік, заманауи, инновациялық, қайратты және жоғары мәдени сипаты туралы ақпараттар таратуымен айналысты. Жұла істеген іс, шығармашыл интеллектуалды адамдардың қызметі

және жаңа мәдени орталар Эдинбургке жаңа келбет берді. Қазір Эдинбург 50 дамыған елдің ішінде 22 орынды иеленіп отыр [25, 215-219 бб].

Әлемдік тәжірибе көрсеткендей, мемлекеттің, жеке территориялардың мен аймақтардың имиджін жасау үшін мәдениет қолданылады. Экономикалық факторларға қарағанда ұзақтығы мен мағынасы жағынан мәдениеттің әлеуеті жоғары. Мәдениет елдің имиджі мен брендін құнарландырады. Бұл елді және оның имманентті құндылықтарын түсіну арқылы пайда болады. «Мәдениет есте жеңіл сақталатын коммерциялық ұсыныстардың үйлесімді сүйемелдеушісі болып табылады. Елдің коммерциялық брендінің музыкасы мәдени ноталардың мелодиясына қарағанда әлсіз» [26, 112 б]. Жеке ұлттың мәдениетін ештеңемен шатастырмайсың, әрбір мәдениеттің өзіне тән қайталанбас ерекшелігі бар. Егер оны брендпен тығыз байланыстырсаң ол әсерленіп есте қалады. Елдің мәдениетінің арқасында ел көркейіп оған ұлттық мәртебе беріледі. Мысалы, Жапония әлемге технологиялық, миниатюризациялық, өндіруші ел деген имиджіне ұлттық өнері, философиясы, ас мәзірі, яғни ұлттық белгілерін қосылу арқылы өнімдеріне тартымдылық береді. Тұтынушылық өнімдері жоғары технологиялық, көп функционалды және қымбат болып саналатын Германияның зарарсыздандырылған имиджіне, түрлендірілген брендіне «Германия классикалық әдебиет, музыка және философия отаны» деген мәдени брендті қосу арқылы тартымдылыққа ие.

Әрбір елдің мақсаты – заманауи мәдени бастауларды ескере отырып өзінің мәдени мұрасын көрсету. Егер бренд-өнімдерді ұлттық мәдени мұралардың көмегімен түрлендірсе позитивті әсер қалдырады. Мәдениет коммерциялық брендтерге қарағанда ұлттық имиджді таратуда маңызды орын алады, бірақ ол коммерциялық өнімдерге қарағанда баяу жұмыс істейді. Мәдениетті жылжыту оны қайта жаңғырту мен жаңаруына септігін тигізеді. Ұлттық мәдениет елдің имиджін қалыптастырудың ең салмақты компоненті. Шет елдерінде өзінің «аймақтық/территориялық брендбүгі» бар, оның базасын ұлттық дәстүр мен салт, мәдени мұра құрайды. Заманауи әлемде аймақтық имиджді жасаушылар абстракті формаларды, геометриялық фигураларды, ең бастысы – тұрғындардың жаһандық мәдениетінің көрсеткішінің жалғасы ретінде түрлі түсті бояуларды қолданады. Осы тәсілді қазіргі кезде барлық елдер және маркетингтік компаниялар қолданып келеді.

Жоғарыдағы мысалдардан байқағанымыз, Еуропада аймақты брендтеу үрдісінің негізінде мәдени кеңістік аспектілері: архитекторлар мен суретшілердің туындылары, музыканттар, жазушылар, режиссерлер тұрған үйлер, ерекше тарихи архитектуралар (қамалдар, соборлар, зәулім ғимараттар), салт-дәстүр жатыр. Мәдениеттің осы бөліктері арқылы Территорияның мәдени бренді жасалады. Кей жағдайда брендтеу қызметтік салада масштабты көрініс алады, мысалы, «Ортағасырлық Бавария» - бұл ортағасырлық Германияны тамашалау шеңберінде жасалған велошабандоздарға, ғашықтарға, шарап әуесқойларына арналған жаңа туристік бағыт. Бұл аймақтың ұраны – «Ортағасырлық Бавария» «барлығы үшін!» кеңінен қайта көрсету үшін полиграфиялық және кәдесый өнімдері, билбордтар, журналдар мен газеттер таратылып, инфо-орталықтар құрылды. Қалыптасқан жүйе бизнес саласынан қолдау тауып ресторандарда дәстүрлі баварлық тағамдар ұсынылады, қалалық мерекелерде карнавалдық шерулер өткізіледі, ал елдің мәдениетін жылжыту мақсатында зерттеушілерге байқаулар мен гранттар бөлінді. Ал Польшада мамандар Территорияның мәдени брендин жасау үшін жастар арасында «Мен Польшаны қалай көремін? Немесе сезінемін?» тақырыбында байқау өткізу тәсілін қолданды. Байқау жеңімпаздарына елдің тарихи орталықтарына туристік сапар ұсынылды. Бұл елдің имидждеу және брендтеу кезеңдері 2005-2012 жылдар, нәтижесінде «фестивальді Польша» моделі қалыптасты. Қазір Польшада жыл сайын әскери-тарихи ұйымдастыру, джаз және классикалық музыка, көшелердегі театрлық перформанс, драмалық және цирктік өнер фестивальдері өткізіледі.

Территорияның мәдени брендин жасау тәсілі мен құралын анықтауды тағы бір қызықты тәжірибелердің бірі – Стамбул брендингі. Стамбулдың позитивті аймақтық мәдени брендин жасауға жиырма жылдан астам уақыт кетті деп айтылады. «Еуропаның мәдени астанасы» жобасы пайда болғаннан бастап «Византиялық мәдениеттің мұрагері» деп саналған Стамбул өзінің имиджін қайта қарастыру, жаңарту жұмыстарын жүргізді. ЕМА бағдарламасы жыл сайын көркемдік қызмет орталығы мен мәдени үстемділігін және жаңашылығын көрсете білген қалаларға «Мәдениет астанасы» атағын беріп отырды [27]. Гарция бойынша ЕМА бағдарламасы Еуропалық одақтастықтың (ЕО) жанама түрі ретінде басталды, бағдарламаның мақсаты – еуропалық мәдениетті ұжымдастыру тәсілін жүзеге асыру. Бұл мәдениеттің қайтадан жаңғыруына септігін тигізді [28]. Қазіргі

таңда ЕМА бағдарламасы мәдени брендингтің құралына айналды. Негізгі идеясы – мәдениет арқылы брендтеу.

Стамбул «Еуропаның мәдени астанасы» белгісіне 2010 жылы Печ және Рур қалаларымен қатар ие болды. «Стамбул өзінің географиялық орналасуынан туындаған көптүрлі барабарлығымен қызықтырды. Себебі ол екі континентке орналасқан әлемдегі жалғыз мегаполис. Стамбул – жаһандық экономикалық жүйенің маңызды торабы, ол әлем Альфасы» - дейді Айше Бану Бачакчи [29, 998 б]. Турцияның ең ірі өнеркәсіп орталығы Стамбул - экономикалық, мәдени және қаржы орталығы. Қалалық ландшафт көптеген қауымдастықтардан тұрады. Ең негізгі басымдылық Ислам дінінің ізбасарлары. Стамбулдың тарихи аймақтары 1985 жылы ЮНЕСКО-ның Әлемдік мұра тізіміне енді. Турция Стамбулдық мәдени бренд арқылы өзін ЕМА бағдарламасына ұсына алды. Поланидің пайымдауы бойынша, Турцияның еуропалық сипаты туралы пікір таластар қоғамның әр саласында туындайды және Стамбул өзінің тарихи-мәдени мұрасымен «Еуропалық мәдени астана» ретінде Еуропа континенті үшін құнды [30].

Жаңа еуропалық мәдени саясат экономикалық және әлеуметтік даму мен қалалардың халықаралық имиджін өзгерту стратегиясына мәдениетті біріктіру идеясымен ерекшеленді [31]. ЕМА номинациясының мақсаты қаладан қалаға түрленіп отырды. Ең басты мақсаты – келушілерді көбейту, имиджді жетілдіру, қаланы жандандыру және креативті индустрияны дамытумен байланысты экономикалық пайдаға ие болу [32, 18 б]. Әрине, Стамбул өзінің мәдени брендин тарихи-мәдени мұралары негізінде жасады. Тақырып «Стамбул – әлемдегі ынталандыратын, рухтандыратын қала». «Ынталандыру» сөзіне сәйкес маркетингтік және қаланың әкімшілігі көркемдік қызмет ретінде қаланы музей түрінде көрсетті. Стамбул әртүрлі Империяның астанасы болғандықтан баннерлерге Стамбулдың тарихи түбектерінің иллюстрациялары жасалды. Топкапы сарайы, Сулейман мешіті, Құдіретті София мешіті, Ахмет сұлтан мешіті және тағы басқа құнды тарихи мұралар қазіргі кезде Стамбулдың мәдени орталығы болып саналады және әлі күнге дейін өзінің кереметімен таң қалдырады. Күнделікті кәсібі мен өнерінде дәстүрлі ою-өрнектер мен керамиканы байқауға болады. Қызғалдақ пен басқа өсімдіктер сарынында жасалған ою-өрнектер қалалық кеңістікте, шаруашылықта, өнерде көрініс табады. «Олимпиада – 2020» спорттық ойындар астанасы номинациясына үміткер. Бүгінгі таңда Стамбул өзінің тарихи-мәдени ескерткіштерін қайта жөндеуден өткізуде және

«Мәдениет астанасы» басымдылығын сипаттайтын іс-шараларды іске асыру барысында қаланың логотипін Осман империясының нышаны болып саналатын «қызғалдақ» гүлімен безендірді. Стамбулды тағы ерекшелейтін құбылыс – оның тұрғындарының жылы шырайлығы және дәстүрлі тағамдар. А. Старцеваның зерттеуі бойынша, Стамбул туралы туристік көрсеткіш: бірінші орында – тарихи мәдени көрікті жерлер, екінші орында – жергілікті дәстүрлі тағамдар, үшінші орында – жайлы орналасу, төртінші орында – табиғи ландшафт. Ал жағымсыз жағы: жеке қауіпсіздіктің жеткіліксіздігі, терроризм, тіл білмегендік [33]. Түрік зерттеушісі Маден Дениз Турцияның келбетін қалыптастыру бағдарламасының негізгі құралы ретінде жергілікті тұрғындарды ұсынды. Оның пайымдауы бойынша, жергілікті тұрғындардың ерекше сипаты – жылы шырай, достық ықылас, қонақжайлылық [34].

Келтірілген мысалдардан шығатын түйін, «территорияның мәдени брендингі» ұғымы шет елдерінде «мәдени саясат», «территорияның мәдени дамуы», «архитектуралық кеңістік», «мәдени мұра», «оқиғалық туризм», «масштабты мерекелік іс-шаралар/оқиғалар», «қаланың/елдің визуалды стилі» сияқты ұғымдық компоненттерден құралады. Ендеше, территорияның мәдени брендін жасайтын негізгі құрал – ол мәдениет. Мәдениет мәдени объектілер мен оқиғалар, архитектура мен қалалық тарих жиынтығы ретінде аймақтың имиджі қалыптастыру мен бекітуде стратегиялық құрал болып табылады. Маркетолог Чандлердің пайымдауы бойынша, мәдениет белгілері шынайылықты анықтауда идеологиялық қызмет атқарады. Белгілердің шынайылығын анықтау мен жоққа шығару арқылы бір шынайылықтың артықшылығын немесе кемшілігін байқауға болады. Қалалық брендингпен айналысатын адамдар пайда көзін «мега-оқиғалардан, мерекелік іс-шаралардан» табуы тиіс [35].

Территориялық брендингке арналған әдебиеттердің негізгі идеясы креативті қала тұжырымдамасы. Әсіресе, Р. Флориданың [36; 37] еңбектері мұны айқын көрсетеді. Автор қаланың имиджін қалыптастыру үшін және жергілікті экономиканы дамыту үшін креативті топтарды жұмылдыруды ұсынады. Креативті топтарға ғалымдар, архитекторлар, жазушылар, суретшілер және жаңа идеяларды, технологияларды, креативті контенттерді жасайтын кәсіп өкілдері жатады. Келесі зерттеуші, Скотт [38] Флориданың пікіріне қарсы шығып, креативті топтардың әлсіздігін тұжырымдап, қаланы жоспарлауға мемлекеттік басқару мен біртұтас әдістеменің қажет

екенін пайымдайды. Ғалымдар қалай пікір таласса да территорияның мәдени брендин және имиджін жасау үшін тиімді тәсіл және құрал ретінде шығармашыл таланттарды, креативті топтарды пайдаланған дұрыс деп санаймыз.

Шетелдік тәжірибелерден байқағанымыз еуропалық немесе американдық мәдениет өзіндік ерекшеліктерін сақтап қалуға бағытталған, ал Қазақстан өзінің даму жолын, елдің имиджін қалыптастыруда ұзақ жылдар бойы шетелдік формаларды көшірмелеу арқылы, солардың үлгілерін қазақстандық мәдени кеңістікке енгізу арқылы айқындап келді. Соның нәтижесінде, 70 жыл Ресейлік бодандықта жүріп ұмытылған ұлттық құндылықтарымыз біраз уақытқа тағы да ұмытылып қалды. Рухани-мәдени барабарлығымызды жоғалтып ала жаздадық. Аймақтық мәдени брендті құрастырудың үлгілі шетелдік тәжірибелері кәсіби шебер мамандарға, мәдениет саласының мамандарына, бренд-менеджерлерге, маркетингтарға, экономисттерге, әлеуметтанушыларға, архитекторлар мен тарихшыларға міндетті. Әрине, мәдени имиджді брендтеу үрдісінде тиімді шетелдік тәжірибелерге сүйенген дұрыс, бірақ өзіндік ұлттық ерекшелікті жоғары қойған абзал. Тиімді тәжірибені игеру деген, біріншіден, брендтеу үрдісі бойынша дискурсивтік және тәжірибелік қызметтермен алмасу, екіншіден, білікті маман дайындау.

«Әрбір территорияның мәдениетінде жергілікті тұрғындардың қызмет түрлері, өмір қалпы, менталитеті құралатын сырықты нышан, тұрақты кросс-құрылым бар» [39, 79 б]. Берілген құрылым Н. Розенберг бойынша мәдениет динамикасының сипаты мен әлеуетін анықтайды; архитектурада, қалалық жоспарда бейнеленетін қоғам мен қоршаған ортаның өзара қатынасының конфигурациясын қалыптастырады; әртүрлі сипаттар мен белгілерді біріктіреді; күнделікті қызметінің ерекшелігін анықтай отырып адамның ішкі әлеміне әсер етеді. Территорияның мәдени әлеуеті елді дамытудың басты ресурсы болып табылады, оның мағынасы дәстүр мен мәдениеттің шығармашылық түсініктемесімен байланысты және аймақтың символдық ресурстары қайта жаңғыртылып тасымалданады.

Аймақтың бренді мен имиджін зерттеуші ресейлік ғалымдар қолданысқа «мәдени регионализм» деген құбылысты енгізді. Регионализмде мәдениет феномені ретінде екі түрі ажыратылады [40, 11 б]:

Объективті – нақты территорияны басқа ландшафтпен салыстыру барысында қайталанбас белгілерін айқындайтын мәдени сипаттамалар жиынтығы.

Рефлексивті - сол немесе басқа аймақ пен территорияның ерекшелігі туралы, әсіресе, өзіндік барабарлығы туралы адамның санасында қалыптасқан көзқарастар.

В. Стрелецкийдің пікірі бойынша, «мәдени регионализм» кеңістік иерархиясының барлық деңгейінде байқалады. Стрелецкий «мәдени регионализмнің» феномендерін ұсынды [40, 13-14 бб]:

- Аймақтық өзіндік сана – адамдардың белгілі бір территориямен теңестірілуі немесе сәйкестендірілуі;
- Этникалық (субэтникалық, субмәдени) гомогенділік немесе гетерогенділік;
- Елді мекеннің құрылымы;
- Шаруашылықты жүргізу және табиғатты пайдалану тәсілі;
- Жергілікті тілдік ерекшелік, диалект;
- Конфессионалдық құрылымы;
- Ментифактар саласы: рухани дәстүр, бейне, көзқарас, адамдардың ақыл-ой қызметі;
- Материалды мәдениет белгілері: жергілікті тұрғындардың жасаған материалды заттары;
- Белгілі бір қауымдастыққа тән паттерндер мен адамзат мінез-құлқындағы стереотиптер.

Осы берілген индикаторлар арқылы аймақтың имиджі және оның мәдени бренді қалыптасады. Ең бастысы жергілікті тұрғындардың жағымды пікірі мен көзқарасы, онсыз позитивті имидж қалыптастыру мүмкін емес. Сондықтан, аймақтың позитивті мәдени имиджін қалыптастыруды тұрғындардың қоршаған шынайылығын өзгертуден бастау керек. Бұл жағдайда бұқаралық ақпарат құралдары әлсіз. Зерттеуші Кавардзин де бұл пікірді құптайды. Мақсатты аудитория көп болған сайын Территорияның мәдени брендин анықтау қиынға соғады, сол себепті бірінші жергілікті тұрғындарға бағытталған брендті анықтау қажет. Кавардзин бойынша аймақ сұраныс пен ұсыныс ретінде ақпарат арқылы тасымалданады.

Зерттеуші-теоретик Грэм бойынша аймақтық брендинг үшін қала ең негізгі фокус. Қаланың бейнесі қаладағы барлық құбылыстан тұрады және қалада болған оқиға қала туралы ақпаратты береді. Функционалды және символикалық әрекеттер брендинг шешімін қабылдаудағы негізгі идеяға айналады. Қала бейнесі Кавардзин көрсеткен кестедегідей коммуникацияның үш түрімен таратылады: алғашқы (негізгі), ортаншы (қосалқы) және жоғарғы коммуникациялар. Алғашқы коммуникация қала әрекетінің коммуникативтік

эффекті. Ол төрт салаға бөлінген: біріншісі – «ландшафт» - ол қалалық дизайнға, архитектураға, қаланы көгалдандыру және қаладағы қоғамдық орындарға қатысты сала. Өнерде, мұраны жоспарлауда осы категорияға кіреді. Бұл компонент Котлердің [41] «қалалық маркетинг дизайн ретінде» деген теориясымен және Эшворд пен Вугдтың [42] «кеңістіктік-функционалды өлшем бірінші көрініс» деген теориясымен сабақтасады.

Инфрақұрылымдық жоба – бұл аймаққа ең қажетті жоба. Бұл бір жағынан, әртүрлі аудитория үшін қалаға қол жетімді элемент, қажетті ескерткіштер мен көрікті жерлерге қол жетімділік. Екінші жағынан, мәдени орталықтардың, әртүрлі мәдени объектілердің, конференц-залдардың және басқа қажетті ұйымдар мен мекемелердің болуы.

Ұйымдастыру құрылымы брендингті бақылау және ұйымдастыру үшін қажетті. Бұл брендингті жүзеге асыру үшін қажетті аудиторияны, шығармашылық топтарды, ғалымдарды жұмылдырады, кеңістікті жоспарлайды және мақсатты аудиторияның қалауымен жұмыс істейді.

Қаланың «мінез-құлқы және жүріс-тұрысы» категориясы аймақта өткізілетін күнделікті мерекелік іс-шаралармен, спорттық ойындармен, бос уақыт өткізу және демалумен анықталады. Бұл тәсіл мен тәжірибе Гриффитстің [43] оқиғалық стратегиясы және Хаббард пен Холлдың [44] мәдени регенерация теориясы негізінде жүзеге асырылған. Авторлар бойынша, мегаоқиғалар мен мәдени регенерация аймақтың мінез-құлқын сәйкестендіреді. Мегаоқиғалар масштабты дамуға бағытталса, ал мәдени регенерация жобасы жергілікті тұрғындарды қоғамның мәдени өміріне араластыруға бағытталады.

Қосалқы коммуникация көздеріне Кавардзин бойынша дәстүрлі маркетинг тәсілдері жатады. Олар: жарнама, билборд, баннер, графикалық дизайн, паблик, логотип және басқалары [45, 68 б].

Үшінші коммуникация жолы – «сарафанды радио», бұқаралық ақпарат құралдары мен бәсекелестермен байланысқа түсу арқылы жүзеге асырылады. Бірінші және екінші коммуникация түрлері бақыланады және оны басқаруға, реттеуге болады, ал үшінші коммуникация жолын бақылау қиын. Әлеуетті мақсатты аудиторияның жергілікті тұрғындармен қатынасқа, байланысқа түскенде қалыптасқан пікірлер мен көзқарастардың негізінде имидж пайда болады, сондықтан Территорияның мәдени бренді мен имиджін қалыптастыру үрдісін жергілікті тұрғындарға бағыттау керек, олардың пікірі мен көзқарасы үшінші коммуникация жолы арқылы таратылады [45, 69 б].

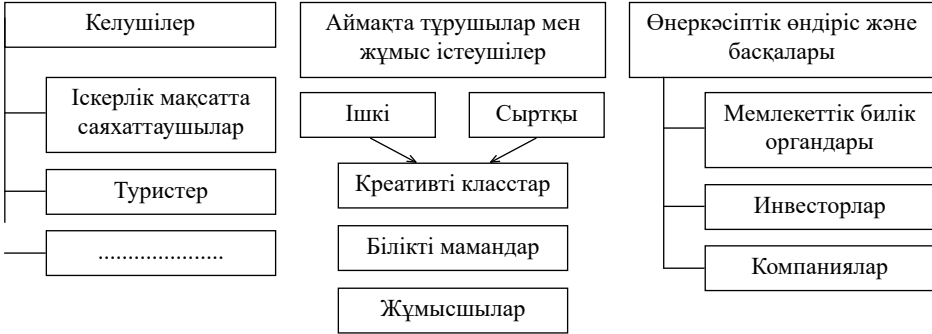
Кавардзиннің және басқа теоретиктердің территорияның мәдени бренді мен қаланың имиджін қалыптастыру бойынша ұсынған тәсілдері қазіргі жаһандық территориялық және елдік бәсекелестік тәжірибелерінде жиі қолданылып отыр.

Ресейлік дизайнер М.Р. Семенов [46] территорияны және аймақты брендтеудің ең маңызды құралы ретінде әлеуметтік, ұлттық мәдени және этникалық қырларын ұсынады. Автордың айтуы бойынша аймақтың тарихи-мәдени имиджі тартымды және жағымды. Аймақтың тарихи-мәдени имиджі дегеніміз адамдардың аймақтың тарихи-мәдени ерекшелігіне қатысты қалыптасқан көзқарастарының жиынтығы [47]. Көптеген территориялар, сол сияқты Қазақстан да брендтің табиғи капиталына (мәдени, тарихи, физикалық және адамзаттық) бай. Мәдениетті имидж қалыптастырушы негізгі фактор ретінде қарастыру нәтижесі Территорияның мәдени имиджін қалыптастырудағы тарихи-мәдени әлеуетті қолдану болып табылады. О. Гуиннің, Т.К. Алленнің, Дж. Семениктің «Реклама и продвижение бренда» [48] атты кітабында ұлттық мәдениетке брендті интеграциялық жылжытудың ажырамас бөлігі ретінде қарастыру қажеттілігі айтылады. Авторлардың пікірі бойынша ұлттық мәдениет бренд туралы ұзақ уақытқа елес қалдырады. «Мәдениет арқылы байланыс орнату ең қиын коммуникациялық қызмет, өйткені мәдени тәуелсіз коммуникациялар болмайды» [48, 49, 50].

Жоғарыда қарастырған авторлар ұлттық-мәдени факторлар тиімді аймақтың имиджін қалыптастырудың, яғни нәтижелі мәдени брендті жасаудың маңызды құралы деп тұжырымдайды. Әрбір аймақтың әлеуметтік ортасы отбасылық қатынастан, мәдениеттен, тілден, білім деңгейінен, дінінен, салт-дәстүрінен, күнделікті тұрмысынан құралады. Тұтынушының мінез-құлқы мәдени факторлардың әсерінде болады, себебі, мәдениет адамдардың іс-әрекеті мен қылықтарын көрсетеді [51]. Ұйымдастырылған, жасалған мәдениетке қарағанда әлеуметтік, ұлттық немесе гендерлік мәдениет бойға балалық шақтан сіңіріледі. Ұйымдастырылған мәдениет адамның орнын ауыстыруына байланысты өзгеруі мүмкін. Ал ол өзгеріс жергілікті аймақтың тұрғындарының өмір қалпы мен сол аймақтың жағымды келбеті мен имиджінің әсерінен пайда болады.

Қорыта айтқанда, территорияның мәдени брендін жасау үшін мақсатты аудиторияны, шығармашыл адамдар тобын жұмылдыру қажет. Территорияның мәдени бренді мақсатты аудитория алдында аймақтың имиджін қалыптастыру үшін қажет, аймақтың имиджі ұнамды жер ретінде демалыс үшін, әртүрлі кәсіби іс-шаралар (көрме, конгресс, тренинг, т.б.) өткізу үшін, тұрақты өмір сүру үшін, жұмыс

істеу үшін, оқу үшін, адрестік мемлекеттік бағдарламалар үшін, инвестиция үшін, жаңа өндіріс орындарын ашу үшін, инновацияларды жүзеге асыру үшін қажет. Территориялық маркетинг саласында мақсатты аудиторияны стейкхолдерлер деп атайды. Олар:



1-сурет. С.Зенкер мен Э. Браун бойынша стейкхолдерлер тізімі

Мақалада келтірілген тұжырымдамалар мен көзқарастарды саралау негізінде территориялық мәдени брендингтің инновациялық құралдары анықталды:

1. Аймақ инвестицияға арналған тартымды объект ретінде. Әлеуетті инвестор саяси, әлеуметтік-экономикалық, географиялық, мәдени және ұйымдастырушылық-құқықтық факторлардың үйлесімділігі мен тиімділігін ескеру арқылы инвестиция жасайды.

2. Территория бизнеске арналған орын ретінде. Бұл жағдайда қымбат емес коммуникациялық қызметтер, кездесулер мен жиындар, дөңгелек үстелдер өткізетін мәдени орындар, алдыңғы қатарлы коммуникация құралдары, тиімді ұсыныстар мен ақпараттық инфрақұрылым маңызды орын алады.

3. Территория инновацияға арналған орын ретінде. Жоғары технологиялық өндіріс орындарын қолдау, ғылыми-өндірістік кластерлерді жасау, жоғары білім жүйесін және ғылыми зерттеулерді модернизациялау және инновациялық жобаларды қолдау, байқаулар ұйымдастыру тәсілі жатады.

4. Өмір сүруге жағымды орын ретінде. Тұрғын ол жәй сол аймақта өмір сүретін адам ғана емес, ол мемлекеттің немесе аймақтың бюджетін толтыратын салық төлеуші. Сол себепті, аймақта тұрғындары көп аймақтар да бұл тәсілді тиімді қолдануға тырысады. Мысалы, Таллин қаласы тұрақты тұрғындарды «қоғамдық көліктерде тегін жүру» идеясымен тартты. Соның негізінде жеке жеңіл көлік саны азайып,

қаланың экологиялық жағдайы жақсарды. Көлік тұрақтарының орнына саябақтар мен демалыс орындары салынды. Бұл тәжірибе алғашында сынға алынды, кейін Еуропаның көп қалалары бұл тәсілді тиімді деп, брендтеу тәжірибесінде қолдана бастады.

5. Территория іскерлік іс-шаралар өткізу орны ретінде. Қазіргі кезде көптеген компанияларда іскерлік ресми кездесулерді, конференциялар мен семинарларды шетелдерде өткізу тәжірибелері жиі кездеседі. Ол үшін олар барлығына тиімді және қолайлы орын іздейді. Іскерлік кездесумен қатар халықаралық көрмелер мен жәрмеңкелер өткізу өзекті тәжірибеге айналды. Сондықтан бизнес-іссапар үшін территорияның имиджін жасау өте маңызды. Бұл тәжірибенің дәстүрлі лидерлері – Австрия, Германия, Ұлыбритания, Франция және Швейцария. Тағы бір мысал, әртүрлі елдерде өткізілетін ЭКСПО көрмесі. Іскерлік кездесулер ұйымдастыру негізінде инсетив-туризм пайда болды. Бұл марапаттау және ынталандыру мақсатында жүргізілетін іскерлік іс-шарамен қатар демалыс өткізуге бағытталған шара. Бұл тәсілдер аймақтар арасындағы бәсекелестікке қабілеттілікті жетілдіруге септігін тигізеді.

6. Территория туризмге арналған тартымды және көрікті орын ретінде. Туризм жәй ғана көрікті орындарды көру үшін емес, нақты мақсатпен жүзеге асырылмайды. Қазіргі кезде туризмнің түрлері көп, сол себепті әрбір аймақ өзінің басымдылығына байланысты тартымдылықты қалыптастырады. Мысалы, гастрономиялық туризм – бұл тәжірибе Тоскана, Прованс, Каталония жерлерінде жақсы дамыған. Үйлену тойын ұйымдастыру және өткізу тәжірибесі Греция, Австрия, Австралия, Испания, Кипр жерлерінде жақсы дамыған, медициналық туризм – Израиль, Германия, Швейцария. Сонымен қатар қажылық туризм, мәдени туризм және тағы басқалары да кездеседі.

7. Территория жоғары оқу орнында оқуға қолайлы орын ретінде. Францияда ғылыми зерттеу және оқу орындарын реформалау мақсатында бір географиялық аймақта орналасқан университеттер мен зерттеу құрылымдары арасында кооперацияларды дамыту саясаты жүргізілді. Осылайша, «Сорбонна - университеттер», «Париж – ғылымдар мен әдебиеттер. Латын кварталы» пайда болды. Әртүрлі шәкіртақылар тағайындалып, ғылыми зерттеулер қаржыландырылды [52, 64 б]. Білім алушыларға қолайлы тұрмыстық жағдайлар жасалған. Мұндай тәсіл Еуропаның көптеген елдерінде, Турцияда, Ресейде де жүзеге асырылады.

Сонымен, бұл параграфта территория брендингін зерттеуші теоретиктердің тұжырымдары мен шетелдік тәжірибелердің негізінде

Территорияның мәдени брендингін жүзеге асыруға бағытталған тәсілдер мен құралдардың тиімді тәсілдері анықталды, негізгі мақсатты аудиториялар айқындалды.

ӘДЕБИЕТТЕР:

1. Kunzmann K.R. Culture, Creativity and Spatial Planning, Town Planning Review, 2004, Vol. 75, No. 4, pp. 383- 404
2. Evans G. Cultural Planning: An Urban Renaissance?, Routledge, London, 2001
3. Griffiths, R. City//Culture Discourses: Evidence from the Competition to Select the European Capital of Culture 2008. European Planning Studies. 2006. No.14(4): pp. 415-430.
4. van Leeuwen, T. Introducing Social Semiotics. Routledge: e-book. 2005
5. Zhuanqing, C. The Strategic Research on Zhongyuan Culture and City Brand Marketing. Paper presented at the International Marketing Science and Management Technology Conference, 7 August, Shaoxing, China. 2010
6. Kavaratzis, M. and Ashworth, G.J. City Branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick? Tijdschrift voor Economische en Social Geografie, 2005, No.96(5): pp. 506-514.
7. Lloyd R and Clark T. N. The City as an Entertainment Machine, in Fox Gotham K (ed), Critical Perspectives on Urban Redevelopment, Elsevier Science, Amsterdam, 2001
8. Zukin S. Dialogue on Urban Cultures: Globalization and Culture in an Urbanizing World, UN Habitat World Urban Forum, Barcelona, 13-17 September 2004
9. Семенов, М.Р. Процесс глобализации как фактор, стимулирующий необходимость создания бренда территории в целях повышения конкурентоспособности региона и сохранения его национально-культурной идентичности // Дизайн. Материалы. Технологии. - 2016. № 41. – с. 88-91с
10. Anholt Simon. Brand New Justice: How Branding Places and Products Can Help the Developing World, Revised Edition Paperback – November 23, 2004
11. Anholt Simon «Competitive Identity: the New Brand Management for Nations» («Конкурентная идентичность: новый национальный бренд-менеджмент»), 2007
12. Anholt Simon «Cities and Regions» («Города и регионы») Palgrave Macmillan, 2007
13. Anholt Simon «Places: Image, Identity and Reputation» («Места: имидж, идентичность и репутация») Palgrave Macmillan, 2010.

14. Анхолт С. Бренд Америка: мать всех брендов. М.: Добрая книга, 2010. – 232 с.
15. Золотухина, Д.А. Стратегии формирования историко-культурного имиджа Российских регионов (на примере Костромской, Новгородской и Тульской областей) //Д.А. Золотухина. – М.: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата культурологии – 2011. – 33 с.
16. Топоркова, Е.П. Имидж и бренд приграничной территории: человеческий капитал и технологии развития. Чита, 2015. – 168 с.
17. Эко У. От Интернета к Гутенбергу: текст и гипертекст [Электронный ресурс]//http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Eko/Int_Gutten.php
18. Доука С.В. Клиповое мышление как феномен информационного общества // Общественные науки и современность. – 2013. – №2. – с. 170-178
19. Китов Ю.В. Дефицит культурных интересов современной российской элиты // Элита и интересы (в соавторстве с С.Л. Гертнер): монография. – М.: МГУКИ, 2004.
20. Бакштейн И. Историчность визуального. Цит. по: Ли Д., Заяц Е. Увидеть невидимое: визуальная культура и визуальная антропология. (Конференция по визуальности, Русская антропологическая школа, РГГУ, Москва, 2003 г) [Электронный ресурс]/ <http://magazines.russ.ru/nlo/2004/66/li30.html>
21. Крыжановская Я.С. Визуальное и зрелищное // Вопросы культурологии. – 2009. – №10. – с. 5-14
22. AlbertoVanolo. The image of the creative city, eight years later: Turin, urban branding and the economic crisis taboo [Электронный ресурс]/ <https://doi.org/10.1016/j.cities.2015.04.004>
23. Ксения Кошелева. Родина причудливых форм [Электронный ресурс]/ <https://kseniakosheleva.com/finland-rus-2/finnish-design/>
24. Хуан Карлос Белоза. Бренддинг Барселона: история успеха./ Кейт Динни. Бренддинг территорий. Лучшие мировые практики /пер. с англ. Веры Сечной. — М.: Манн, Иванов и Фербер , 2013. – с. 36-59.
25. Кеннет Уордроп. Эдинбург: вдохновляющая столица Шотландии./ Кейт Динни. Бренддинг территорий. Лучшие мировые практики / пер. с англ. Веры Сечной. — М.: Манн, Иванов и Фербер , 2013. – с. 93-112
26. Акулич М.В. Бренддинг, культура нации и ее имидж.//Маркетинг в России и за рубежом. №6(80), 2010. с.110-115
27. Griffiths, R. City/Culture Discourses: Evidence from the Competition to Select the European Capital of Culture 2008. European Planning Studies, 2006, 14(4): pp. 415-430.
28. García, B. Deconstructing the City of Culture: The long-term cultural legacies of Glasgow 1990. Urban Studies, 2005, 42(5/6): pp. 841-868.

29. Ayşe Banu Bıçakçı. Branding the city through culture: Istanbul, European Capital of Culture 2010/ International Journal of Human Sciences [Online]. 9:1., p.993-1006 Available: <http://www.insanbilimleri.com/en>
30. Palonen, E. Multi-Level Cultural Policy and Politics of European Capitals of Culture. Nordisk Kulturpolitisk Tidskrift, 2010, No. 1: pp. 1-24.
31. Babkova, S. Cultural Programmes for Economic Development: A Comparison of European and Russian Models. Journal of Art Management. Law and Society, 2006, No 36(3): pp. 197-211.
32. Palmer, R. European Cities and Capitals of Culture: Study Prepared for the European Commission. Brussels: Palmer-Rae Associates, 2004
33. Старцева А.С. Культурный брендинг имиджа российских регионов: традиции и новации. /Диссертация на соискание ученой степени кандидата культурологии. М., 2015.
34. Maden Deniz, Dr. Nahit Erdem Koker, Prof. Dr. Eusun Topsumer. The Image of Istanbul As A Destination Center: An Empirical Research. [Электронный ресурс]/http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/makaleler/GMJ_5._sayi_Guz_2012/pdf/Maden_Koker_Topsumer.pdf – С. 117.
35. Chandler, D. Semiotics: The Basics. Florence. KY, USA: Routledge, 2001
36. Florida, R. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life, Basic Books, New York, United States, 2003
37. Florida, R. The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent, Harper Business, New York, United States, 2005
38. Scott, A.J. Creative cities: Conceptual issues and policy questions, Journal of UrbanAprs, 2006, Vol. 28, No. 1, pp. 1–17.
39. Розенберг Н.В. Региональная идентичность: роль природных и культурных факторов. // Гуманитарные науки. Философия. – 2011. – №4. С. 79.
40. Стрелецкий В.Н. Культурный регионализм: сущность понятия, проблема изучения и система индикаторов // Псковский регионологический журнал. – 2012. – №14. – С. 11.
41. Kotler, P., Asplund, C., Rein, I. and Heider, D. «Marketing Places Europe: Attracting Investments, Industries, Residents and Visitors to European Cities, Communities, Regions and Nations», Pearson Education, London, UK., 1999
42. Ashworth, G. J. and Voogd, H. «Selling the City: Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning», Belhaven Press, London, UK., 1990
43. Griffiths, R. «Making sameness: Place marketing and the new urban entrepreneurialism», in Oatley, N. (ed.)»Cities Economic Competition

- and Urban Policy», Paul Chapman Publishing, London, UK., 1998
44. Hubbard, P. and Hall, T. «The entrepreneurial city and the new urban politics», in Hall, T. and Hubbard, P. «The Entrepreneurial City: Geographies of Politics, Regime and Representation», John Wiley & Sons, Chichester, UK., 1998
 45. Kavartzis Michalis. From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands. Henry Stewart Publications. Place Branding, 2004. Vol. 1, - pp. 58–73
 46. Семенов М. Р. Разработка метода дизайн-проектирования бренда городских территорий с учетом национально-культурных факторов. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата технических наук. Москва – 2016. – с. 183
 47. Золотухина, Д.А. Стратегии формирования историко-культурного имиджа Российских регионов (на примере Костромской, Новгородской и Тульской областей) /Д.А. Золотухина. – М.: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата культурологии – 2011. – 33с.
 48. О' Гуинн, С.Т. Реклама и продвижение бренда. - СПб.: Нева, 2004. – 656 с.
 49. Попова, В. Г. Брендинг как составляющий элемент стратегии развития региона и его успешности // Бренд-менеджмент в XXI веке: Международная научно-практическая конференция студентов, магистров, аспирантов и молодых ученых: Сборник научных статей – М.: МАКС Пресс, 2013. – 165 с.
 50. Чернатони, Л. Брендинг. Как создать мощный бренд: /Л.Чернатони. - СПб, «Юнити-Дана», 2006.- 560 с.
 51. Кизим, А.А. Эффективность маркетинговых возможностей в контексте национальных культур //Теория и практика общественного развития, 2013.№3 — с. 77-81
 52. Лапина Н. Новый этап в формировании инновационной экономики: опыт Франции // Мировая экономика и международные отношения, 2012. № 1. - с. 61—71.

ҒТАМР
18.45.09

Бахтияр Тұрсынов
Қазақ ұлттық өнер университеті

ҚАЗАҚ ТЕАТРЫНЫҢ МАЙТАЛМАНДАРЫ МЕН БҮГІНГІ ЗАМАНДАҒЫ АКТЕРЛІК ЕРЕКШЕЛІКТЕР

Аңдатпа. Бұл мақалада автор қазақ театр өнеріндегі өмірден өтіп кеткен актерлер қызметін және бүгінгі таңдағы актерлік ерекшеліктерді қарастырады.

Түйін сөздер: театр, Н. Жантөрин, Астана, қазақ өнері

Бахтияр Тұрсынов **ТАЛАНТЛИВЫЕ АКТЕРЫ КАЗАХСКОГО ТЕАТРА И** **АКТЕРСКИЕ ОСОБЕННОСТИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

Аннотация. В этой статье автор рассматривает творчество актеров казахского театрального искусства, ушедших из жизни и особенности современного актерства.

Ключевые слова: театр, Астана, Н. Жантұрин, казахское искусство

Bakhtiyar Tursynov **TALENTED ACTORS OF THE KAZAKH THEATRE AND** **ACTING SPECIFICS IN THE MODERN WORLD**

Abstract. In this article, the author considers creativity deceased actors in the art of the Kazakh theatre and today's acting specifics.

Key words: theatre, N. Zhantorin, Astana, Kazakh art

XX ғасырдың ортасында қазақ театр өнері қалыптасып, өңірлерден облыстық пен халық театрлары құрыла бастады. Қазақтың тұңғыш кәсіби театры 1926 жылы құрылып, бүгінгі академиялық театр дәрежесіне жетіп отыр. Ж. Шанин, Қ. Қуанышбаев, С. Қожамқұлов, Қ. Бадыров, Е. Өмірзақов және т.б. шаңырағың көтеріп, кәсіби түрде қазақ тарихында театр атты ұғымды қалыптастырды. XX ғасырдың 50-60 жылдары қазақ театр өнерінің алтын майталмандарының ізімен, кәсіби түрде Мәскеу, Ташкент шаһарларынан және М. Әуезов атындағы академиялық қазақ драма театры жанындағы екі жылдық театр студиясынан бөлек, Құрманғазы атындағы ұлттық консерваториясының актерлік бөлімінен арнайы білім алып, өзгеше толқын болып: Н. Жантөрин, Ы. Ноғайбаев, Ә. Молдабеков, А. Әшімов, Ф. Шәріпова, Е. Жайсаңбаев, З. Шәріпова келді. Олардың әрқайсысының актерлік ерекшеліктері, рольді қабылдау, бейнелері өзара бөлек мектеп болды. Олардың сахнадағы бейнелерін біз көре алмадық, дегенмен, әрқайсының ерекшеліктері мен шеберліктеріне тоқталып өтсек.



Нұрмұхан Жантөрин, есімі аңызға айналып, театр сүйер қауымға Қодар, Яго, Кебек, көгілдір экран көрермендеріне Шоқан, Бейбарыс сұлтан сынды образдармен жақсы таныс. «Гүжілдеген зор дауыс, алпамса дене, сұңғақ бой, ашық маңдай астарына көп сыр бүккен ай қабақ, ойға тұнық қысыңқы көз бәрі-бәрі Жантөриндік дара, Нұрмұханның өзіне ғана тән, бітімі бөлек ерек келбет еді» - деп театр сыншысы Ә.Сығай баға береді. 1928 жылы Атырау облысы Махамбет ауданында өмірге келеді. 1952 жылы Ташкенттегі театр өнер институтін аяқтаған соң М.Әуезов атындағы академиялық қазақ драма театрына актер болып қабылданады. Эcran көрермендерінің есінде қалған образ Шоқан Уәлиханов бейнесі. Шоқан бейнесі туралы Ә.Сығай: «Әшкейлі әскери киім тал бойына сәнімен қона кеткен әсем жігіт, Петербор аруларының арманы болған Шоқан-Жантөрин тұрпатынан анықта айшықты байқалады. Саясатта, махаббатта, ел қамы мен туған жер жайы актер ойынынан тыс қалмаған. Шабыт қанатына мінген алғыр актерлік екпін мен тереңнен толғар суреткерлік асқақ зауық өзіңізді эcran алдында шандып-байлап тастағандай. Ортаға

байланысты актерлік бояу-нақыш өзінің шынайылығын титтей де, көз жазбайды, актер табысының нәзік сыры осында жатса керек» - деп бағалайды. 1957 жылы ұзақ жылдан кейін М.И. Гольдблат режиссурасымен М. Әуезовтің «Еңлік-Кебек» трагедиясы қайта жаңғырып, белгілі актер Н. Жантөрин Кебек образын орындады. Ол туралы: «Кебектің ролі Н. Жантөриннің орындауында келбеті келіскен, бейбіт өмір, кіршіксіз махаббат үшін жаралған жан кейіпінде көрінеді. Ол барынша сыпайы, қимыл, әркеті де, салмақты, нәзік өмірге ойлана қарайтын, сотқарлыққа бармайтын адам боп суреттелуі спектакльдің жаңалығы. Актердің күмбірлеген даусы, жар алдындағы ізеттілігі, сүйкімді көркі, Кебек бейнесіне лирикалық сипат берген» - деп белгілі театр сыншысы Б. Құндақбаев айтып өтеді. Алпысыншы жылдардың соңында белгілі режиссер ҚР еңбек сіңірген қайраткері В. Пұсырманов З. Қабдоловтың «Елеусіз қалған есіл ер» шығармасын М. Әуезов атындағы академиялық қазақ драма театрында сахналайды. Дәрігер бейнесін Н. Жантөрин сомдайды. «Дәрігер психологиясын берудегі Жантөрин шеберлігін сөзбен айтып жеткізудің өзі қиын. Өзінің екі қабат қызына күрделі ота жасаған дәрігер батылдығы сәтсіз аяқталған. Ол қызын ота жасау үстінде өлтіріп алған бейбақтың қасіретті хал-күйін ғажап жеткізді». Сахнада актер Нұрмұхан кідіріс (пауза) орнымен, ерекшелігімен жасады. «Сахнада кідіріс жасау, тек қана ақиық актер, Жантөриннің қолынан келмек. Жанымен, жүрегімен жылаған Жантөриннің сондағы жұмбақ әлемі зерттеудің нысаны» - деп Ә.Сығай айтып өтеді. Жүргі жұмбақ актер үнемі ізденісте болды. ҚР халық артисі режиссер Е. Обаев өз естелігінде: «Қашан көрсек те қолынан кітабы түспейтін. Репетицияда сәл үзіліс жасаған кездің өзінде сол кітапқа үңіліп, шұқшиып отыратын. Не оқып жатыр екен деп қараймыз кейде. Көбінесе классика. Әлем әдебиеті. Асылы, Нұрағандай өте көп оқыған, терең білімді актерлер сирек шығар-ау, сірә.» – деп есіне алады. Расындада, актерге ең басты қажеттілік ізденіс. Актер ҚР халық артисі Н. Жантөрин ізденісі, қойылымға дайындығы талайға үлгі.



Актерлік өнер-адам бойындағы қабілеттерінің көмегімен белгілі бір кезең мен уақытқа тән тірі образ (кейіп) жасау өнері. Театр мен кинода үлкенді-кішілі бейнелерді сомдап, бүгінде есімі көп аталмай, еңбегі ескерілмей жүрген өнерпаздың бірі **Есболған Жайсаңбаев**. М. Әуезов атындағы академиялық қазақ драма театрына ХХ ғасырдың 60 жылдарының басында келіп, театр сахнасында Покудиннен бастап, Сейіт, Жапал, Жайнақ, Хасен, Серке, Олжатай,

Бақтияр, Мақмұт сынды бейнелерімен өнерсүйер қауымның есінде қалды. «Айқында анық дикциясы, жинақыда шапшаң жүріс-тұрысы, ең бастысы-қай рөлінде болмасын қашанда бұқара тарапынан қызу-қолдау қошемет тауып жататын халықтық қазақы ашық бояу-бітімі жан толқытар еді. Кейіпкерлерін кескіндеу сапарында қобалжу, қасақана қате басып, қабақ шыту ол үшін мүлде жат еді» - деп көрнекті театр сыншысы Ә.Сығай өзінің «Жарнама алдындағы ой» атты еңбегінде айтып өтеді. Актер шығармашылығындағы ең жұлдызды рөлі – Ш. Айтматовтың «Жәмилә» повесі бойынша қойылған «Аңсаған менің әнімесіндегі» Сейіт болды. 1962 жылы режиссер А.Мадиевскийдің сахналауымен осылай атанды. Өз замандастарымен бірге Е.Жайсаңбаев Сейітті, Ф.Шәріпова Жәмиланы, Ы.Ноғайбаев Даниярды, Н.Жантөрин автор, М.Мұраталиев Оспанды сомдады. 1940 жылы Алматы облысы, Ақсу ауданы Ақсу ауылында өмірге келген. 1958 жылы М.Әуезов атындағы академиялық қазақ драма театрының жанындағы екі жылдық студияға түсіп, 1960 жылы М.Әуезов атындағы академиялық қазақ драма театрына жұмысқа қабылданады. Өмірінің соңына дейін бар өмірін театрға арнап, үлкенді-кішілі бейнелермен көрермен есінде қалды. Белгілі журналист Қ.Сәрсенбай: «Жапал, Сейіт, Қарсақбай, Олжатай, Серке, Жайнақ, «Ақ бақсыдағы» Ятчель. Қайсыбірін айтасың, көп қой. Әртіс Есболғанның ешқашан өлмейтін, өшпейтін кейіпкерлері осылай кете береді. С.Қожамқұлов, С.Телғараев, Т.Жайлыбеков, Қ.Жәкібаевтардың күлкісін кеңістікке алып шыққан, осынау әрқайсысы бір-бір мектепке айналған жүйріктердің үрдісін ілгерілеткен әртіс бұл. Сондықтан да ол көзден де, көңілден де ұмытылмауға тиіс» - деп «Естен кетпес Есболған» атты мақаласында айтады. Актер жаны комедиялық бейнелерге жақын.



1-сурет. Есболған Жайсаңбаев комедиялық ролінде

Қ. Байсейітов пен Қ. Шаңғытбаевтың «Беу қыздар-ай, Ой, жігіттер-ай» Хасен мен Серке сөзіміздің дәлелі. Актер тек қана комедиялық бейнелермен ғана шектелмеді, сондай-ақ М.Әуезовтың «Абайындағы» Көкбай мен Нарымбетті, «Еңлік-Кебектегі» Жапалды, Ш.Айтматовтың «Ана-Жер-анасындағы» Бекташты, З.Ақышевтің «Жаяу Мұсасындағы» Қаспақбайды, С. Жүнісовтың «Ажар мен Ажалындағы» Олжатайды, У.Шекспирдің «Асауға-тұсауындағы» Груманы, О.Бөкеевтің «Құлыным меніңдегі» Дулатты, Ш.Хұсайыновтың «Алдар Көесіндегі» Сырдақты, М.Әуезовтың «Қарагөзіндегі» Наршаны сынды талай бейнелерді жасады. Солардың ішінде ерекше аталып өтілетіні Жапал бейнесі. Б.Құндақбайұлы өзінің «М.Әуезов және театр» атты еңбегінде: «Орындаушылардың барлығы да өздерінің актерлік жекеліктеріне қарай әрқайсысы характер даралықтарын ашумен бірге Жапалдың төңірегіндегі өтіп жатқан оқиға мен табиғат суретін қабылдауын, балалық қиялын, жарасымды әзіл оспағың армашылдығын, ой ұшқырлығын актерлер барынша айқын суреттеген»-деп баға берді. Актердің жары ҚР еңбек сіңірген артисі С.Қожақова: «Театр турлы ойласам, Есболғанның тым ерте, қырық жасында дүниеден кеткені есіме түседі. Қаншама атқаратын жұмысы бар еді. Ол біздің жанымызда, жүрегімізде, халықтың аузында. Көзін көргендер оны «қара бала» атап, ол ойнаған рөлдерді көргенде «Есболған өзі болғанда қатыратын еді» деп айтып отырғанын естимін. Жас кетсе де, артынан көп еңбек қалдырғанын білеміз. Театр актерлері ішінде ең жас кеткені Есболған. Әрине, арман деген таусылмайды,

ортамызда жүрсе ғой деп армандап отырамыз, жүрегіміз ауырады» - деп айтып өтеді. Қай жанрды қайсыбір қаһарманды болмасын өз мақамын, ырғағын, тауып алуға бекем актер Е.Жайсаңбаев есімі бүгінгі таңда көп атала бермейді.



М. Әуезов атындағы академиялық қазақ драма театры ХХ ғасырдың 60-80 жылдары үлкен билік белестерді бағындырып, Халықаралық фестивальдер мен гастрольдерде көрініп, ел атын әлемге әйгілі етті. Сол кезеңдерде «Мәмбетов театры», «Мәмбетов дәуірі» атты ұғым қалыптасып, С. Майқанова, Х. Бөкеева, А. Әшімов, Ә. Молдабеков, Ф. Шәріповалардың есімдері тек қана қазақ халқында ғана емес, әлемге танымал болды. Ә. Мәмбетов мектебінің алтын діңгегі болған

КСРО халық артисі **Ыдырыс Ноғайбаев**та бар еді. 1931 жылы Алматы облысы, Талғар қаласында дүниеге келді. 1954 жылдан өмірінің соңына дейін Әуезов театрында еңбек етті. Театр сахнасындағы алғашқы рөлі М. Горькийдің «Егор Булычев пен Тоғышарлардағы» Егор Булычев пен Тетерев болды. «Еңлік-Кебек»-Есен, «Айман-Шолпан» - Көгібар, «Ант» - Сауран, «Қара Қыпшақ Қобыланды» - Қобыланды, «Қан мен тер» - Қален, «Абай» - Абай сынды бейнелері театр сүйер көрерменнің мәңгі жадында. «Табиғатынан актер болып жаралған, шығармашылық жұмысына барынша жауапты қарайтын, қандай рөлі болса да, үніле қарастырып, танымдық сипат танытқан Ыдырыс Ноғайбаев амплуа дегенді білмей кеткен актер. Қай заманның тыныс-тірлігіне байланысты кейіпкер болсын, жан-жақты барлау, терең бейнелеу оған тән шығармашылық қасиет болатын. Ы. Ноғайбаев өзінің шығармашылық палитрасында көрермендер мен театр мамандарына, актерлерге үлгі-өнеге, сабақ болар, көптеген ешкім күтпеген, ойламаған, жаңалықтар ашты.» - деп Б. Құндақбаев айтып өткендей, Ы. Ноғайбаев есімі театр алтын әріппен жазылған тұлға. Ы. Ноғайбаевтың театрда сомдаған кесекті бейнелерінің ішінде ерекше аталып өтілетіні М. Әуезовтің «Абай» трагедиясындағы - Абай бейнесі. Актердің Абайың біздер көре алмадық, дегенмен, бізге жеткен мәліметтерден актер Ыдырыс Абайды өте биік деңгейде ойнады. Бұл туралы профессор Б. Құндақбаев: «Сахнаға қайта шыққан «Абай» спектаклі

ұлы ақын туралы бұрынғы спектакльдерден мүлде өзгеше болды. Этнографиялық дәлдікті сақтаудан гөрі, шығарманың философиялық мазмұнын, геройларының трагедиялық тағдырын ашуды басты мақсат етіп ұстады». Көптеген театрлардан Абайды ақын, ақылды, данышпан ретінде көрсетсе, актер Ноғайбаевтің Абайы, қазақтың надандығымен күрескен қайраткер ретінде бейнеледі. Ұлттық классик М. Әуезовтің «Еңлік-Кебек» трагедиясындағы Есен бейнесі актердің үлкен ізденіске толы образы болды. «Есенді ойнау қиыншылықтарын, жеңе білген Ыдырыс Ноғайбаевтың да тамаша табысын танып, білу керек. Екі ғашықтың ортасына біткен көп тікенді тастан қара күшті - Қодарларға ұқсата қою сыртқы эффект жағынан оңай да қызық та шығар еді. Ыдырыс өйтпеген. Аяғына дейін Есен жанындағы барлық қайшылықтарды терең ашады. Сыртқы қимылы ішіне сай. Өз осалдықтарын, әділ сезіну сөйте тұрып құмарлық пен кекшілдік тізгігін тежей алмауы оны да кейде аянышты етеді деп актердің сахналық ерекшелігін филология ғылымның докторы Ә.Тәжібаев айтып өтеді. Белгілі театр зерттеушісі Б. Құндақбайұлы: «Трагедиядағы шытырман оқиғаның ұйытқысы - Есен ролі қойылымдағы жас актер Ыдырыс Ноғайбаевтің ірі табысы. Актер ойынында ой мен физикалық әрекет тұтастығы, шынайылық, сахналық үйлесімділік үстемдік құрған. Бітімі кесек, қимылы ширақ, бойын өжеттік сезім билеген намысты қолдан бермейтін батырдың кескінін тап басқан» - деп бағалайды. М. Әуезов атындағы академиялық қазақ драма театрында С. Қожамқұловтан кейін Қарабай бейнесін жасаған Ы. Ноғайбаев болды. Актер кейіпкердің зымияндығын, малға деген сараң-дығын көрсете білді. Ұлттық классикалардан бөлек театр көрермендері актерді әлемдік туындылардан танып, Ә. Мәмбетов қойған Н. Хикметтің «Фархад-Шырын» атты спектаклі болды. Театр зерттеушісі Б. Құндақбаев «Самғау» атты мақаласында: «Ы. Ноғайбаевтің қаһарманы қызуқанды, қимылы ширақ, көздеген мақсатына жетуде қиындықтан мойымайтын, кесек тұлғалы жан болып бейнеленген. Ы. Ноғайбаев ой-тұжырымында Фархад жігері жалын атқан романтикалық қаһарманға тән кесек қимыл, еркін әрекетке бейім» - деп айтып өтеді. Белгілі театр сыншысы, профессор Ә. Сығай өз естелігінде: «Ыдырыс Ноғайбаев! Осынау екі-ақ сөзге бүкіл қазақ сахна өнерінің тарихы сыйып кеткендей. Нағыз елі сүйетін арқалы азамат, кино мен сахнаның көпшілік қадірлеген арқалы, әулетті артисі еді. Нағыз драмалық орындаушы табиғи

әрекет жасау өнерінің хас шебері Ыдырыс Ноғайбаевтың бойында тұла бойында, қылаудай жасандылық деген атымен болмайтын. Шынайы күрсініп, шын күлетін» - деп есіне алды. Жары, КСРО халық артисі Ф. Шәріпова өзінің «Біз екеу едік» атты естелік кітабында: «Біз екеу едік. Егіз едік. Мәңгі ажыраспайтындай болып көріндік. Данияр – Жәмила болып қосылып, Сұбанқұл – Толғанай болып есейдік. Арада Қобланды – Қарлыға болып шайқастық. Есен – Еңлік болып айқастық. Ол Абай боп Ажарға қамқор болды. Қален боп Ақбаланы қорғады, Шіркін, дүние-ай.....Нелер кейіпкерлермен кездесіп бірге жасасып, бірге қиналды. Жеңісімізді бірге тойлап, бір өмірді қос өмір етіп, күндіз де, түнде де бірге, сапарда да, кинодада қос өрімдей бірге жүрдік» деп айтып өтеді. Ы. Ноғайбаев жайын театртанушы, доктор А. Мұқан актердің У. Шекспирдің «Асауға тұсау» комедиясындағы Петруччио образына: «Петруччио рөлі қазақтың есімі аңызға айналған актері Шәкен Аймановтың театрдан қол үзіп, киностудияға толығымен кеткенге дейінгі тамаша жұмыстарының бірі. Осындай орны бар спектакльдің жұлдызды орындаушысына салмақ салатын рөлді Шәкен ағасының көзі тірісінде батасын алып, рөлге кіріскен актер де Ы. Ноғайбаев болатын. Актердің театрдағы кезекті бұл жұмысы да Ш. Аймановтай дара талант иесінің ойынына көзі үйренген кәнігі театр көрермендері мен мамандарының қатал сүзгісінен өтті. Соған қарамастан сахналық рөлдің сапалық өсу жолы мен даму тенденциясы ылғи дамып, өрлеп отыруы спектакльдің жаңа тынысын ашып, ғұмырының ұзаруына да сеп болды» - деп баға береді.



Әнуарбек Молдабекұлы (20.05.1938, Алматы облысы Іле ауданы – 09.08.1985, Алматы) - қазақ өнерінің аса ірі тұлғасы, көрнекті театр және кино актері, Қазақстанның халық артисі (1976), Мемлекеттік сыйлықтың лауреаты (1967). Алматы облысының, Іле ауданына қарасты Комсомол совхозында 1938 жылы туған. Әке-шешесі Андрей деп ат қойған. Бірақ кейіннен жұрт Әнуарбек, одан кейін Әнуар деп атап кетті. Жастайынан өнерге бейім болған ол әнші болуды армандады.

Дегенмен кейіннен өмір ағысы оны актерлікке алып келді. 1956 ж. консерваторияның драма бөліміне түскен. Алайда ол жерде бір оқытушының көңілге қонбайтын бір әрекетін бетіне басқаны үшін

оқудан шығып қалған. Оған жасымаған Әнуар Әзірбайжан Мәмбетов «Жаңа студия ашып жатыр екен» дегенді естіп, сонда барған. 1958 ж. түсіп, екі жылда бітіріп шығады. Әнуардың сахнадағы алғашқы өмірі Қарағандыда басталды. Сонда жүріп өзімен бірге оқыған дарынды актриса Баян Имашеваға үйленді. Екі қыз, бір ұл сүйді. Сол Қарағандыда жүріп-ақ көптеген рөлдерді сомдады.

1964 ж. Алматыға оралып, М. Әуезов театрына жары Баян екеуі орналасты. Ірі талант иесінің қалған өмірі осы Алматыда жалғасты. Сахнада Әзірбайжан Мәмбетов, кинода Шәкен Айманов секілді ірі тұлғалар Әнуарды өздеріне жақын тұтты. Табиғи талант екенін тани білді. Оның есімі халық арасында 1965 ж. «Ән қанатында» фильмінен кейін таныла бастады. Жалпы, кинодағы ақын Мұсаның (Иса Байзақов) рөлінде ойнауға көптеген актерлер шақырылды. Алайда ол орынға С. Сейфуллин атындағы Қарағанды театрының әлі кеңінен таныла қоймаған актері Әнуар Молдабеков тандап алынды. Алғашқы роль - алғашқы жеңіс. Мұсаның бейнесі ерекше сәтті шықты. Осы үшін Әнуар аға Молдабеков Қазақ ҚСР Мемлекеттік сыйлығының лауреаты атанды. Ол осы Мұсаны алғаш ойнағанынан-ақ өзінің алысқа баратынын, талай шыңға шығатынын танытты.

1970 ж. Республиканың еңбек сіңірген әртісі, артынан халық әртісі деген атаққа да қол жеткізді. Бірақ бұл жерде Әнуардың сахна мен кинода жүріп алған атақтарына тіреліп тұрған ештеңе жоқ, халық оны «Ән қанатындағы» Мұса арқылы, «Қан мен Тердегі» - Еламан, «Қыз Жібектегі» - Шеге арқылы кеңінен білді. Тіпті «Қыз Жібек» фильмінен кейін оны біраз уақыт халық Әнуар деудің орнына Шеге деп атап жүргені де белгілі.

1962 жылы Қарағанды театр сахнасында М. Әуезовтің «Қара Қыпшақ Қобыланды» Қобыланды бейнесі болды. Ол туралы театр сыншысы К. Қуандықов: «Қобыланды рөлінде ойнайтын Ә. Молдабеков бітімі кесек, сұлу кескінді батыр тұлғалы артист. Күнгірлеген зор дауысы құлаққа жағымды. Үлкен қара көздерінен шоқты, ойлы қарас аңғарыштық байқалады. Жалындаған жастық, албырт қызуы да бапты күйінде. Ә. Молдабеков өзінің сымбатты бітімі, сезім дүниесімен де Қобыландыны ойнай алатын өнерпаз» - деп бағалайды. Ал театр зерттеушісі Б. Құндақбайұлы: «Қобыланды бейнесін жасаған актер Ә. Молдабеков көп ізденген. Орындаушының жігері, жалын атқан жастығы, ішкі қызулығы, сүйкімді жүзі, ширақ қимылы қаһарман бейнесін жасауға үйлесімді келген» - деп «М. Әуезов және театр» атты еңбегінде айтып өтеді. Ф. Шәріпова

өз естелігінде: «Таланттың да таланты бар. Әнуар аз ғана ғұмыр кешсе де, өнер миссиясын орындап, адамдар жүрегіне із қалдырып, көңілдеріне шырақ жағып кетті. Сахнада от болып жанып, өртеніп кетті. Найзағай жарқ етті де, рухани биікте жарық болып қалды. Ол жарық сандаған ұрпақ ауысса да өшпесі хақ» - деп айтып өтеді. Жары, ҚР еңбек сіңірген артисі Б. Имашева: «Әнуар күлген кезде Жетісудың жеті көлі теңселіп кететіндей еді. Ондай адал күлкіні сахнадан да, өмірден де мен әлі ешкімнен естіген жоқпын. Ал, енді ашуланғанда, торда тұрған арыстанды торымен қоса лақтырып жіберетін. Сондай-ақ, тағы бір ерекшелігі Әнуар Алматыда туған, орыс класын бітірген. Бірақ рөлдеріне қарасаңыз, кілең қазақтың маңдайалды ақындарын сомдаған. Мамандығына деген махаббатының күштілігі соншалық, қырық жеті жасына дейін қазақша әріптерді айтумен болды. Тіпті, қай жерде жүрмесін, әсіресе, біз Жастар театрының жанында тұрдық, Әнуар сол ғимаратты айналып жүріп кейіпкерлерінің сөздерін жаттап жүретін. Көркем әдебиетті көп оқитын. Оны ешкім орыс класын бітірген деп ойламайтын. Ал қазір театрда тіл тазалығы, сөз тазалығы басты мәселе болып кеткен» - деп есіне алады. Асанәлі Әшімов: «Жан досым, замандасым, экран мен театр сахнасында бірге өскен әріптесім Әнуар туралы менің айтатыным көп. Менен бір жас кіші болса да ол мені Асанәлі деп айтқан емес, Асеке дейтін. Екеуіміз Бекежен мен Шеге, Тәңірберген мен Еламан, Жантық пен Қодар болып күрделі рөлдерді ойнадық. Өкінішке қарай, Әнуар өмірден өте ерте аяқ астынан, ойламаған жерден кетті. Оның қазасы маған ауыр тиді. Жалпы, өмірде дос таңдау өте қиын. Жақсы қарым-қатынаста жүрген жігіттер, достар бар, әрине. Бірақ мен үшін Әнуар мен Ақселеудің орны ерекше еді. Осы екі досымның өмірден озуы екі баламның қазасынан кем батқан жоқ. Әнуардың адамгершілігі, мәрттігі өте биік болатын. Ол қандай рөлді алса да қызуқандылықпен шегіне жеткізіп орындайтын. Қазақтың дара туған ұлдарын, дала кейіпкерлерін, нағыз Махамбеттерді ойнайтын актер еді. Амал не, Әнуар өнердегі көп арманына жете алмады. Жас кезімізде театрда «тентектік» жасадық. Ұнамағанды мінеп-шенеп, күлкіге, әзілге айналдырып жүретінбіз. Жалпы, юморы бар адам оптимист, ақкөңіл болады. Ал юморсыз адам – іш пыстыратын, қызықсыз адам. Негізі ұтымды, қисынды тентектіктің актерлік шеберлікке көмектесетін кездері көп. Сондайда Әнуардың әзілі де, юморы да дйттеген жеріне дөп тиіп жататын. Шынын айтқанда, сол біздің дәуіріміз – «алтын ғасыр» еді. Біздің буын – Әнуар мен

Фарида, Ыдырыс, Әзірбайжан, т.б. театр репертуарының ауыр жүгін көтерген мықты топ болдық-ау! Спектакльді дайындағанда барлығымыздың ойымыз бір жерден шығып, рөлді ойнағанда шаңын шығарып жіберуші едік. Ғ. Мүсіреповтің «Қозы Көрпеш – Баян сұлуында» Әнуар Жантықтың, мен Қодардың бейнесін түрлендіріп, әртүрлі форма ойлап табатынбыз. Өнер сапарларына шыққанда екеуміз режиссер нұсқасында жоқ кейбір әдістерді қосып жібереміз. Сонда бізге сырттай қарап, бақылап отырған Хадиша, Шолпан апайлар күліп: «Ал, болдыңдар ма, балалар, ойнап болдыңдар ма? Болсаңдар біз де сахнаға шығайық», дейді. «Қозы Көрпеш – Баян сұлуды» Башқұртстанға апардық. Бізге ұзындығы 70 шақырым көшеге орналасқан Уфа қаласының мәдениет сарайы бұйырды. Барсақ, хабарланбаған ба, адам жоқ. Театрдың өзінің қызметкерлері, бақылаушылар, олардың балалары – барлығы оншақты ғана көрермен. Бірақ біз бір адам болса да ойнауымыз керек. Сөйтіп, адам аз болған соң Қозы мен Баянның рөліндегі актерлерге: «Сендер енді босыңдар», дедік те, Әнуар екеуміз Қодар мен Жантықтың сахнасын бұрқыратып, неше түрлі көріністерді қосып, басаяғы он бес-жиырма минутта қойылымды аяқтадық. Бұл да бір тарих болып қалған қызықты, күлкілі оқиға болды. «Қозы Көрпеш – Баян сұлуды» Францияның Нанси деген қаласында сахнаға шығардық.



2-сурет. Әнуарбек Молдабекұлы аттың үстінде

Француздардың тіл түсінбейтінін пайдаланып, мәтінде жоқ түрлі сөздерді қосып, өзіміз қызыққа батып, күліп жүрміз. Бірінші қатарда отырған көрермендердің қасына найзаммен барып, сілтеп-сілтеп жіберемін, бірде үстінде ойнатамын. Олар артқа қарай шалқайып, қисайып күледі. Театрдың буфетінде сыра сатады екен. Содан алдырып қойылымның арасында кесеге құйғызып аламын да тепкішекте сүйеніп тұрып рахаттанып ішемін келіп. Олар қайдан білсін, қымыз ішіп тұр деп ойлайды. Спектакль аяқталған соң француздар: «Ой, қандай керемет!» деп біздің өнерімізге риза болды. Негізінен өнер адамына, оның ішінде актерлерге кейде мұндай тосын әрекеттер де, импровизациялық тәсілдер де керек. Гастрольдер кезінде, әсіресе ауылдарға барғанда осы «Қозы Көрпеш – Баян сұлуға» импровизация жасайтынбыз. Татарстанның бір совхозына барсақ, көрермен бар, бірақ басшыларынан ешкім жоқ. Біздің киініп-шешінетін жеріміз – парторгтың жұмыс бөлмесі. Спектакль басталмай тұрып бір шелек сүт пен екі бөлке нанды біреу әкеліп қойды да өзі кетіп қалды. Біз «бұлардың наны мен тұзы шығар» деген оймен спектакль аяқталғанша тиіскен жоқпыз. Бірақ ойнап болғаннан кейін де басшылары келген жоқ. Негізі мұндай кезде дастарқан жайып, әртістерді қонақ ететін. Ондай жоқ. Содан амал жоқ, әкелген бір шелек сүті мен нанын бөліп, таласып-тармасып ішіп-жеп алдық. Белгілі актер Рахметбай Телеубаевтың бір шумақ өлеңді, эпиграммаларды аяқ астынан шығаратын ақындығы бар еді. Сол жерде отыра қалып: «Рахмет сізге, татар елі, Қазақ келді ән білән, Зор құрметпен қарсы алдыңыз, Бір шелек сүт, нан білән», – деп жазды да үстел үстіндегі әйнектің астына қойып кетті. Содан Қазанға келдік. Бір кезде таңертең у-шу болып жатыр. Сөйтсек, біз болған совхоз басшылары Рахметбайдың жартылай татарша жазған өлеңінің мағынасын түсініп, кешірім сұрай келіпті. Сөйтіп, банкет жасап, құрметті қонақ етті. Жалпы, театр өнері дегеніңіз – сөздің құдіретін түсіну мен түсіндіру ғой. Осындай қызықты сәттер гастрольдік сапарларда жиі болып тұратын... Шымкенттің Сайрамына тағы да «Қозы Көрпеш – Баян сұлуды» апардық. Мәдениет үйінің залына көрермен сыймайтын болғандықтан спектакльді далада көрсетуді ұйғардық. Үй қабырғасына сахна жасап, ағаштан, темірлерден декорация құрдық. Жұмысшылар, орақшылар, малшылар айналдыра қойылған жүк машиналарының үстінде көріп тұр. Адам көп, ығы-жығы. Ыдырыс Ноғайбаев, Сәбира Майқанова, Әнуар, Қозы мен Баян рөліндегі Әшірәлі мен Торғын – барлығымыз ойнап жүрміз.

Кеш кіріп жарық жанғаннан кейін бұзаубас, көбелек, шыбын сияқты неше түрлі жәндіктер шыға бастады. Мен бір бұзаубасты ұстап алдым да Қодардың Баянға жақындап айтатын сөздері кезінде көрсетіп қоямын. Рөлдегі қыздар қорқып, қашып жүр. Ел қыран-топан күлкі, бізге де сол керек, қолымызда бір-бір бұзаубас. Бір кезде Әнуар жүк машинасының кабинасына кіріп кетіпті. Содан: «Жантық, әй Жантық қайдасың?» деп менің іздейтін көріністе ол терезені ашып: «Қодар мырза, жәй ма?» деп қояды. Менің ашуланып, айғайлаған кезімде терезені жауып алады. Екеуміздің диалогымыз сахна мен машинаның арасында өтті. Бір кезде Қарабай – Ы.Ноғайбаев: «Шошынам, мына жұрттан шошынам!» деп машинаның астынан еңбектеп шығып келе жатыр. Ел тағы да қыран-топан күлкіге батқан. Сөйтіп, трагедияны комедияға айналдырып жібердік. Ел де риза, біз де риза. Әнуардың осындай жерлерде тапқырлығы мықты болатын. Тағы бір гастрольде қайдан тапқанын білмеймін, Жантық – Әнуар есекке мініп, айғайлап, өлең айтып келе жатыр. Бұл оның асқан талантынан туындап жататын. Әнуармен өткен осындай қызықты оқиғаларды, күлкілі сәттерді қазір сағынамын. Мұндай тапқыр партнер, мұндай адам қазір жоқ қой. Нүкетай Мышбаева: – Мен көп спектакльдерде Әнуармен сахналық серіктес болып, бірге рөл ойнадым. «Қан мен тер» спектаклінде ол Тәңірбергенді, мен Ақбаланы сомдадық. «Досымның үйленуінде» ол менің «жігітім» болды. Әнуармен бірге рөл орындағанда спектакльге бір жерден жаңылып кетпейік деп, үлкен дайындықпен келетінбіз.

Ол сахнаға шыға бергенде-ақ бүкіл көрерменді жаулап алатын. Жаулап алады дейтінім, трагедиялық кейіпкерді сомдағанда бүкіл көрерменді жылататын, сонымен бірге, қасындағы бізді де жылататын. Ал комедияны ойнағанда көрерменді рахаттандырып күлдірумен қатар, шығарма идеясының астарында не жатқанын түгел ашып, ерекше бір шабытпен шырқау биікке көтеретін. Жас кезімізде бір-біріміздің қандай актер екенімізді біле қоймаған да кезіміз болған шығар. Бірақ қазір менің көзқарасымда, Әнуардай актер туылған жоқ, мұны мен батыл түрде айта аламын.

ӘДЕБИЕТТЕР:

1. Сығай Ә. «Театр тағылымы». – Алматы: «Дәуір» баспасы, 2003. – 320 б.
2. Құндықбаев Б. Мұхтар Әуезов және театр. – Алматы: Ғылым, 1997. – 244 б.
3. Обаев Е. «Таулар алыстаған сайын биіктейді», – 2016. – (<https://www.auezov-theatre.kz/ru/press/interviews/view/>).
4. Сығай Ә. «Жарнама алдындағы ой», – Алматы: «Ана тілі», 1993.
5. Оразбаев С. «Қайран достар», – 2017. – (<https://www.auezov-theatre.kz/ru/press/interviews/view/>).
6. Сәрсенбай Қ. «Естен кетпес Есболған», – 2011. – (<https://abai.kz/public/index.php/post/8338>).
7. Есболған Жайсаңбаев [Фотоальбом]. - Алматы: 2011.
8. Қожақова С. «Жылап тұрып, күле білетін...», – 2014. – (<https://massaget.kz/layfstayl/madeniet/persona/16085/>).
9. Ыдырыс Ноғайбаев: фотоальбом / [құраст. Ф. Шәріпова]. – Алматы: Өнер, 2009. – 151, [1] б.: суретті.- (Қазақ өнерінің қайраткерлері).
10. Мұқан А. «Ыдырыс Ноғайбаев – 85 жыл», – 2016. – (<https://www.Oper.kz/theatre/view/1602-ydyrys-nogajbev-85-zhyl>).
11. Құндықбаев Б. «Самғау» (<https://abai.kz/post/3280>).
12. Шәріпова, Ф. Біз екеу едік // Аңыз адам. – 2017. – № 12. – Б.12–15.
13. Сығай Ә. Толғам. – Алматы: Парасат, 2004. – 392 б.
14. Әнуар Молдабеков: фотоальбом / [құраст. Б. Имашева]. – Алматы: “Өнер 21-ғасыр”, 2012. – 320 бет. – (Халық перзенті).

FTAMP
17.71.91

Насихат Мурсалимова

*М.О. Әуезов атындағы Әдебиет және өнер институты
«Қолжазба және текстология» ғылыми-инновация
бөлімінің ғылыми қызметкері*

БЕСІК ЖЫРЫ – БАЛАҒА БЕРІЛЕТІН АЛҒАШҚЫ ТӘРБИЕ КӨЗІ

Аңдатпа. Мақала қазақ халқының балалар фольклорлық әдеби мұрасын жинау тарихына арналады. Және әр кезендерде, түрлі аймақтардан жинақталған нұсқалық ерекшеліктері туралы айтылады.

Түйін сөздер: бесік жыры, қазақ фольклоры, халық шығармашылығы, әдеби мұра, зерттеу нәтижелері

Насихат Мурсалимова

КОЛЫБЕЛЬНАЯ – КАК ПЕРВЫЙ ЭТАП ВОСПИТАНИЯ

Аннотация. Статья посвящается истории сбора детского фольклорного литературного наследия казахского народа. А также повествует об особенностях вариантов, собранных в разные периоды и в разных регионах.

Ключевые слова: колыбельная, казахский фольклор, народное творчество, литературное наследие, результаты исследования

Nassikhat Mursalimova

LULLABY IS THE FIRST SOURCE OF RAISING A CHILD

Abstract. The article is devoted to the history of collecting literary heritage of the Kazakh people's childlore. It also refers to the variant features collected from various regions in various periods.

Keywords: lullaby, Kazakh folklore, folk art, literary heritage, research results

Бесік жыры, сәбилік салт жырлары, мәпелеу, уату жырлары, тақпақтар мен сұрақтар, арнау-тілек өлеңдер, қызықтамалар, өтірік өлеңдер, мазақтамалар, жұмбақтар, жаңылтпаштар, ертегілер, қорқынышты, күлдіргі әңгімелер, ойындар сияқты оның толып жатқан ішкі жанрлық түрлерінің қай-қайсы болмасын халық тіршілігімен тығыз байланысты. Яғни, балаларға арналған халық шығармалары сәбилер мен жеткіншектердің табиғи ерекшеліктеріне лайықтала тұрса да, олар халықтың кәсібімен, салт-дәстүрімен, діни нанымымен, ділімен, тарихымен, өнерімен біте қайнасып, тарихи кезеңдер ерекшелігіне, қоғамдық даму сатыларына қарай жетіліп, ұрпақтан-ұрпаққа ауысып отыратын ұлттық нәрі мол қастерлі мұра [1, 246].

Қазақ халқының фольклорлық әдеби мұрасын жинап, зерттеумен айналысқан ғалымдар Г. Потанин, В. Радлов, А. Васильев, А. Алекторов, А. Диваев еңбектерінде балалар ауыз әдебиетіне айрықша көңіл бөлінді. Сонымен қатар С. Сейфуллин, І. Жансүгіров те бұл салада көп еңбек етті, М. Әуезов, Ө. Тұрманжанов, М. Ғабдуллин, Ш. Ахметов, М. Әлімбаев, С. Қасиманов, бертін келе Ш. Ыбыраев, Қ. Саттаров, К. Матыжанов сияқты белгілі ғалымдар балалар ауыз әдебиетін жинауға атсалысты. Балалар фольклорының мәселелері жайында Ә. Тәжібаевтың [2], С. Қирабаевтың [3], А. Нұрқатовтың [4], С. Сеитовтің [5], Б. Сахариевтің [6], Н. Ғабдуллиннің [7] мақалалары мен әдеби зерттеу еңбектері жарияланды. Бұл еңбектердің бәрінде қазақ балалар фольклоры жайлы айтылған өрелі ойлар мен құнды пікірлер бар. Оны жақсарту, көркемдігін арттыру мәселесі жайында ұсыныстар жасалған.

Жалпы қазақ фольклорының мол мұрасының алғашқы үлгілері көне дәуірде хатқа түсе бастағанмен, жиналып зерттелуі ХІХ ғасырдың екінші жартысынан басталады. Қазақ фольклорын жинаушылар ол кезде балалар фольклорын жеке жанр ретінде қарастырған жоқ, бесік жыры, жұмбақтар, өтірік өлеңдер сияқты танымал жанрларды қағаз бетіне түсірді. Түркі халықтарының ауыз әдебиетін зерттеумен белсене шұғылданған ірі шығыстанушы, түркі тілдері мен фольклорының үлкен ғалымы В.В. Радлов әр түрлі ғылыми сипаттағы экспедицияларға қатысып, фольклорлық үлгілерді ұқыпты түрде жинап, қағазға түсірді. 1870 жылы В. Радлов «Түркі тайпаларының халық әдебиет үлгілері..» деп аталатын еңбегінің қазақ фольклорына арналған үшінші томына өтірік өлеңнің алғашқы нұсқасын жариялаған [8].

Халық ауыз әдебиетінің үлгілерін жинауға үлкен үлес қосқан ғалымның бірі – Г.Н. Потанин болды. Азияның аз зерттелген аудандарының географиясы, этнографиясы, фольклоры жөнінде деректер жинау мақсатымен бірқатар саяхаттар жасады. Н.Г. Потанин жинаған қолжазбаларда балалар фольклорына қатысты материалдар көп кездеседі.

Ал профессор Ә. Диваевтің еңбектері де көлемді, жан-жақты зерттелуге лайық болды. Ол 1876 жылдан бастап қазақтың ауыз әдебиетін жинап, зерттеп, баспа бетінде жариялап отырған. Эпостық жырларды, ертегілерді, балалар фольклорын, шешендік сөздерді қағазға түсірді, кейбіреуін орыс тіліне аударды. Ол көбіне Сырдария, Түркістан, Шымкент, Әулие ата, Өзбекстан, Қарақалпақстан төңірегіндегі қазақ ауыз әдебиеті үлгілерін жинаған. Бесік жыры, мақал-мәтел, тұрмыс-салт өлеңдері сияқты шағын жанрлар оның мұрағатынан көп кездеседі. Ә. Диваевтың балалар фольклорына қатысты ең көп жинаған жанры – ертегілер. Ертегілерді 1883 жылдан бастап Әулие ата жерінде жинай бастаған. Ә. Диваев ертегі айтушылармен кездесіп, оларды жазып алып отырған. Ол көбінде өлең-жыр, ертегілерді айтушының өздеріне жазғызып алған.

Балалар фольклорындағы бесік жыры жанр үлгілерін алғашқы болып жинап, хатқа түсірген де Әбубәкір Диваев. Жаңылтпаштың да тұңғыш хатқа түскен үлгілерін Ә. Диваевтың жазбаларынан кезіктіруге болады. 1890 жылдары Әулие ата жеріндегі экспедиция кезінде Ә. Диваев Қожағұл деген кісімен кездесіп, одан бесік жырын жазып алады. Сөйтіп, бесік жырының бірнеше нұсқасын Түркістан бөлімшесі шығаратын «Хабаршыға» [9], 1905 жылы «Сырдария» [10] жинағына шығарады. Ал 1923 жылы «Сана» журналында бесік жырының 12 нұсқасын жариялаған болатын. Ә. Диваевтың жинаған «Бүркіт пен тасбақа» мысал өлеңі, «Бесік жыры» «Алтын абдыра» жинағында жарық көрген [11].

Халық әдебиетінен балалар фольклорына жататын мұраларды іріктеп, ғылыми жүйеге түсіріп, алғашқы болып шығарған – Ы. Алтынсарин. Оның 1879 жылы жарыққа шыққан «Қазақ хрестоматиясы» қазақ балаларының рухани мұрасына арналған алғашқы еңбек болды. Бұл кітапта балаларға лайықтаған қазақ халық әдебиетінің тамаша үзінділері молынан жинақталған. Ы. Алтынсарин балалар фольклорына жататын мұраларды іріктеп, көп жинаған. Оны жанр-жанрға топтастырып, аңыз әңгімелер, ертегілер, эпостық шығармалар, мақал-мәтелдер деп төрт жүйеге бөлген.

1910 жылы Ы. Алтынсариннің шәкірті С. Көбеевтің бастырып шығарған «Үлгілі тәржіме» [12] және 1912 жылы «Үлгілі бала» [13] еңбектеріне балалар фольклорынан өлеңдер, ертегілер және Қожанасыр туралы әңгімелері енген. Бұлардың бірқатары аудармалар. Бұл жөнінде С. Көбеев: «Үлгілі бала» хрестоматиясына Крыловтың өзім аударған мысалдарын кіргіздім, орыс классиктерінің балаларға арнап жазған қысқа әңгімелерін өзімшілеп қазақ тұрмысына лайықтап жаздым, сол сияқты қазақтың бай ауыз әдебиетін сұрыптап пайдаландым. Осымен қатар, бұл кітапқа табиғат туралы, оның әр алуан құбылыстары туралы, география, өсімдік, жануарлар туралы мағлұматтар беретін балалардың ұғымына сиымды және қызықты қысқа-қысқа әңгімелер, мысалдар кіргіздім. Әрбір әңгіменің соңына сұрақтар қойдым» [14], - деген.

Қазақ тарихын, мәдениетін, этнографиясы мен фольклорын жинап зерттеуші – А.Е. Алекторов. Ол қазақ тілін, тарихын, тұрмыс-салтын, ауыз әдебиетін жақсы білді. Осы салада көптеген зерттеу еңбектерін жазды. Оның қазақ тақырыбына арналған жүзден аса жинаған еңбегінің арасында балалар фольклорының жанрларын да кездестіруге болады. Төңкеріске дейін Ақмола, Семей, Орал облыстарының қазақ мектептерінде Ы. Алтынсариннің «Хрестоматиясымен» қатар, А.Е. Алекторов құрастырған оқу құралдары [15] да пайдаланылды.

Балалар фольклорын арнайы жинап, оны зерттеп, оған пікір айтқан ғалымдардың бірі – С. Сейфуллин. Ол балалар фольклорын әрі жинаушы, әрі зерттеуші болды. Ақын, жазушы, көрнекті қоғам қайраткері С. Сейфуллин «Жұмбақ айтыс», «Жаңылтпаш», «Балалар ойыны», «Жастық ойын, күлкі өлең-тақпақтары» деген еңбектерінде балалар фольклорына талдау жасады. Балалар ойынына байланысты туған фольклорлық жырларға кеңінен тоқталып, оның тәрбиелік мәнін ашты. «Жұмбақ айтысу – хат, жазу білмеген көшпелі елдің жастарының, балаларының жас басынан өз әлінше зейіндерін тапқыштыққа үйретіп безейтін, тәрбиелейтін тілін шеберлейтін сөзді үйлестіріп, ұйқастырып айтуға жаттықтыратын сабақ тәрізді болған» [16] - дейді. 1932 жылы С. Сейфуллин құрастырған «Қазақ әдебиеті» [17] жинағы шықты. Жазушы бұл еңбекте балалар фольклорына жататын көптеген халықтық шығармалар енгізді. Осы еңбектен кейін мектеп оқушыларының барлық оқулықтарына балалар фольклорының көптеген жанрлары енгізілетін болды.

Қазақ әдебиетінің негізін қалаушылардың бірі Ілияс Жансүгіров 1920 жылдан ауыз әдебиеті үлгілерін жинаумен шұғылданып, 1923 жылы Мәскеу қаласында «Өтірік» [18] деген кітап бастырып шығарды. Қазақ балалар фольклорына арналған бағалы жинақтардың бірі – 1926 жылы жарық көрген «Балаларға тарту» [19] кітабы. Бұл жинақта халық поэзиясының балаларға арналған үлгілері тұңғыш рет топтастырылды. Мұнда бесік жырының, тақпақтар мен сұрамақтардың, саусақ ойындарының, қызықтамалардың, жаңылтпаштар мен жұмбақтардың нұсқалары жинақталған. 1928 жылы Семейде жарық көрген «Ауылдағы жастар, жас ұландар үшін ойын» кітапшасында балалар жыры мен ойындары топтастырылған.

Осы кезде қазақ балалар фольклорының үлгілері жиналып, жарық көргенімен қатар зерттеушілердің назарына да іліне бастады. А. Байтұрсыновтың «Әдебиет танытқыш» еңбегінде «өтірік өлең», «жұмбақ», «жаңылтпаш», «тақпақ», «жарапазан», «бесік жыры» сияқты терминдер алғаш рет ғылыми айналысқа түсті. Ғалым ертегілер туралы: «Балалар әдебиеті жоқ жерде ертегі баланың рухани қиялын тәрбиелеуге көп керегі бар нәрсе, баланы қиялдауға, сөйлеуге үйретеді», – деп, жанрдың балалар фольклорында алатын орнына назар аударған.

Академик М. Ғабдуллин балалар фольклорының балалар тәрбиесіне тигізетін септігі туралы былайша пікір айтады: «Ертедегі ата-аналар өздерінің балаларын жастайынан еңбекке баулып тәрбиелегенде, олардың еңбек сүйгіш, еңбекқор және тұрмыс-тіршілікке икемді, қолынан іс келетін ер азамат болуын көздеген. Бала тәрбиелеудегі бұл мақсатына жету үшін, олар тәрбие құралының бірі етіп халықтың ауыз әдебиетін, ән-күйін көп пайдаланған. Бұлай ету бұрынғы кез үшін заңды да еді» [20]. Ғалымның бұл пікірі халықтың рухани мұрасының өміршеңдігін нақтылай түседі.

Балалар әдебиетіндегі мол мұраның тарихи қалыптасуын, дамуын әдебиеттану саласында арнайы зерттеген ғалымдардың бірі – Кенжехан Матыжанов. Зерттеушілер балалар фольклорын саралау кезінде көп жағдайда шығармалардың авторы мен орындаушыларына мән беріп, оларды «балаларға арналған үлкендер шығармалары», «үлкендер репертуарынан балалар аузына көшкен шығармалар», «таза балалар шығармашылығы» деп үш топқа бөліп қарастырып келеген. К. Матыжанов 1995 жылы шыққан «Рухани уыз» атты жинағында балалар фольклорын тұңғыш рет кең түрде зерттеді. Кітаптың алғы сөзінде қазақ балалар фольклорының құрылымы

мен жанрлық түрлеріне сипаттама беріп, балалар фольклорын мынандай топтарға жіктеп, ішкі жанрлық түрлерге бөледі:

I. Әлпештеу поэзиясы: бесік жыры, сәбилік ғұрып жырлары, мәпелеу жырлары, уату-алдарқату жырлары.

II. Жеткіншектер поэзиясы: маусымдық жырлар, арнау-тілек өлеңдері, балалар өлеңдері: тақпақ, сұрамақ. Қызықтама, өтірік өлең, мазақтама.

III. Ойындық фольклор: ойын өлеңдер - тәжікелесу, жаңылтпаш, жұмбақ.

IV. Ойынға байланысты жырлар: ойынға шақыру, қаламақ, драмалық ойындар.

Ғылым ордасының кітапханасындағы Сирек кітаптар мен қолжазбалар және М.О. Әуезов атындағы Әдебиет және өнер институтының қолжазба қорында балалар фольклорының небір тамаша үлгілері сақталған. Атап айтсақ, I. Жансүгіровтің «Өтірік» жинағының тағы бір нұсқасы «Шыбын» деген атпен институттың қолжазба қорында (1041-бума) сақтаулы. Оны Мейірман Дәркенбайұлы (1850-1887) деген ақын жырлаған екен. Қазіргі Алматы облысы, Райымбек ауданына қарасты Жіңішке деген жерде дүниеге келген Мейірманның оқыс аяқталған қыршын өмірі секілді аяқасты шығара салған бір-екі шумақ тапқыр өлеңдері мен күлдіргі әңгімелері ел ішіне кең тараған. Әкесі Дәркенбай Мүсірепұлы Жетісудағы қазақ-қырғызға тең танылған тілмәр шешен, қабырғалы би, ұзақ жылдар болыс сайланып, ата-бабаларынан мұра болып келе жатқан дәулетінің арқасында Меккеге барып, қажы атанған ірі тұлға болған. Бұл жинақ «Кер бие, торы құлын», «Торы тай» деп екі тақырыптан құралған. Тақырыптары жеке болғанымен, бүтін бір жырды құрайды. Кітаптың алғы сөзінде I. Жансүгіров: «Мейірманның «Шыбын» деген өтірігін маған айтқан, жазып берген кісіден: барлығы 12 кісі. Оның албаны да, суаны да, найманы да, дулаты да бар. Бірақ соның барлығының тәуір айтқан бір-екеуін негізге алдым да, өзгесін соның маңына тердім. Сөйтіп, бұл жинағаным өзімше сондайлардың таңдамасы» [18] деген пікір айтады.

I. Жансүгіров жырдың үзінділерін 1926 жылы Мейірман Дәркенбайұлының ауылына барған кезде жазып алған. Өтірік жырдың I. Жансүгірұлы жинағындағы нұсқасы 79 шумақтан тұрса, Ә. Ниязбеков нұсқасын 178 шумақ құрайды. Екі нұсқаның да тақырыбы, құрылысы мен сюжетінде айтарлықтай өзгешелік болмағанмен, соңғы қолжазба көркем әрі толық мәнінде сақталғандығымен ерекшеленеді.

Балалар фольклорын жинағандардың бірі – ақын, жыршы Рахмет Мәзқожаев. Халық мұраларын жинаушы ел арасынан «Қасқыр мен тырна», «Бұлбұл мен есек», «Орманнан қасқыр келді елге қашып» атты мысал өлеңдерді жазып алып институттың Қолжазба қорына (333-бума) тапсырған.

Жоғарыда аталған қолжазба қорларында Байбатыров Мұқаштың ел аузынан өз бетінше жинаған балалар фольклорының үлгілері де кездеседі. М. Байбатыров ауыз әдебиеті нұсқаларын, тұрмыс-салт жырларын, толғау-термелерді көп жинап, қолжазба қорына өткізіп отырған. Институт қорындағы 356-буманың 4-дәптерінде балаларға арналған өлеңдер де кездеседі.

Халық мұраларын жинаушы ақын, педагог – Қасиманов Садық отызыншы жылдардан бастап ел аузындағы халық туындыларын хатқа түсіріп, институт қорына тапсырып отырған қолжазбаларында қазақтың тойбастар, беташар, қыз ұзату, жаңылтпаш, бесік жыры, қарғыстар, жұмбақ өлеңдері сияқты ұсақ жанрлар көптеп ұшырысады [21]. Осы қолжазбадағы «Кетік балаға» (146-бума) деген мазақтау өлеңі «Ақ сандық, көк сандық» (1988) жинағында жарияланған. Алайда, қолжазба мен басылымдағы мәтіндерді салыстыра қарастырғанда, кейбір ерекшеліктер байқалмай қалмайды.

Мысалы, қолжазбада:

Судан шортан алып же,
Тұзды суға салып же.

Жинақта:

Судан шортан асып же,
Тұзды суға салып же.

С. Қасимановтың жинаған бесік жыры 1988 жылы Ш. Ыбыраев құрастырған «Ақ сандық, көк сандық» жинағында жарияланған. Бұл ретте де құрастырушылар жерде «бапаң» (папаң) деген сөзді «көке» сөзімен ауыстырып отырғанын көруге болады:

Қолжазбада:

Бапаң шалған беліне күміс қылыш,
Күміс қылыш қолында салып ұрыс.
Күміс қылыш беліне бапаң шалған,
Күміс қылыш жүзінен сұсы тамған.

Қорғаны боп бапаң жүр туған жердің,
Жау қашырса, ерлігі майданда ердің.

«Ақ сандық, көк сандық» жинағында:

Көкең шалған беліне күміс қылыш,
Күміс қылыш қолында салып ұрыс.
Күміс қылыш беліне көкең шалған,
Күміс қылыш жүзінен сұсы тамған.
Қорғаны боп көкең жүр туған жердің,
Жау қашырса, ерлігі майданда ердің.

Ендігі бір халық мұраларын жинаушы Мұқаш Мәжікеевтің жинаған фольклорлық материалдары да институт қорында жинақталған. Атап айтқанда, жинаушының 1982 жылы тапсырған «Өтірікке бәйге» атты ел арасынан жинаған өтірік әңгімесі «Бабалар сөзінің» 92-томында жарияланды.

Балалар фольклорының үлгісін қазақтың белгілі ақыны, ауыз әдебиетін жинаушы Сұлтанқожаұлы Майлықожаның жинақтарынан да көп кездестіреміз. Ол қазіргі Оңтүстік Қазақстан облысы, Арыс ауданы, Қожатоғай елді мекенінде туып-өскен. Мұсылманша хат таныған Майлықожа өлеңді ауызша да, жазбаша да шығарған. Ақынның жинаған мысал өлеңі, өтірік жырлары «Ақ сандық, көк сандық», «Бабалар сөзі» (72-том), «Рухани уыз» жинақтарында жарияланды.

Академик Ә. Марғұланның жинағында «Соқыр теке» ойынының түрлері кездеседі. Ойынның бірінші түрі «Кел ойнайық» жинағында, екінші түрі «Жұлдыз» (1985. № 7) журналында, үшінші түрі Р. Жұмағожина құрастырған «Ауыз әдебиеті үлгілерін балалар бақшасында пайдалану» және төртінші түрі «Ақ сандық, көк сандық», «Бабалар сөзі» (72-том) жинақтарында жарияланды.

Жазушы Ө. Тұрманжановтың шығармалары негізінен балаларға арналғаны белгілі. Ол қазақ ауыз әдебиеті үлгілерін жинаумен де шұғылданып, мақал-мәтелдерді, балаларға арналған нақыл сөздерді құрастырып, жарыққа шығарды. Жазушының ел ішінен жинаған «Сексен өтірік» өлеңдер топтамасы алғаш рет «Сексен өтірік» жинағында латын әрпімен жарияланды [22].

Халық мұрасын жинаушы Жұматаев Әлиакбар бұрынғы Ақмешіт уезінің Қармақшы ауданына қарасты Қуаңдария болысында

дүниеге келген. Жастайынан Тұрмағамбет Ізтілеуовтен және Шора молладан ескіше сауат ашқан. Ел ішінде ақындық-жыршылығымен танылған Ә. Жұматаев халық әдебиеті үлгілерін жинауға да атсалысып, кейінгі жылдарға дейін өз қолымен институт қорына өткізіп отырған. Солардың арасында балаларға арналған «Қаракұс» атты мысал өлең де сақталған (912/2-бума).

Фольклорға қатысты мұраларды мол жинаған адамдардың бірі – халық ақыны Тоқтарбаев Рахметолла. Ол хатқа түсіріп, аталған қорға тапсырған материалдардың қатарында «Түлкі мен қасқыр» аталатын мысал өлең кездеседі (1047-бума, 4-дәп.). Туындының «Қу түлкі» деген екінші нұсқасын жинаған Жақыпов Сайлаубек (914-бума, 1-дәп.). С. Жақыпов өлең нұсқасын 1983 жылы Шәпішова Майсар деген кісінің айтуынан жазып алған. Өкінішке орай, өзге құжаттық мәліметтер көрсетілмеген.

Өлең нұсқаларын салыстыра қарастырғанда, мәтіндердің жалпы мазмұны ұқсас болғанмен, көлемінде, композициялық құрылымында, сюжетінде өзгешеліктер аз емес екендігі байқалады. Мысалы, «Түлкі мен қасқыр» өлеңінің көлемі 32 шумақтан тұрса, «Қу түлкінің» көлемі 20 шумақты құрайды. Алдыңғы нұсқадағы «бөденеге» қатысты эпизод, түлкі мен қасқыр арасындағы іс-әрекеттер, диалогтар еңбеген. Сондай-ақ өзгерген сөздер, жолдар көптеп кездеседі. Дәлірек айтқанда:

Үстіме аунап ойнаушы ең тойған сайын,
Сендей ақымақ батырдың орны дайын.
Осы қазған ұраның иесі кеп,
Сойғанын жон-теріңді бір байқайын, –

деген сияқты толық шумақтар «Қу түлкі» нұсқасында қамтылмаған (Барлығы – 7 шумақ). Екі нұсқаның басталуында айырмашылық болмағанмен, соңы былайша аяқталады:

«Түлкі мен қасқырда»:

Түлкіні кетті таз ит қуып алып,
Ауызды әне салып, міне салып.
Адымын жүйрік қыран ашырсын ба,
Бас салды көк желден бір-ақ шалып.

«Қу түлкіде»:

Жігіттер, бұл түлкідей болма зәлім,
Әстілі көргенсізден алма тәлім.
«Құйрығы арамзаның бір-ақ тұтам», –
Деген сөз осы жырдан болар мәлім.

Бұл мысалдың екі нұсқасы да «Бабалар сөзінің» 92-томында жарияланды.

Қазақ балалар фольклорын жинауда үлкен үлес қосқан жинаушылардың бірі – фольклортанушы, зерттеуші, халық мұраларын жинаушы, филология ғылымдарының докторы, профессор Қыдырәлі Саттаров. Ғалым ХХ ғасырдың ІІ жартысында Қазақстанның оңтүстік өңірінен, әсіресе қазіргі Өзбекстан аумағында, Сырдария, Амудария құйылыстары бойында өмір сүрген қазақтар арасынан халық мұраларын жинауға бағытталған ондаған экспедициялар ұйымдастырған. Бүгінде институт қорында Қ. Саттаровтың ел арасынан жинаған халық әдебиеті үлгілерінің 200 жинақтан тұратын топтама жинақтары топтастырылған. Олардың ішінде бесік жыры, тақпақтар, ойын түрлерін, жаңылтпаштар, ертегілер жиі ұшырасады [23].

Шығыс Қазақстан облысы, Самар ауданында туып өскен Кәрібаев Шаяхмет ақсақал да халық әдебиеті үлгілерін жинаумен шұғылданып, хатқа түсірген материалдарын 1981 жылы аталған қорға өткізген. Қолжазбада балаларға арналған жаңылтпаштарға, мақал-мәтелдерге, мысал өлеңдерге т.б. орын берілген (879/3-бума, 52-дәп.).

Қолжазба қорларындағы балалар фольклорын толықтырған мұралардың сапын Е. Букетов атындағы Қарағанды Мемлекеттік университеті мен Қорқыт ата атындағы Қызылорда педагогикалық институтының студенттерінің фольклорлық практика кезінде жиналған материалдар екендігін де атап өткен орынды. Осы қолжазба топтамалардың ішінде жеткіншектерге арналған өлең-жырлар, аңыз-әңгімелер аз емес [24]. Бұлардан өзге 1957 жылы Тіл және әдебиет институты ұйымдастырған «Батыс Қазақстан – Гурьев» экспедициясы кезінде жиналып, бүгінде М.О. Әуезов атындағы Әдебиет және өнер институтының қорында сақталып қалған қолжазбаларда бесік жыры, тақпақ, жаңылтпаш, жұмбақтар, ойын түрлеріне қатысты фольклорлық үлгілері кездеседі (146-бума, 14-дәп.). Олар текстологиялық тұрғыда салыстырылып, «Малақай тастамақ», «Мырыш», «Ақ сүйек», «Соқыр теке», «Ұшты, ұшты» секілді ойын үлгілері «Ақ сандық, көк сандық», «Алтын абдыра», «Рухани уыз» жинақтарында жарияланды.

ХІХ ғасырдың екінші жартысынан бастап жинала бастаған қазақ балалар фольклорының үлгілері әр кезеңдерде жарияланып келді. Атап айтқанда, «Қазақ балалар поэзиясының антологиясы»

(1977), «Қазақ балалар әдебиетінің хрестоматиясы» (1980), «Өтірік өлеңдер» (1980), «Қуырмаш» (1983), «Асыл сөз» (1986) және «Мәдени мұра» Мемлекеттік бағдарламасы аясында шыққан «Балалар сөзі» сериясының 72-томында балалар фольклоры жанрының нұсқалары ғылыми тұрғыда жүйеленіп жарияланды. 2005 жылы М.О. Әуезов атындағы Әдебиет және өнер институты әзірлеген «Қазақ музыкасының антологиясы» [25] атты бес томдық жинақтың 1-томына жарапазан өлеңдерінің 16 нұсқасы мәтіндерімен және нотасымен қоса жарияланды.

Жоғарыда көрсетілген қолжазбалардың, Қазан төңкерісіне дейін түрлі басылымдарда жарияланған туындылардың негізінде ғылыми жүйелі, балалар фольклорын арнайы жинақ ретінде жарыққа шығарушылар – көрнекті фольклортанушы ғалымдар Ш. Ыбыраев пен К. Матыжанов болды. «Ақ сандық, көк сандық» (1988) атты осы басылымда тұңғыш рет балалар фольклоры ішкі жанрлық түрлерге жіктеліп, олардың ғылыми сипаты, мәтіндердің түсініктері жазылды.

«Қазақ балалар фольклорының материалдары осы жинаққа енген текстермен шектелмесе керек. Ел арасында әлі де талай тамаша үлгілердің шашырап жатқандығы даусыз. Базары мол балалық шағындағы өлең-жырларын қуана еске түсіретін адамдар, болмаса бал дәуренін қазір бастан өткеріп жатқан балалар талай қызықты сыр шертері анық. Оларды ұқыптылықпен жинау, текстологиялық сұрыптаудан өткізу, сөйтіп ғылыми бағасын беру – алдағы жауапты мақсаттардың бірі» [26. 13-б.].

Қорыта айтқанда, балалар фольклоры – ғасырлар бойы жинақталған халық мұрасы. Қазіргі таңда балалар фольклорын ел арасынан жинау, жүйеге түсіріп, балабақшалардағы бөбектер мен мектептердегі жеткіншектердің мол сұранысын қанағаттандырып отыру жұмыстары әлсіреп қалғандығы жасырын емес. Бұл ретте «Елде не көп, ән көп, әдебиет көп, күй көп. Бірақ біз ел әдебиетінің, ел өнерінің бәрінде жинап жеткізе алмай жатырмыз. Ел өнері – бізде әлі ақтарусыз жатқан қазына», – деген құлагер ақын І. Жансүгіровтің пікірі әлді де өзекті екендігін атап өткен жөн. Халық әдебиетіндегі бесік жыры, тұсау кесу жыры, тақпақ, қаламақ, санамақ, жұмбақтар, жаңылтпаштар, ертегілер, өтірік өлең, ойын жыры бәрінде де балаларды тәрбиелеуге арнала айтылған ойлар, пікірлер – ұлттық этнопедагогиканың түпнегізі болып қала беретіні де баршаға мәлім. Сондықтан әлі де болса ел ішінен балаларға қатысты фольклорлық үлгілерді жинау, ғылыми жүйелеу, сұранысқа қарай жариялау жұмыстары жалғаса береді деген сенімдеміз.

ӘДЕБИЕТТЕР:

1. Қазақ фольклорының тарихылығы. – Алматы: Ғылым, 1993. – 244 б.
2. Тәжібаев Ә. Жас ұрпаққа жақсы әдебиет жасайық. Жұлдыз, 1961, №6.
3. Қирабаев С. Балалар әдебиетінің кейбір мәселелері. «Әдебиет және искусство», 1954, №2.
4. Балаларға арналған шығармалар туралы. «Халық мұғалімі», 1954, №2.
5. Сеитов С. Илияс Жансүгіровтың балаларға арналған шығармалары. «Қазақ тілі мен әдебиеті» журналы, 1958, №1.
6. Сахариев Б. Балалар әдебиетінің тәрбиелік мәні. «Халық мұғалімі». 1950, №7.
7. Ғабдуллин Н. Орынсыз сөз ойландырар болар. «Қазақ әдебиеті», 1960, 8-сәуір.
8. Радлов В.В. Образцы народной литературы тюркских племен. Ч.3. Спб., 1870. – С. 55-57.
9. «Известия Туркестанского отдела РГО», 1900 г. – Т.2.
10. Сборник материалов для статистики Сыр-Дарьинской области. 1905г., вып.,XII
11. Алтын Абдыра. Қазақ балалар ауыз әдебиеті. Құрастырған О.Асқар. – Алматы: «Балауса» баспасы, 2007. – 496 бет.
12. Көбеев С. «Үлгілі тәржіме». – Қазан, 1910.
13. Көбеев С. «Үлгілі бала». – Қазан, 1912.
14. Көбеев С. Орындалған арман. – Алматы, 1954. – 103-бет.
15. «К мудрости ступенька». – Москва, 1881. «Киргизская хрестоматия» ч.1. – Оренбург, 1889.
16. Сейфуллин С. Шығармалары VI том. – Алматы, 1964. – 254-бет.
17. Сейфуллин С. «Қазақ әдебиеті». – Алматы, 1932.
18. Жансүгіров І. «Өтірік». Ел әдебиетінен жинақ. – Москва, 1927.
19. «Балаларға тарту». Еңбек мектептерінде әліппеден соң оқылатын оқу құралы. – Қызылорда, 1926.
20. Ғабдуллин М. «Ата-аналарға тәрбие туралы кеңес». – Алматы, 1966. – 13-б.
21. ӘӨИ.Ш. 136, 146, 344, 367, 388, 404, 408, 411, 475, 622, 626, 838.
22. Сексен өтірік. //Құраст.: Ә.Тұрманжанов. Балалар әдебиеті секторы. – Алматы, 1937.
23. ӘӨИ.Ш. 920/13, 920/56, 920/112, 920/117, 920/118, 920/136, 920/137, 920/139, 920/140
24. ӘӨИ.Ш.921, 929, 930, 931, 937, 955, 963-бумалар
25. Ақ сандық, көк сандық. Құр. Ш. Ыбыраев. – Алматы: Жазушы, 1988.

ҒТАМР
13.20.25

Жандос ӘУБӘКІР

«Қазқайтажаңарту» РМК Бас директоры

РУХАНИ ЖАҢҒЫРУ ЖӘНЕ БҮГІНГІ ҰРПАҚТЫҢ ІЗГІ МІНДЕТІ

Аңдатпа. Мақалада мемлекеттік бағдарламалардың шеңберіндегі Қазақстанның мәдени-тарихи ескерткіштерінің қалпына келтіруінің процесі қаралады. Соның ішінде автор мәдени-тарихи ескерткіштерді туризм арқылы экономикалық дамудың жаңа форматы сапасында шығатын территория мен бөлек аймақтың ерекше ресурсы сияқты бағалайды.

Түйін сөздер: *архитектуралық мұра, мәдени-тарихи ескерткіштер, мәдени мұра*

Жандос ӘУБӘКІР

РУХАНИ ЖАҢҒЫРУ И БЛАГОРОДНАЯ МИССИЯ СОВРЕМЕННОГО ПОКОЛЕНИЯ

Аннотация. В статье рассматривается процесс реставрации культурно-исторических памятников Казахстана в рамках государственных программ. В том числе автор расценивает культурно-исторические памятники как специфический ресурс территории и отдельного региона, которое может выступать в качестве нового формата экономического развития посредством туризма.

Ключевые слова: *архитектурное наследие, культурно-исторические памятники, культурное наследие*

Zhandos AUBAKIR

RUKHANI ZHANGYRU AND THE NOBLE MISSION OF THE CONTEMPORARY GENERATION

Abstract. This article considers the process of restoration of cultural and historical monuments of Kazakhstan within state programs. Moreover, the author regards cultural and historical monuments as a specific resource of a territory or a certain region, which can serve as a new format of economic development through tourism.

Keywords: *architectural heritage, cultural and historical monuments, cultural heritage*

Бабаларымыздың найзаның ұшымен, білектің күшімен қорғап, Алтай мен Атыраудың арасында, Алатау мен Ұлытаудың, Қаратау мен Шыңғыстаудың, Есіл мен Ертістің бойында аманатқа қалдырған ұлан-байтақ жеріміз тарих және мәдениет, сәулет ескерткіштеріне бай. Елімізде 25 000-нан астам тарихи-мәдени ескерткіш бар. Халқымыздың сан ғасырлық тарихынан сыр шертер мәдени мұраларымызды – көне ескерткіштер мен тарихи нысандарды жасампаз уақыт көшімен ілестіре келер ұрпаққа жеткізу – қасиетті парызымыз. Әсіресе Президент Н. Ә. Назарбаевтың «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» атты бағдарламалық мақаласы жарияланған соң, мәдени-рухани қазыналарымызды қайта жаңғырту жұмыстары жандана түсті. Осы орайда ұлттық маңызға ие киелі орындарымызды кәсіби тұрғыда күтіп-баптаудағы Мәдениет және спорт министрлігіне бағынышты «Қазқайтажаңарту» республикалық мемлекеттік кәсіпорнының атқарып келе жатқан қызметі айрықша.

Тарихы 1972 жылдан бастау алатын «Қазқайтажаңарту» кәсіпорны қызметінің негізгі бағыттары сан саланы қамтиды. Айта кетсек, мамандарымыз тарих, мәдениет және сәулет ескерткіштерін жөндеу, қайта қалпына келтіру, мұражайландыру, ғылыми зерттеулер жүргізу бойынша кешенді жұмыстарды жүзеге асырады. Бұдан бөлек, регенерациялау, консервациялау сынды мамандандырылған реставрациялық шаралар да негізінен кәсіби біліктілікті қажет ететін болғандықтан, тікелей «Қазқайтажаңарту» мекемесінің араласуымен іске асырылады. Жалпы кәсіпорын қызметінің басты мақсаты да – ғылыми негізде мәдени мұраны сақтау және дамыту. Ең алғаш жұмысын трест ретінде бастаған мекеме бүгінде керегесі кеңейе түсіп, өңірлік бөлімшелер де (Тараз, Түркістан, Қызылорда, Орал) реставрациялық қызметке атсалысып келеді. Сондай-ақ Алматыда арнайы ғылыми-зерттеумен айналысатын ғылыми-зерттеу және жобалау бөлімі жұмыс істейді.

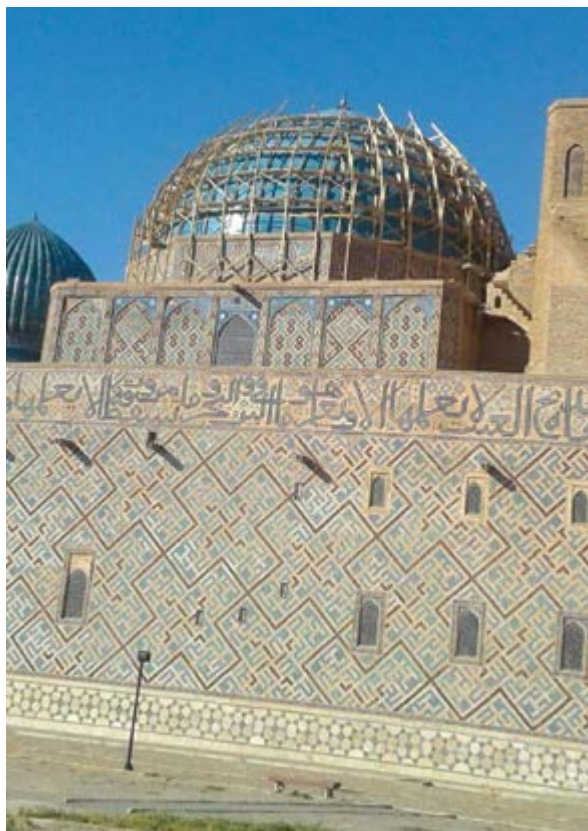
Қандай да бір нысанды қайта жаңғырту барысында тастан қашалған, ағаштан жасалған, керамикалық, зергерлік, құймалы бұйымдар мен жиһаздарды және тағы басқа көптеген жәдігерлері қайта жаңғырту қажеттігі туындайды. Қазіргі таңда кәсіпорын қарамағында Алматыда осы аталған жұмыстарды іске асыруға пайдаланатын және қосымша пластик есік-терезе дайындайтын шеберханалық цех, Түркістанда қыш құятын зауыт бар.

«Қазқайтажаңарту» кәсіпорны еліміздегі республикалық маңызы бар ескерткіштердің жай-күйін үнемі бақылауда ұстап, мониторинг жасап отырады. Мәдени құндылықтар табиғи құбылыстардың, не адами фактордың әсерінен бұзылып жатқан жағдайда, жөндеу жұмыстары жоспарға қойылады.

Кейінгі жылдары кәсіпорын «Мәдени мұра» бағдарламасы аясында 150-ге жуық ескерткішті қайта жаңартты. Осы арнадағы жұмыстар қазіргі таңда Мәдениет және спорт министрлігінің стратегиялық жоспары аясында жалғасын тауып келеді. Тарихи, мәдени ескерткіштерді қайта жаңғырту бойынша жұмыстардың Мысыр, Сирия, Моңғолия, Ресей, Қырғызстан сынды шет елдерде де жүргізілгендігі – ұлттық құндылықтарымызға деген мемлекеттік қамқорлықтың бір көрінісі. Сондай-ақ, мысалы, қазақтың бас ақыны Абай Құнанбайұлының Мәскеу қаласында орнатылған ескерткіші де өңделіп, қайта жаңғыртылды.

Тарих және мәдениет ескерткіштерінің саны жағынан ТМД елдері арасында алғашқы бестікке енеміз. Бұл – жалаң мәдени фактор емес, шын мәнінде, ел мен жер тұтастығын айғақтайтын, мемлекеттігіміздің бай тарихын паш ететін маңызды тарихи негіздеме. Сондықтан да, осы нысандарда жоспарлы реставрациялық жұмыстарды тұрақты жүргізуге ғылыми, мәдени, саяси-идеологиялық тұрғыда жете назар аударылуы заңды.

Бүкіләлемдік және республикалық маңызы бар тарих және сәулет ескерткіштері кәсіпорын мамандарының жіті назарында. Өткен жылы аты қазақ жұртшылығына ғана емес, әлемге мәшһүр Арыстан баб және Қожа Ахмет Ясауи кесенелері, Абай Құнанбайұлының мемориалдық кешенінен бастап Қазақстанның барлық аймақтарындағы бірқатар қорымдар, мешіттер, сәулет кешендері мен көне қалашықтарға қайта жаңғырту жұмыстары жүзеге асырылды.



1-сурет. Қожа Ахмет Ясауи кесенесіндегі жоспарлы қайта жаңғырту жұмыстары

Ал үстіміздегі жылы 23 нысанға жоспарлы қайта жөндеу жұмыстарын жүргізілу көзделіп отыр. «Қазқайтажаңарту» кәсіпорнының жұмыс бағыттарының бірі – қала құрылысы және сәулет ескерткіштерін қалпына келтіру. Осыған орай Қожа-Ахмет Ясауи кесенесіне әр жыл сайын жөндеу жұмыстары жүргізіліп, нысанның жағдайы мамандарымыздың жіті назарында болады. Әйгілі кесененің Бүкіләлемдік мәдени мұралар тізіміне енуі де салмақты міндеттердің арта түсерін білдіреді.

Биылғы жылы Арыстан баб кесенесінде, Қозы Көрпеш – Баян сұлу мазарында, Абай Құнанбайұлының мұражай-үйі мен «Абай – Шәкәрім» мавзолейінде, Аппақ Ишан сәулет кешенінде, Ағынтай – Қарасай батырлардың мемориалдық кешенінде жоспарлы реставрациялық жұмыстар кезең-кезеңімен орындалып жатыр.



2-сурет. «Абай – Шәкәрім» мавзолейі



3-сурет. Аппақ Ишан архитектуралық кешенінде темірбетон тақталарын және қарсыкөрмелерді орнату жұмыстары



4-сурет. Ағынтай – Қарасай батырлардың мемориалдық кешеніндегі қайта жаңарту жұмыстары

Тағы бір бағыт – археология ескерткіштерін қайта қалпына келтіру. Яғни көне қалалар бойынша жұмыстар жүргізу. Отырар, Сауран, Түркістан, Күлтөбе, Сарайшық қалашықтарының бастапқы қалпын сақтау үшін бірқатар шаруалар атқарылды. Сонымен бірге осы жылы Сығанақ, Талғар, Басқамыр, Шілікті қалашықтары, Сисем ата, Көне Бейнеу, Шақпақ ата, Қараман ата қорымдары мен Бекет ата мешіті, Ақыртас сәулет-археологиялық кешені сынды тарихи жерлерде қалпына келтіру жұмыстарын жүргізілу жоспарланған.



5-сурет. Сығанақ қалашығы

Археологиялық тұрғыдан зерттелген жерлерге консервациялық жұмыстар жасалып, көне қалашықтар қалпына келе бастады. Мысалы, бір ғана қақпа орнатудың өзі ескі мәліметтер мен жазбаларды жинақтап, сол қақпаға қатысты зерттеу жүргізуді қажет етеді. Жалпы мәдени ескерткіштерді, ғимараттарды, тарихи жәдігерлерді қайта қалпына келтіру жұмыстарын жүргізу барысында міндетті түрде архивтердегі ғылыми құжаттар зердеден өткізіледі; мамандарымыз зерттеушілермен, ғалымдармен біріге отырып жұмыс істейді. Зиялы қауым өкілдерінің пікірлері, ел аузында сақталған аңыз-әңгімелер назардан тыс қалмайды. Осылайша, жобалаушылар елімізден, шетелдерден табылған деректермен мағлұматтарға сүйенеді. Сәулетшілер мен құрылысшылар ғылыми негізде жасалып ұсынылған жобадан ауытқымай, оны қатаң түрде басшылыққа алады. Кесенелерде кездесетін әр тасқа, әр оюға, ондағы кішкентай ерекше дүниеге ұқыптылықпен қарап, сол стильді қалпына келтіру жұмысымыздың негізгі бөлігі болып табылады.

Тағы бір маңызды жайт реставрациялық жұмыстар барысында қолданылатын материалдарға қатысты. Қайта жаңарту жұмыстарының негізгі ерекшелігі: көне қала, кесене немесе ескерткіштің бастапқы құрылыс материалының негізі басшылыққа алынады. Осы орайда Түркістан қаласындағы кірпіш зауытымыз көне қалашықтар мен кесенелердің құрылысына қажетті реставрациялық материалдарды өндірумен айналысады. Әр кірпіш әр ескерткіштің өзіндік ерекшелігіне қарай лайықтап өндіріледі.

Бүгінгі таңда тарихи, мәдени ескерткіштерді қалпына келтіру жұмыстары аясында бірқатар мәселелер бар. Өкінішке орай кейде қайта қалпына келтіру жұмыстарымен жекелеген компаниялар да айналысып жатады. Олардың тарихи құндылықтан көрі, нысанның сыртқы көрінісіне баса назар аударып, оның жылдар бойы сақталып келген бейнесін бұзып, заманауи қалыпқа салатындары да кезігеді. Осылайша, тарихи куәсі болған мұраларымызға айтарлықтай нұқсан келтіріліп жатады.

Тағы бір түйткілді мәселе – білікті мамандардың тапшылығы. Реставраторлар өте қажет. Қазіргі кезде жұмыс істеп жатқан мамандардың кәсіби біліктілігін арттыру мақсатында өзге елдермен шығармашылық байланыс орнатып, тәжірибе алмасуға ерекше көңіл бөлінеді.

Қазіргі уақытта ҚР Мәдениет және спорт министрлігінің тапсырмасымен Тарих және мәдениет ескерткіштеріне ғылыми-

реставрациялау жұмыстарын орындау үшін нормативті бағалау Ережесі дайындалып жатыр. Осыған орай мамандарымыз аталған маңызды құжатты дайындау үшін өзге мемлекеттерге барып, арнайы семинарларға да қатысып, біліктіліктерін жетілдіріп қайтты.

Осы тақырыпта өткен жылы кәсіпорынның ұйымдастыруымен Алматыда халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция да өткізілді. Қазақстанның Кедендік Одақ аясындағы Ресей, Беларусь елдерімен және Орталық Азия елдерімен тарихи қалыптасқан ынтымақтастығын ескере отырып, посткеңестік кеңістіктің өкілдерін халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция жұмысына қатысуға шақырдық. Беларусь, Тәжікстан, Өзбекстан, Қырғызстан сынды мемлекеттердің тарихшы, реставратор мамандары қатысқан конференция негізінен нормативтерді әзірлеу барысындағы өзекті мәселелерді талқылауға, пікір алмасуға бағытталды.

Дегенмен маман тапшылығын алға тартып, жұмысты кейінге шегеріп отыруға болмайды. Мүмкіндігінше сапалы нәтижеге қол жеткізу – басты талап.

Сөзімізді түйіндер болсақ, тарихи-мәдени маңызы бар көне нысандардың басты құндылығы олардың табиғилығында – өткен ғасырларға тән сипаттың дәл сол қалпында сақталуында. Мысалы, Қожа-Ахмет Ясауи кесенесіне жылына миллиондаған саяхатшы келеді. Себебі саяхатшыларға бабаның қадірі мен кесененің құрылысы және сол ғимараттың қаз қалпында сақталғаны қызық. Сол кесененің алдында ұзын-ұзын тақтайшалар бар. Бір қарағанда, аяқталмаған құрылыс жұмыстарының көрінісі тәрізді көзге шалынары сөзсіз. Бірақ олар – сол ескі заманның кейпін сақтап қалғандығымен бағалы.

FTAMP
13.01.73

Мәдениет және спорт министрлігі

ҚАЗАҚСТАН МӘДЕНИЕТІНІҢ ДАМУЫ ТУРАЛЫ АНЫҚТАМАЛЫҚ АҚПАРАТ

Аңдатпа. Бұл мақалада егемендік алған сәттен бастап Қазақстанның мәдениет саласының дамуына шолу жасалады. Атап айтқанда, оқырман назарына мәдениет саласын дамытудағы қолдау бойынша тұжырымдамалық бағдарламаларды дайындау, мәдени-көпшілік объектілерінің құрылысы, киноиндустриясы саласының қалыптасуы, мәдениет саласындағы ағымдағы жобаларды, сондай-ақ жастарға білім беру әлеуетін іске асыру ерекшеліктері ұсынылады.

Түйін сөздер: Рухани жаңғыру, мәдени мұра, мәдениет саласының дамуы, қазақстандық кино, кітапхана, оқу барысы

Министерство культуры и спорта СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О РАЗВИТИИ КУЛЬТУРЫ КАЗАХСТАНА

Аннотация. В данной статье приводится обзор развития сферы культуры Казахстана с момента обретения независимости. В частности, вниманию читателя представлены особенности подготовки концептуальных программ в поддержку развития культуры, строительства культурно-массовых объектов, становления сферы киноиндустрии, реализации текущих проектов в культурной сфере, а также образовательного потенциала молодежи.

Ключевые слова: Рухани жаңғыру, культурное наследие, развитие культуры, казахстанское кино, библиотеки, учебный процесс

Ministry of Culture and Sports REFERENCE INFORMATION ON THE DEVELOPMENT OF KAZAKHSTAN'S CULTURE

Abstract. This article provides an overview of the development of culture in Kazakhstan since gaining the independence. In particular, the specific features of preparing conceptual programs aimed at the development of culture, construction of large-scale cultural facilities, development of the movie industry and the educational potential of youth are presented to the reader.

Keywords: *Rukhani Zhangyru (Рухани жанғыру), cultural heritage, development of culture, Kazakhstani movies, libraries, learning process*

Өзінің егемендігі жылдарында Қазақстан қарқынды дамушы экономикасы, табысқа қол жеткізудің өзіндік тәжірибесі бар саяси тұрақты мемлекет ретінде қалыптасты. Елбасының басшылығымен барлық салаларда түпкілікті өзгерістер орын алды. Қазақстанға әлемнің ең дамыған 30 елінің қатарына ілесуге мүмкіндік беретін жаңа ғасыр экономикасының берік негізі қаланды.

Осы жолы да Елбасы саясатының арқасында «Рухани жаңғыру» -қоғамдық сананы ауқымды жаңғырту ретінде алынған мемлекеттің саяси және экономикалық жаңғыртуының екі маңызды үдерісі бастау алды. 2017 жылдың 17 қазанында Париждегі ЮНЕСКО Штаб-пәтерінде «Рухани жаңғыру» бағдарламасы салтанатты түрде ұсынылып, оны барлық еуропалық қоғам шабытпен қабылдады. Қазақстанның жаңғыру моделіне, оның қағидаттары мен міндеттеріне халықаралық сараптамалық ортада кең ауқымды баға беріліп, түсіністікке ие болды. Олар әлемнің мәдени активтерді сақтау саласындағы жетекші халықаралық ұйым болып табылатын ЮНЕСКО-ның жаһандық бастамаларымен анық үйлесімдік тапты.

Ел басшылығы белгілеген мәнмәтінде тәуелсіздік жылдарындағы мәдениет саласының негізгі жетістіктері анықталды. 1991 жылы елде 45 театр, 87 мұражай жұмыс жасап, бірде-бір концерттік ұйым болмаған еді және осы кезде кітапханалар, кинотеатрлар мен клуб ұйымдары бірінен соң бірі жабылып жатты. Ұлттық мәдениет саласын одан әрі дамытудың негізгі басымдықтары анықталмады. Алғашқы 5 жылдың ішінде Мәдениет, тарихи және мәдени мұраны қорғау туралы Заң қабылданды. Осы мақсатта Мәдениетті қолдаудың 1998–2000 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы, Қазақстан Республикасында театр қызметін дамыту және қолдау тұжырымдамасы, Алматы қаласының мәдени инфрақұрылымын 2005 жылға дейін дамыту бағдарламасы қабылданды.

Тәуелсіздік жылдары мәдениет саласындағы сөзсіз жетістіктермен, тіршіліктің осы саласын мемлекеттік қаржыландырудың күрт азаюымен байланысты проблемалар қатар жүрді. 2003 жылы Қазақстан халқына Жолдауында Елбасы Қазақстанның керемет мәдени мұрасын зерттеудің біртұтас жүйесін құруға бағытталған және «Мәдени мұра» мәдени және архитектуралық ескерткіштерді жасаудың арнайы мемлекеттік бағдарламасын әзірлеуді тапсырды. Ұлттық стратегиялық жобаға айнала отырып, «Мәдени мұра» 8 жыл іске асырылу уақытында (2004–2011 жылдарда) отандық тарихи және мәдени ескерткіштерді толықтай түгендеуге және Республикалық (218 объект) және жергілікті (11 277 объект) маңызы бар ескерткіштердің тізімін жасауға мүмкіндік берді.

«Мәдени мұра» шеңберінде барлығы (1-сурет):

- 78 тарих және мәдениет ескерткіштері қалпына келтіріліп, жанартылды;

- 60-тан астам археологиялық қазба жұмыстары және ғылыми-қолданбалы зерттеулер жүргізілді;

- Қытайға, Түркияға, Моңғолияға, Ресейге, Жапонияға, Мысырға, Өзбекстанға, Арменияға, сондай-ақ АҚШ пен Батыс Еуропа елдеріне жасалған ғылыми-зерттеу экспедициялары нәтижесінде Қазақстан тарихы, этнографиясы, өнері туралы бұған дейін отандық ғылыми орталарда белгісіз болған 5 мыңнан астам құнды мұрағаттық құжаттар, қолжазбалар және баспасөз басылымдары жарыққа шықты;

- бір жарым миллион тиражбен шығарылған 537 атауы бар кітап шығарылды, олардың арасында тарих, археология, этнография жөніндегі бірегей топтамалар мен жаңа энциклопедиялық сөздіктер болды;

- аса маңызды тарихи орындар және ұлттық мәдениет мұрасы туралы 20-дан астам деректемелік фильмдер жарық көрді.

Бүгінде «Мәдени мұра» анағұрлым ауқымды және мазмұнды форматқа ауысып, 2017 жылдан бері бастау алған «Рухани жаңғыру» бағдарламасына ұласты.



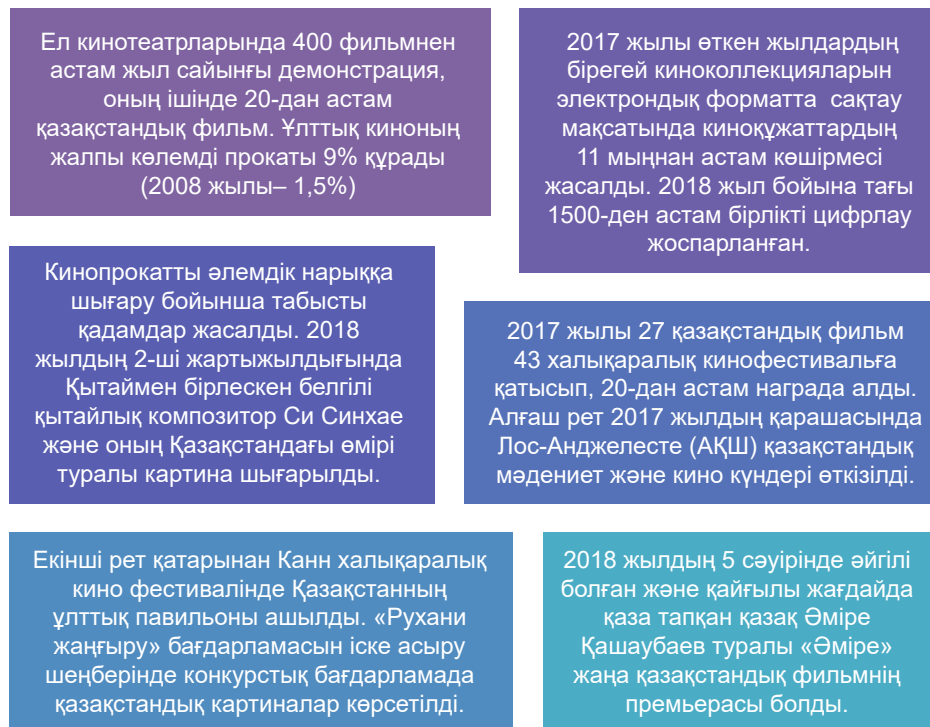
1-сурет. «Мәдени мұра» бағдарламасын іске асыру.

2009 жылы «Қазақфильм» АҚ жаңғырту аяқталды, көркемдік, деректемелік және анимациялық фильмдердің заманауи технологиялық толық тізбегі қамтамасыз етілді. Ауқымды жаңғырту нәтижесінде компанияда түрлі жанрлар мен форматтардағы фильмдерді түсіруге мүмкіндік беретін заманауи және жоғары класты жабдықтары бар. Бұнымен қатар, пост-өндіріс технологиялық циклы жасалды.

Кинобазаның өндірістік қуаты – жылына прокатқа шыққан 100-ден астам фильмнен және прокатқа шығарылған 20 кинокөріністен тұрады. Соңғы 10 жылда «Қазақфильм» киностудиясының 206 картинасы 208-ден астам фестивальдер мен әлемнің 52 елінде халықаралық көрсетілімдердің қатысушысы болды.

Бүгінгі таңда саланы одан әрі дамыту, ұлттық фильмдердің сапасын және бәсекеге қабілеттілігін, кинокөрсетілімдердің халық үшін қолжетімділігін, киноиндустрияның ашықтығы мен инвестициялық тартымдылығын арттыру, кең ауқымды шетелдік нарыққа шығару, әлемнің жетекші кинокомпанияларымен бірлескен өнімдерді жасау үшін «Кинематография туралы» Заң жобасы әзірленді.

Кинематограф бағытында келесі нәтижелерге қол жеткізілді (2-сурет):



2-сурет. Қазақ киносының соңғы беталысы

Мәдени-көпшілік объектілерді дамыту.

Тәуелсіздік жылдары Елбасының қолдауымен заманауи мәдени мұраның елеулі көлемі құрылды. Елде 25 жаңа театр мен концерт залдары, шамамен 1000 жаңа мұражай және кітапханалар ашылды. Статистикаға сәйкес бүгінде елде (3-сурет) шамамен 8 мың мәдениет объектісі, оның ішінде 68 театр, 238 мұражай, 4 мыңнан астам кітапхана, 3 мыңнан астам мәдени-ойын-сауық ұйымдары, 96 кинотеатр және т.б. құрылды.



3-сурет. Мәдени-көпшілік объектілерінің саны

Еліміздің Президентінің тапсырмасы бойынша Астанада ең алғаш рет Орта Азиядағы ең ірі мұражай Қазақстанның ұлттық тарихи мұражайы ашылды. Онда 74 мың квадраттық метрге созылған бұрынғы заманнан бастап, қазіргі күнге дейінгі Қазақстанның археологиялық, этнографиялық, тарихи-мәдени ескерткіштері жинақталды. Бүгінде мәдени саясаттың іске асырылушы тұжырымдамасының шеңберінде елдің барлық орталық мұражайлары маңызды ғылыми, білім беру, зерттеу және коммуникация орталықтарына айналууда. Бүгінгі таңда елде 238 мұражай жұмыс жасайды, оның ішінде 6 республикалық деңгейде (4-сурет):

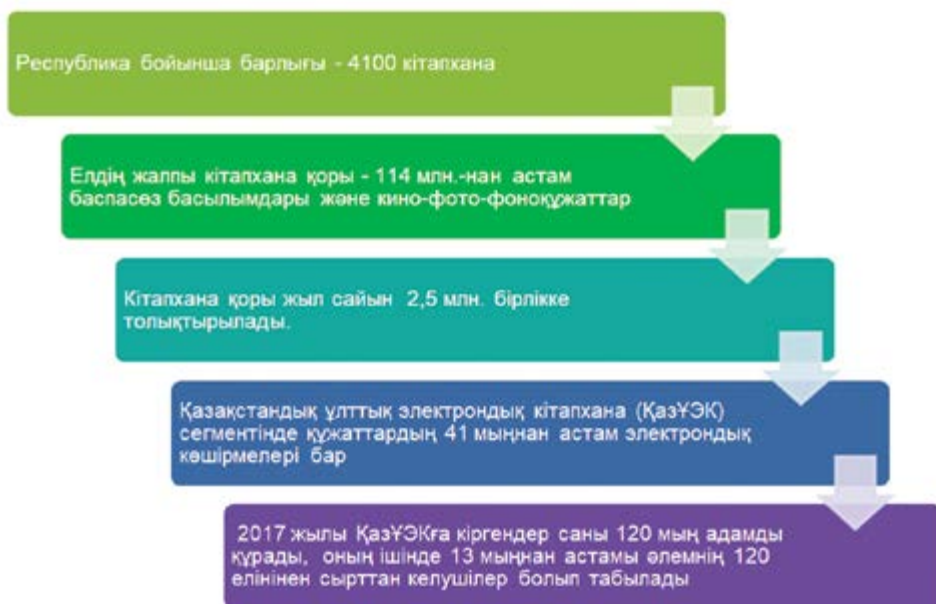


4-сурет. Қазақстандағы республикалық деңгейдегі мұражайлар

Өз мүмкіндіктері бойынша әлемнің жетекші театрларынан кем түспейтін «Астана Опера» барлық еуразиялық кеңістіктегі классикалық өнердің қолбасшысына айналды. Оның сахнасында ең үздік әлемдік деңгейдегі орындаушылар мен ұжымдар өнер көрсетеді, олардың қатарында шығармашылығына бүкіл «классикалық» әлем қызығатын Пласидо Доминго, Ла Скала, Мариинский театры бар. Елбасының қолдауы бойынша Астанада әлемде теңдесі жоқ «Астана Балет» Ұлттық хореография академиясы құрылды. Ол таланттарды «мектептен бастап үлкен сахнаға дейін» жетелейтін үздіксіз дайындықты қамтамасыз етеді. Жоғары деңгейдегі сұранысқа қол жеткізуіне байланысты отандық театрлар әлемнің ең үздік сахналарында өнер көрсетіп келеді. Жыл сайын еліміздің театрларында 16 мыңнан астам спектакльдер қойылады, олардың ішінде 360 жаңа қойылымдар болып табылады.

Сонымен қатар, шығармашылық жастарды дайындау үшін елордада алғаш рет Қазақ ұлттық музыка академиясы мен Қазақ ұлттық өнер университетінің бірегей ғимараттары салынды. Еліміздің 20 жылдық мерейтойын мерекелеу шеңберінде Астананың ең үздік шығармашылық қуаттары, «Астана Опера», «Астана Балет», «Қазақконцерт» театрларының ұжымдары республиканың барлық өңірлерінде өздерінің ең үздік жұмыстарын толыққанды дайындықпен ұсынды. Жыл бойына бүгінде елорданың жетекші зияткерлік орталығына айналған Ұлттық Академиялық кітапхана және Ұлттық мұражай ең үздік экспозициялары мен көрмелерін ел ішінде ұсынды. Аталмыш академия қорында 7 миллионнан астам басылым сақталған.

Кітапхананың бастамасы бойынша өңірлік электрондық хаб құрылып, шетелдік аудиторияға шығу мүмкіндігі қамтамасыз етілді – Қытайда, Түркияда, Ресейде, Финляндияда, Кореяда, Арменияда, Малайзияда, Венгрияда және Қырғызстанда қазақ әдебиеті орталықтары ашылды. «Кітапхана туризмі» халықаралық жобасы алғаш рет іске қосылды. Кітапханаларды дамыту бағытында келесі үрдістер байқалады (5-сурет):



5-сурет. Кітапханаларды дамыту саласындағы соңғы үрдістер

Мәдениетті дамытуды қолдаудың тұжырымдамалық бағдарламалары.

2014 жылы Елбасы «Қазақстан жолы – 2050: бір мақсат, бір мүдде, бір болашақ» Қазақстан халқына жолдауында елдің бірыңғай мәдени кеңістігін дамытуға, бәсекеге қабілетті мәдени менталдылықты және қазақстандықтардың жоғары рухани деңгейін қалыптастыруға, экономиканы табысты дамытуға және оңтайлы халықаралық имиджді қалыптастыруға ықпал ететін заманауи мәдени кластерлерді дамытуға бағытталған ұзақ мерзімдік бағдарламалық құжат – Қазақстан Республикасының Мәдени саясатының тұжырымдамасын әзірлеуді тапсырды. Бүгінгі таңда аталмыш Тұжырымдаманы іске асыруда келесі нәтижелерге қол жеткізілді (6-сурет):



6-сурет. Қазақстан Республикасының Мәдени саясаты тұжырымдамасын іске асыру нәтижелері

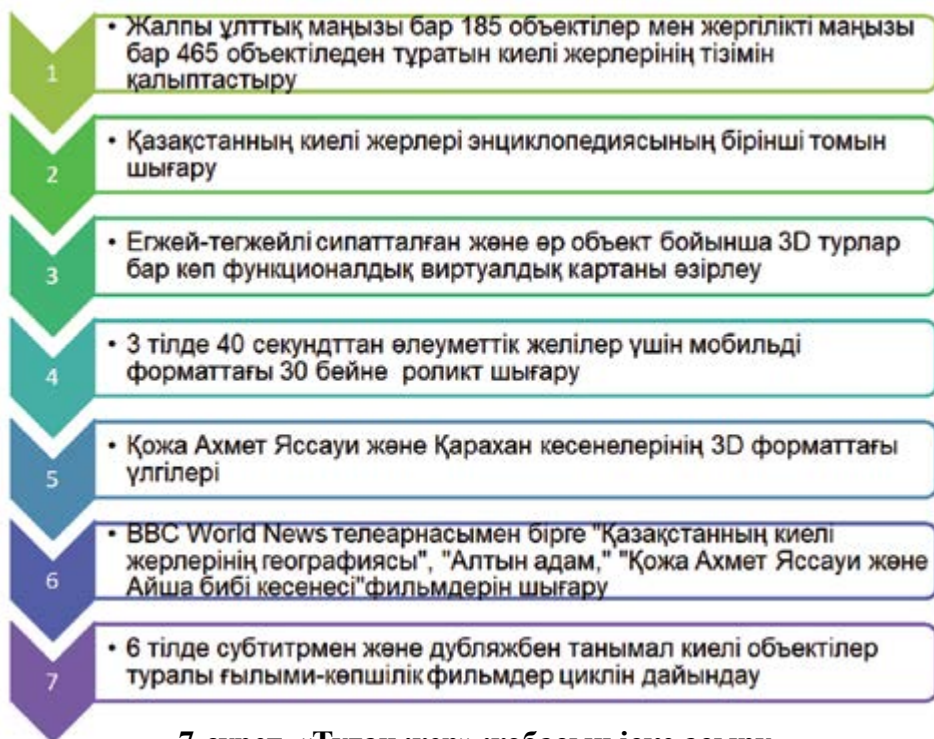
Талдау салада қабылданған бағдарламалық құжаттардың қайтадан қосылған театрлар санының 42,2%-ға, мұражайлар санының 2,7 есеге, спектакльдер мен жаңа қойылымдар санының 2 есе артуына, мұражайға келушілер санының 1,8 есе артуына себеп болғанын көрсетті.

Тәуелсіздік алғаннан бері Қазақстанның ЮНЕСКО мәдени мұра тізіміне енгізу жұмыстарын күшейткенін айта кету керек. Бұнда Қожа Ахмет Яссауи мұржайы, Тамғалы петроглифы, Ұлы Жібек жолының Жетісу бөлігінің объектілері сияқты бірегей ескерткіштер, сондай-ақ «Айтыс», «Дәстүрлі қазақ күйлерін орындау өнері», «Ағаш үй дайындау», «Наурыз», «Аң аулайтын құстармен аңға шығу», «Күрес» және басқа да материалдық емес активтер енгізілді.

Қазақстан жүргізіп отырған қоғамдық және мәдени өмірдегі ауызбіршілік және келісім саясаты шеңберінде БҰҰ Бас Ассамблеясы қабылдаған дін аралық және мәдениет аралық диалогты қолдау жөніндегі резолюция шеңберінде Алматы қ. мәдениеттерді жақындату орталығы құрылды және орталыққа ЮНЕСКО эгидасымен II-санатты мәртебе берілді. 2018 жылы «Қазақстан халықтарының Ассамблеясы туралы» Заң бекітілді. Бұл Заңмен оның миссиясы мен этномәдени бірлестіктерді мемлекеттік қолдау мүмкіндіктері кеңейтілді.

2018 жылы «Төртінші өнеркәсіптік революция жағдайындағы дамытудың жаңа мүмкіндіктері» Жолдауында Елбасы экономиканы, саясатты және қоғамдық сананы одан әрі жаңғырту бойынша 10 басым міндетті анықтады. Елбасы атап көрсеткендей: «Өзінің тарихын, тілін, мәдениетін білетін, сондай-ақ заманына лайық, шет тілдерін меңгерген, озық әрі жаһандық көзқарасы бар қазақстандық біздің қоғамымыздың идеалына айналуға тиіс».

2017 жылдан бастап «Рухани жаңғыру» қоғамдық сананы жаңғырту бағдарламасы іске асырылуда, оған «Мемлекеттік тілдің латын әліпбиіне ауысуы», «Жаңа гуманитарлық білім. Қазақ тіліндегі 100 жаңа оқулық», «Туған жер», «Қазақстанның киелі жерлерінің географиясы», «Қазақстанның 100 жаңа тұлғалары» және «Жаһандық әлемдегі заманауи қазақстандық мәдениет» сияқты арнайы жобалар енгізілді. Өткен жылы біз ауқымды және іргелі жұмыстарға кірістік. «Рухани жаңғыру» бағдарламасының шеңберінде бүгінде әлемдік қауымдастықтың назарына елдің киелі жерлер объектілері алынды. ҚР Мәдениет және спорт министрлігі (бұдан әрі - Министрлік) елдің жоғары ұлттық және халықаралық мүддесі объектілеріне айналуы тиіс «Қазақстанның киелі жерлерінің географиясы» - киелі жерлер белдеуін жасауға кірісті. Осы кезеңде құрылған «Туған жер» өлкетанушылардың республикалық бірлестігі шеңберінде (7-сурет) келесі нәтижелерге қол жеткізілді:



7-сурет. «Туған жер» жобасын іске асыру

Мәдениет саласын дамыту мақсатында іске асырылатын жобалар.

2017 жылы алтын адам шеруі басталды. Көрме жобасы бағыты Шығыс және Оңтүстік Шығыс Азия, Еуропа, АҚШ, Грузия, Түркия, ТМД елдерін қамтиды.

Маңызды қадам мәдени-тарихи мұраның бірегей объектілеріне келушілерді қызықтыруға жағдай жасау маңызды қадам болып табылады. Елде 11,4 мың мәдени-тарихи мұра объектілері бар, олардың ішінде 221 – республикалық маңызда.

Өткен жылдан бері біз «Ұлытау», «Отрар», «Таңбалы» мұражай-қорықтарға сапар шегу орталықтарын құру жұмыстарын жүргізудеміз. Бұл сияқты жұмыс Солтүстік, Батыс өңірлердің және Астаны қаласының мәдени-туристік кластерлерін дамыту жолында белсенді жұмыстар іске асырылуда. Министрлік жергілікті атқарушы органдармен бірлесіп «Бозоқ», «Ботай» және «Сарайшық» 3 республикалық мұражайды құрау мәселесін шешуде.

2017 жылы ЭКСПО-2017 Халықаралық көрме мәдени бағдарламасын өткізу нәтижесінде үлкен әсерге қол жеткіздік (8-сурет).

Өңірлерде 40 мың және Астанада 8 мың мәдени-ойын-сауық іс-шаралары өткізілді.



8-сурет. ЭКСПО-2017 халықаралық көрмесі

Әлемнің 20 елінде Қазақстан Мәдениет және әдебиет орталықтары ашылды. Елбасының жақында АҚШ-қа барған сапары шеңберінде (2018ж. қаңтар) бір осындай жаңа орталықты Нью-Йорк көпшілік кітапханасында, сондай-ақ 2 миллиардтан астам келушілері бар Вашингтондағы АҚШ Конгресі кітапханасында аштық.

ЭКСПО тәжірибесі бойынша Астананың 20-жылдық мерейтойын тойлаудың мәдени бағдарламасы қалыптастырылды. Республика бойынша 1800-ден астам іс-шара жоспарланған. Министрлік шетелдегі Қазақстан имиджін көтеруге, астана қонақтары мен тұрғындарын әлемдік өнер жауһарларымен таныстыруға, сондай-ақ Астанаға таяу және шалғай шетелдерден келетін туристер ағымын ұлғайтуға бағытталған 130 бірегей іс-шараны жоспарлаған кешенді бағдарламаны іске асыруда.

Жас ұрпаққа білім беру әлеуеті

Министрлік қызметіндегі басым бағыттардың бірі толыққанды білім беру кластерін қалыптастыра отырып, мәдениет және өнер салаларының бірыңғай білім беру кеңістігін жасау болып табылады.

ҚР Мәдениет және спорт министрлігінің құзырына енетін мәдениет және өнер салаларында кадрларды даярлауды 4 тар бейінді ұлттық жоғары оқу орындары, 4 техникалық және кәсіптік білім беру ұйымдары, 2 республикалық мамандандырылған музыка

мектептері жүзеге асырады. 2017-2018 оқу жылы шығармашылық оқу орындарында төмендегідей жастар саны білім алуда (9-сурет):



9-сурет. Шығармашылық оқу орындарында білім алушы жастар

Оның ішінде 3 шығармашылық ЖОО («Қазақ ұлттық өнер университеті» РМК және «Т. Жүргенов атындағы Қазақ ұлттық өнер академиясы», Қазақ ұлттық хореография академиясы) мектеп колледж-бакалавриат-магистратура-докторантура дәрежелері бойынша мәдениет және өнер мамандықтарына оқыту жүргізеді.

ЖОО түлектерін жұмысқа орналастыру шеңберінде Министрлікке ведомстволық бағынысты бөлімшелер өңірлерде қалалық және облыстық жұмыспен қамту және білім беру басқармаларымен бірге жұмыс жасауда. Жүргізілген мониторингке сәйкес 2017 жылы мемлекеттік білім беру тапсырысы бойынша бакалавриат дәрежесінде білім алып шыққан жоғары оқу орындарының 95% түлектері, сондай-ақ 86% техникалық және білім беру оқу орындарының түлектері Қазақстан Республикасының барлық өңірлерінде жұмысқа орналасты. ЖОО түлектерді жұмысқа орналастыру үшін жұмыс берушілер ұсыныстары мен жұмыс іздеушілердің бос лауазымдар іздеген сұраныстарына есеп жүргізеді, нәтижесінде бос лауазымдар банкі қалыптастырылып, оқу орындарының сайтында орналастырылады.

ӘДЕБИЕТТЕР:

1. Мемлекет басшысының «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» атты мақаласы.
http://www.akorda.kz/kz/events/akorda_news/press_conferen-ces/memleket-basshysynyn-bolashakka-bagdar-ruhani-zhanguyu-atty-makalasy.
2. Қазақстан Республикасының «Мәдени мұра» мемлекеттік бағдарламасы.
3. Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігінің статистикалық деректер.

ҒТАМР
18.67.01

Алтын Мендыбаева
«КТК» телеканалының корреспонденты

ЕГЕМЕНДІК ЖЫЛДАРЫНДАҒЫ ҚАЗАҚСТАНДЫҚ КИНЕМАТОГРАФТЫҢ ДАМУЫ

Аңдатпа. Қазақстан Республикасы 1991 жылдың 16 желтоқсанында өз тәуелсіздігін алды. Ширек ғасыр ішінде елде мүлдем жаңа, бәсекеге қабілетті және өмір талабына бейімделген кино қалыптасты. Бұл мақалада автор өз оқырмандарына Қазақстан кинематографының тәуелсіздік алған 25 жылдан бері қалай дамығаны туралы оқып-білуді және режиссерлар мен актерлардың бұл жөніндегі ой-пікірлерімен танысуды ұсынады. Мемлекеттің қатысуымен түсірілген бейнелер беріледі.

Түйін сөздер: қазақстандық кинематограф, кинематографтың дамуы, «Қазақфильм», қазіргі кино

Алтын Мендыбаева **РАЗВИТИЕ КАЗАХСТАНСКОГО КИНЕМАТОГРАФА ЗА ГОДЫ НЕЗАВИСИМОСТИ**

Аннотация. Республика Казахстан обрела свою независимость 16 декабря 1991 года. За четверть века в стране с чистого листа сформировалось абсолютно новое, конкурентоспособное и жизнеспособное кино. В данной статье автор предлагает своим читателям узнать о том, как развивался кинематограф Казахстана за 25 лет независимости и что об этом говорят сами режиссеры и актеры. В обзоре представлены картины, снятые при участии государства.

Ключевые слова: казахстанский кинематограф, развитие кинематографа, «Казакфильм», современное кино

Altyn Mendybayeva

DEVELOPMENT OF KAZAKHSTANI CINEMA FOR YEARS OF INDEPENDENCE

Abstract. The Republic of Kazakhstan gained independence on December 16, 1991. Over the quarter of a century, a completely new, competitive and viable cinematography has emerged from scratch. In this article, the author offers the readers to learn about the history of cinematography of Kazakhstan which has been developing over the 25 years of independence, as well as positions of directors and authors. The review presents pictures, filmed with the participation of the government.

Keywords: *Kazakhstani cinematography, development of cinematography, Kazakhfilm («Казакфильм»), contemporary movies*

Дәл осы сәтте 1934 жылы Алматыда құрылған отандық «Қазакфильм» киностудиясы – көркем, деректі және анимациялық фильмдер шығару бойынша қызметтердің толық спектрін ұсынатын Орта Азиядағы жалғыз және ең ірі кино өндіру орталығы. Кино өндіру таспалы, цифрлық форматта жүзеге асырылады және қазақстандық кинематографшыларға ел игілігіне айналатын фильмдерді жарыққа шығаруға мүмкіндік береді.

Ең алғашқы деректі фильмдерді киностудия өзі құрылғаннан кейінгі екі жылдан соң – 1936 жылы шығара бастады. 1941 жылы Алматы киностудиясы Қазақстанға көшірілген «Мосфильм» және «Ленфильм» киностудияларымен бірігіп, Алматы қаласында 1944 жылға дейін Орталық Біріктірілген киностудия — ОБКС деген атпен аталып, соғыс туралы барлық отандық көркем фильмдердің 80 пайызын шығарды. 1960 жылы Алматы көркем және хроникалық фильмдер киностудиясы «Қазакфильм» деп қайта аталды. 1984 жылы киностудияға ұлттық кинематографияның аса көрнекті қайраткері Шәкен Кенжетайұлы Аймановтың аты берілді. Тәуелсіздік алған сәттен бастап киностудияда туындылардың айтарлықтай көлемі жарыққа шықты (1-сурет):



1-сурет. «Қазақфильм» киностудиясының 1991-2016 жж. аралығындағы өнімдері

Киностудиядан шыққан көріністердің негізгі тақырыптары – заманауи қазақстандықтың ең жақсы адамгершілік қасиеттері, достық және халықтар бірлігі, елдің басынан өткерген қиын-қыстаулы жылдары, Қазақстанның қазіргі заманғы өмірі, сондай-ақ тарихи және мәдени мұраны сақтау, ел тәуелсіздігіне қол жеткізудің маңыздылығы болды. «Қазақфильм» киностудиясы жыл сайын шамамен ондаған көркем фильмдер түсіреді, олардың алты-жетеуі ұлттық прокатпен шығарылады. Әдетте, бұл көп жанрлық жобалар имидждік, көп жанрлы сипаттағы, көрермендер және фестиваль бағытындағы шығармалар (2 - сурет):



2-сурет. «Қазақфильм» картиналарының халықаралық кинофестивальдарда ұсынылуы

Киностудия «А» класының және оған теңестірілген он фестивальға қатысты. Қазақстандық режиссерлар өз көріністерін Канн, Берлин, Венеция, Мәскеу, Локарно, Роттердам, Сан-Себастьян сияқты ірі қалаларға апарды. Қазақстандық кинематографшылар еңбектері беделді халықаралық 134 сыйлықты жеңіп алды, бұл сыйлықтардың 14-і «А» класына жатқызылады. «Қазақфильм» киностудиясы әлемнің келесі жетекші кинематографиялық ұйымдарымен меморандумдарға қол қойды: Ресей кино қоры, Францияның Ұлттық кинематография орталығы, БМКИ, Нью-Йорк кино мектебі, итальяндық IstitutoLuce/Cinecitta киностудиясы. Дәл осы сәтте өнімдерді, білім беру бағдарламалары, фестивальдық бизнес және басқаларын қоса, бірлескен жобаларды жүзеге асыруға дайындық жұмыстары жүргізілуде.

Қазақстандық картиналар мен режиссерлардың әлемдік прокатта танылуы

Қазақстандық кинематографшылардың көптеген халықаралық жобаларға қатысқанын айта кетейік. Мысалы, «Көшпенділер» фильмі қазақстандық және шетелдік кинематографшылардың ортақ еңбегі болып табылады. Фильмді шығару Елбасы Нұрсұлтан Назарбаевтың идеясы болатын. Кинокартина Илияс Есенберлиннің «Көшпенділер» трилогиясының екінші кітабына негізделген. Фильм желісі бойынша ұлы жауынгер Мансұр, тоз-тоз болған қазақ руларының аузын біріктіреді және қазақ даласынан Жоңғар ордасын қуып шығады. Фильмнің тарихи негізі - Абылай ханның өмірбаяны. Аңызда шынайы махаббат, адал достық, әділдік туралы баяндалады.

1973 жылдан бастап 2008 жылға дейінгі 35 жыл бойына кинематографтың барлық тарихы бойына жасалған көркемдік деңгейі бойынша әр түрлі фильмдер және жеке телесериалдарға арналған авторлық мәтіндердің жинағы болып табылатын «3500 сын-пікір» кітабында «Көшпенділерге» сын-пікір айтылады.

Алайда «Көшпенділер» - қазақстандық кинематографтың жалғыз халықаралық көлемдегі жобасы емес. Мысалы, «Монғол» фильмі Қазақстанның, Ресейдің және Германияның бірлескен жобасы болып табылады. 18 миллион доллар бюджетімен ол 26 миллион жинай отырып, сегіз миллион доллар таза пайда әкелді. «Не презирай слабого детеныша — он может оказаться сыном тигра» - фильмнің эпиграфы. Бұл картинада Шыңғысхан ретінде танымал және аты аңызға айналған Темуджин әмірші туралы айтылады. Фильмде

басты кейіпкердің жанына жылулық берген махаббат тақырыбы назардан тыс қалмайды.

Режиссер Тимур Бекмамбетов (суретте) қол жеткізген әлемдік деңгейдегі танымалдыққа өз алдына тоқталған жөн. Тимур Бекмамбетовтың кәсіптік іс-әрекетінің Ресей Федерациясында қалыптасқанына қарамастан, ол өзін қазақстандық кинематографшы ретінде көрсетеді. Оның фильмдері Шығыс Еуропада ғана емес, Батыста да, сондай-ақ АҚШ-та да көрсетіледі. Бекмамбетовтың көптеген картиналарындағы басты рөлдерді әлемдік кино жұлдыздары ойнайды. Атыраудан шыққан талантты режиссердің еңбек жолы туралы бұндай жайттар оның шығармашылығына ерекше тартымдылық береді.



3-сурет. Тимур Бекмамбетов

Қазақстанның тәуелсіздік таңында әлемдік прокатқа бірінші болып шыққан киноленталардың бірі қазақстандық режиссер, продюсер, сценарист Рашид Нугмановтың 1993 жылы түсірілген «Дикий восток» фильмі болып табылады. Фильм көптеген халықаралық фестивальдерге қатысты. Сарапшылар картинада ой ескішілдігіне қатысты ерлік, батылдық, еркіндік және тіршілік жеңілдігін байқайды. Фильмде мотоциклисттер бандасы қоқан-лоққы көрсететін бұрынғы цирк ергежейлілерінің, бастан өткергендері туралы әңгімеленеді. Ергежейлілер өздерін «Күн балалары» деп атап, қашып құтылмай, өз құқықтары, әділдік үшін күресуге тырысады. Өздерін қорғау үшін олар «батыл мергенді» қатыстырады. Сонымен қатар, Рашид Нугмановтың пікірінше, Қазақстанда авторлық кино жақсы дамыған, ал бірақ бұл фильмнің жанры туралы ойлану керек. Бірақ кинематографшының пікірінше, бәріне ортақ мақсат – көрермен жүрегіне жол табу.



4- сурет. Рашид Нугманов (оң жақта) түсірілім кезінде

Қазақстандық режиссерлардың фильмдері түрлі халықаралық фестивальдерге қатысып қана қоймай, көбіне жетістіктерге жетеді. Мысалы, ТМД, Латвия, Литва және Эстония елдерінің «Киношок» мерейтойлық ашық фестивалінде гран-при Әділхан Ержановтың «Қаратас ауылындағы оба» фильміне берілді. Фильм көрерменді оба етек жайған, бір-ақ дәрігерді қоса, барлық тұрғын оны әдеттегі тұмаумен шатастырған шалғай ауылдағы тыныс-тіршілікпен және тәртіппен таныстырады. «Золотая лоза»-дан басқа қазақстандық картинаға «Қоғамның жазылмас дертін дұрыс көрсеткені үшін» деп тұжырымдалған РФ кинотанушылары мен киносыншыларының гильдиясы дипломымен марапатталды. Сондай-ақ картина Минскіде «Лістапад» халықаралық кинофестивалінің негізгі конкурсына енді. Әділхан Ержановтың өзі алты мың долларға түсірілген бұл фильм қандай да бір табысқа қол жеткізеді деп ойламағанын айтады, ол бұл жетістікті оның командасының табанды еңбегінің нәтижесі деп бағалайды.

Қазақстандағы қысқа метражды фильмдердің дамуы

ҚР Мәдениет және спорт министрлігінің деректері бойынша ел тәуелсіздік алған 25 жыл ішінде халықаралық кинофестивальдерге Қазақстанда түсірілген 28 қысқа метражды фильмдер шығарылған. Олардың ішіндегі сегізі сыйлық алған. Белгілі қысқа метражды фильмдер арасында «Moments of Enlightenment» Hollywood International Moving Pictures Film Festival фестивалінде «Признание» сыйлығын жеңіп алған Нью-Йорк киноөнері академиясының шәкірті Диас Әзімжановты айтуға болады. Режиссердің әңгімесі бойынша

фильм ол киноакадемияның алғашқы семестрінде оқып жүрген кезінде түсірілген. Әдетте бұндай фильмдер сол академияның кинотеатрынан әрі қарай ұзай қоймайтын. Бірақ студенттер оны қайта монтаждап, жергілікті кинофестивальдерге жіберу жөнінде шешеді де бұл фильм ешкім күтпеген жерден жеңіске жетеді. Әзімжанов қысқа метрдің бүгінде Қазақстанда кең таралып келе жатқанын айтады. Режиссер олардың негізгі рөлін, атап айтқанда, визуалдық баяндаудағы рөлін естен шығармау керек дейді.

ЖОО-мен ынтымақтастық

ҚР Мәдениет министрлігінің мәлімдеуінше, «Қазақфильм» алдыңғы қатарлы қазақстандық және шетелдік ЖОО-мен өзара іс-қимыл жүргізіп, кино және телевидение мамандарын (5-сурет) дайындайды. Қазақстанда бұл Астанадағы Темірбек Жүргенов атындағы Қазақ ұлттық өнер институты және Алматыдағы «Туран» университеті, ал шетелде – Сергей Герасимов атындағы БМКИ, Нью-Йорк Киноөнер Академиясы, Санкт-Петербург мемлекеттік кино және телевидение университеті және басқа да киномектептер мен ұйымдар. Олармен бірлесіп түрлі бағыттағы білім беру бағдарламалары - режиссерлік, сценарийлік және продюсерлік курстар, шеберлік-кластары, тренингтер өткізіледі.



5-сурет. 1991-2016 жж. кезеңде кино және телевидение мамандарын дайындау

Қазақстандық кинематографтың ең көп пайда әкелген фильмдері

ҚР Мәдениет және спорт министрлігінің ақпаратына сәйкес соңғы жылдардағы кассалық алымдар бойынша көшбасшылар үштігін 2012 жылдың мамырында жарыққа шыққан Ақан Сатаевтың «Жаужүрек мың бала» (6-сурет) фильмі бастайды. Кинокөріністе барлық қазақ халқы үшін өзгерісті кезең XVIII ғасырдың бірінші жартысындағы жоңғарлармен қантөгіс соғыс туралы баяндалады. Жоңғар басқыншылығынан соң жаппай қырып-жою қаупі төнген кезде, қазақтар бірігіп, бас қосады. Фильм сондай-ақ қазақ даласының баласы теңдессіз Сартай батыр мен Зере сұлудың арасындағы махаббат сезімін де баяндайды. Достық, адалдық, сатқындық тақырыптарын қозғаған дала аңызы көрерменді бейжай қалдырмайды. Көрініс бюджеті 10 миллион доллардан астам құрады.



6-сурет. Ақан Сатаевтың «Жаужүрек мың бала» тарихи фильмінен кадр

Ақан Сатаевтың фильмдері Қазақстанда ең рейтингтік фильмдердің бірі болып табылады. Оның 2007 жылы шыққан «Рэкетир» фильмі зор танымалдыққа ие болып, көрермендер жүрегінде орын алды. Бұл криминалдық драмада Саян Бектеміров атты зиялы отбасында дүниеге келіп, тәрбиеленген жас жігіттің өмірі туралы айтылады. КСРО құлаған соң жас жігіттің өмірінде қызықты да, қытымыр кезең басталады. Фильм желісі бір сәттің ішінде армандардың быт-шыт болып, барлық өмірдің мәні жоғалатынын баяндайды. Фильм бюджеті - 800 мың доллар.

Екінші орында - Қазақстан-Ресейлік романтикаға толы комедия «Ирония любви» (7-сурет). Мұнай олигархының қалыңдығы Әселдің телевидениеге келу арманы фильмге арқау болады. Фильмдегі бұл басты кейіпкердің ролін белгілі актриса Әсел Сағатова ойнайды. Фильм желісі бойынша, оның құрбысы Мәскеу телевидениесінің техникалық орталығында жұмыс жасайтын болады және ол Әселді шоу продюсерімен таныстыруға уәде етеді. Бұның есесіне Әсел оған есіктен бірінші болып кірген адамды өзіне ғашық етемін деп уәде береді. Бөлмеге бірінші болып ботаник және жолы болмаған жігіт кіреді. Дегенмен қызға оны өзіне ғашық ету оңайға соқпайды. Оның өз әлеміндегі негізгі әйел – анасы болады. Көрініс бюджеті екі миллион доллар құраса, ал РФ-дағы кассалық алымдар төрт миллион доллардан асып түсті.



7- сурет. «Ирония любви» романтикалық комедиясынан кадр

Кассалық алымдар бойынша үштіктің соңында - 2016 жылы шыққан Қанағат Мұстафиннің «16 қыз» романтикалық комедиясы (8-сурет). Фильмдегі басты рөлді Ануар Нұрпейісов, Берік Айтжанов және Аша Матай ойнайды. Нұрпейісов 2008 жылғы «Ағайынды» сериалына түсірілімге алғашқы қатысқан кез бен 2016 жылы «16 қыз» фильміне түскен кездегі қазақстандық кинематографтағы басты айырмашылық техникалық қыры деп атап көрсетеді.



8-сурет. «16 қыз» романтикалық комедиясына афиша

Фильмнің режиссері Қанағат Мустафин сценарийдің бастапқыда үш басты кейіпкерге арналып жазылғанын айтады. Эпизодтық рөлдерге кастинг шамамен бір жарым айға жалғасады.

Шамамен сегіз жыл бұрын ол осы фильмнің продюсері Айдархан Әділбаевпен бір машинада келе жатып, «Дос-Мұқасан» тобының орындауында «16 қыз» әнін естіп қалғанын және әннің оған қатты ұнағанын айтады. Менің оған «Фильмге жақсы саундтрек те дайын» деп айтқаным есімде дейді. Сөздерінше, бәрі осы сәттен басталған. Әнді фильмге айналды деуге де болады. Белгілі режиссер тәуелсіздік жылдарында кинематографта қызықты идеялары мол шығармашылық адамдардың көбейгенін айтады. Ол елге күшті сценаристтер жетіспейді дейді. Мұстафиннің ойынша, отандық киноны жылжыту үшін ұлттық батырлар туралы фильмдер шығару керек.

Қазақстанда «Алқызыл қоян туралы ертегі» («Сказ о розовом зайце») фильмі көпшілік көңілінен шықты (9-сурет). Оны 2010 жылы режиссер Фархат Шарипов «алтын» жастар мен «қарапайым пенде» арасындағы заманауи қарым-қатынас тақырыбында түсірген еді. Алматыдағы жоғары оқу орындары біреуінің үшінші курс студенті Ерлан есімді ауылдан шыққан жас жігіт мегаполиске болашаққа зор үміт артып келеді. Ол Локо деген лақап аты бар жігітті кездестіреді.

Бұл жігіт Ерланға бөгде адамның жасаған қылмысы үшін орнына отырып шығу туралы ұсыныс жасайды. Студент ұсыныстан бас тартса да, бұл үшін сай келетін адамды бірігіп іздеуге белсене қатысады.



9-сурет. «Алқызыл қоян туралы ертегі» («Сказ о розовом зайце») фильмінен кадр

Көрермендер арасында көп танымал тағы бір фильм «Жүрегім менің – Астана» («Сердце мое – Астана») атты кинокартина болды (10-сурет). Фильм өз нысаны бойынша «Париж, сені сүйемін» («Париж, я люблю тебя») француз фильмін, американдық «Нью-Йорк, сені сүйемін» («Нью-Йорк, я люблю тебя»), ресейлік «Мәскеу, сені сүйемін» («Москва, я люблю тебя») фильмін қайталайды десе де болады. Жобаны қазақстандық кинематографшылар Егор Кончаловскийдің басшылығымен қазақстандық кинематографшылармен бірлесе отырып түсірген. Бұнда Еуропа мен Азия тоғысқан қалада армандардың қалай орындалатынын туралы баяндалады. Бұнда басты назарда жастардың патриоттық сезімі болады. Фильмдегі басты рөлдердің бірін ойнайтын, қазақстандық актер Санжар Мадиев ресейлік режиссерлармен бірлесіп жүргізілген жұмысқа танданғанын айтады. Актер отандық кинематографтағы оң беталыстың бар екенін аңғарған және қазіргі кезде отандық кино өнеріндегі кәсіби шеберлік шыңдалу үстінде деген ойын білдіреді. Оның пікірінше, біздің еліміздегі киноның дамуына кинематографшылардың серпілісі зор үлесін тигізуде. Мадиев елге

кейбір ресурстар – шетелдік компанияларды шақыру үшін ірі қалалар сыртындағы қонақүйлердің, инфрақұрылымның жеткіліксіздігін айтады. Ол бұл ретте қазақстандық авторларды шетелде де кино түсіруге қабілетті дейді.

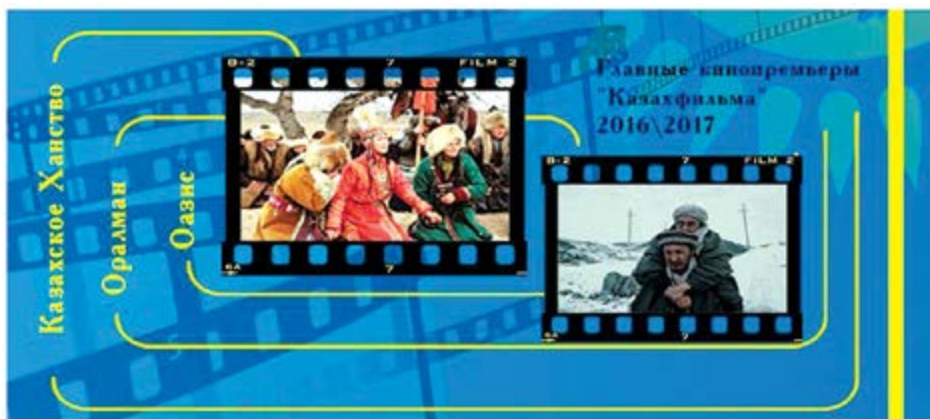


10-сурет. «Жүрегім менің -Астана» фильмінен кадр

«Қазақфильмнің» 2016 және 2017 жылдардағы басты премьералары

«Қазақфильмнің» 2016 және 2017 жылдардағы басты премьералары (11-сурет) - режиссер Сәбит Құрманбековтың «Оралман», Бегарыс Елубайдың «Оазис» толық метражды фильмдері және «Қазақ хандығы» көп сериялы фильмі болды. «Қазақ хандығы» көркем фильмінде Жәнібек пен Керейден бастап, Кенесарыға дейінгі қазақ хандары кезеңі туралы бейнеленеді. Лента Қазақ хандығының 550-жылдығына арналды.

«Оазис» фильмінің сценаристі Смағұл Елубай фильмде тағдыр тәлкегіне ұшырап, шөл даладан бір шыққан екі жас жігіт туралы баяндалады дейді. Жігіттердің өмір туралы түсініктері бір-біріне қарама-қайшы – бірі – қыңыр мінезі мен жаман қылықтары бар, өзіне қол жұмсағысы келетін қалалық жігіт және өмірге көзқарасы ескілеу, әйтсе де қазақ халқының тарихын білетін және дәстүрлерін бойына сіңірген екінші жігіт. Ол қалалық жігітті дұрыс жолға салғысы келіп, оны дұрыс өмірлік ұстанымға жетелейді.



11-сурет. «Қазақфильмнің» 2016-2017 жж. басты кинопремьералары

Қазақстандық кино өзінің қалыптасу жолында көптеген кедергілерге кезікті, осының арқасында даңғазалық пен әсірелеушіліктен арылды. Қазақстанның 25 жыл тәуелсіздігінде, бір сөзбен айтқанда, еліміздің кино өнері жаңарды. Кинотанушылар жастарға зор үміт артады, көптеген кино сыншыларының пікірінше, қазақстандық кинематографияда жоғары кассалық алымдарға ешбір мүмкіндігі болмаған үш-төрт миллионға кино түсірілген ысырапшылдық жоғалған. Қазірде қазақстандықтар кино түсіріп, оны неліктен жасайтындарын жақсы түсінген. Дилетанттар да жоқ емес, дегенмен олардың болуы орынды да. Халық қазақстандық киноны тани бастады. Біздің көрермендерімізді қызықтыратын «жұлдыздар» да пайда болды. Бұның Қазақстан мәдениетінің дамуы үшін маңызы зор.

FTAMP
02.41.21

Сейтқасым Байбеков¹, Сергей Коновалов²

¹ «Қазақинжиниринг» АҚ Басқарма төрағасының кеңесшісі,
техникалық ғылымдар докторы, профессор

² Қазақстан Республикасының Қоғамдық келісім вице-министрі,
әлеуметтік ғылымдар докторы

ҚОҒАМ 5.0. ЖӘНЕ РУХАНИ ЖАҢҒЫРУ – ЖАҢА МАҒЫНАЛАРДЫ ҚҰРУ ТӘЖІРИБЕСІ

Аңдатпа. Мақалада «Қоғам 5.0» тұжырымдамасы – қоғамдық дамудың жапондық идеясы мазмұнына шолу ұсынылады. Авторлар сондай-ақ заманауи әлемдік сын-тегеуріндер мәнмәтінінде қоғам мен адамның дамуының өзекті проблемаларын қарастырады. Қазақстандық қоғамды жаңғырту және постақпараттық даму жағдайларында Қазақстанның жаһандық әлемге интеграциялану процестеріне ерекше мән беріледі.

Түйін сөздер: Қоғам 5.0, қоғамдық сананы жаңғырту, постақпараттық даму, әлеуметтік модель

Сейтқасым Байбеков, Сергей Коновалов **ОБЩЕСТВО 5.0. И РУХАНИ ЖАҢҒЫРУ – ОПЫТ** **КОНСТРУИРОВАНИЯ НОВЫХ СМЫСЛОВ**

Аннотация. В настоящей статье представлен обзор содержания концепции «Общество 5.0» – японской идеи общественного развития. Авторами также рассматриваются актуальные проблемы развития общества и человека в контексте вызовов современного мира. Особое внимание уделяется процессам модернизации казахстанского общества и интеграции Казахстана в глобальный мир в условиях постинформационного развития.

Ключевые слова: Общество 5.0, модернизация общественного сознания, постинформационное развитие, социальная модель

Seitkasym Baibekov, Sergey Konovalov
SOCIETY 5.0. AND RUHANI ZHANGYRU - EXPERIENCE
IN CONSTRUCTING NEW MEANINGS

Summary. This article reviews the content of the “5.0 Community” concept – the Japanese vision of the community development. The authors have also considered pressing issues related to development of community and human in the context of modern world challenges. Particular attention has been paid to the processes of modernization of the Kazakhstani society and integration of Kazakhstan into the global world in the conditions of post-informational development.

Keywords: *5.0 Community, public conscience modernization, post-informational development, social model*

Кіріспе

Жапония – әлемнің ең дамыған елдерінің бірі, Үлкен жетілік пен жиырмалықтың мүшесі. Сонымен қатар, бұл – Төртінші өнеркәсіптік революция жағдайларында қоғам тап болуы мүмкін барлық сын-тегеуріндер шебінде тұрған ел. Ондай сын-тегеуріндерге себеп шамадан тыс урбандалу, жоғары техногендік және табиғи қатерлер, халықтың аса тығыздығы, кеңістіктер мен ресурстар тапшылығы, өмір сүру ұзақтығы салдарынан халықтың қартаюуы, әлеуметтік жүктеменің өсуі жатады.

Бүгінде Жапония дамуының өзіндік шарықтау шегі деп атауға болатын, өткен жолға баға берілетін және жаңа кезең үшін негіз қалыптастырыла бастайтын маңызды тарихи уақыт аралығын бастан өткеріп отыр. Азия-Тынық мұхит өңіріндегі рөлін ескере отырып, Жапония экономикасы динамикасы мен өсімін күшейту, сауданы жандандыру үшін қандай да бір серпілісті қажет етеді. Жапония Орталық Азия өңіріне анағұрлым көп көңіл бөле бастады. Осыған байланысты ОА плюс Жапония форматындағы байланыстар, екі жақты ынтымақтастық және халықаралық ұйымдар арқылы жанама жұмыстар күшейіп жатыр.

Қазіргі уақытта Жапония келесі жылы Осакада өтетін Үлкен жиырмалыққа төрағалықты қабылдауға дайындалып жатыр. 2020 жылы Жапония жазғы олимпиада ойындарын қабылдайды. Алайда

Жапонияның жоспарлары бұл күннен әріге созылып жатыр. Жапония 2025 жылғы халықаралық мамандандырылған көрмені өткізуге Осака деген қаласының кандидатурасын ұсынды.

Бұл ретте Жапония бет бұрған негізгі концепт – Қоғам 5.0. болып табылады. Аталмыш идеяны Жапонияның Премьер-Министрі Синдзо Абэ 2017 жылғы наурызда Ганноверде өткен компьютерлік көрмеде ұсынды. Жапонияның Премьер-Министрі – ел үкіметі басшыларының қатарындағы көрнекті тұлғалардың бірі. 2013 жылдан бастап ол «Абэномика» деген атауға ие болған, жапондық экономикаға серпін беруге бағытталған бағдарды іске асыруда. Қоғам 5.0. – бұл либерализм мен социал-демократияның өзіндік қосындысы болып саналатын су жаңа идея болып табылады.

Қоғам 5.0. және Рухани жаңғыру – жаңа мағыналарды құрылымдау тәжірибесі

Жапондық Қоғам 5.0. қоғам 4 кезеңнен өтіп, өзінің эволюциясын жалғастыруға тиіс болатын формациялық тәсілдемеге негізделеді:

- «Қоғам 1.0» – аңшылық және терімшілік;
- «Қоғам 2.0» – аграрлық қоғам;
- «Қоғам 3.0» – индустриялық қоғам;
- «Қоғам 4.0» – ақпараттық қоғам.

Қоғам 5.0. – бүгінде жеке-дара тіршілік етіп жатқан виртуалдық және нақты шынайылықтың киберфизикалық шынайылыққа трансформациясы. Cyber Physical Systems (CPS) – бұл шынайы әлемнің жақсартылған және ақпаратпен біріктірілген объектілері. Жаңа қоғам халықтың өзін-өзі іске асыруы және қажеттіліктерін қанағаттандыруы жолындағы кедергілерді жою үшін физикалық және виртуалдық әлем арасындағы шекараларды жоюды көздейді. Бұл ретте бұндай әлем практикалық болуы және жасанды сана жасау түріндегі елес болмауы тиіс. Технологиялардың биологиялық ағзалардың жай-күйін, адамның физикалық жағдайын мониторингілеуге және жасанды мүшелерді 4-Д принтерде шығарып алуға мүмкіндігі жеткен жағдайда киберфизикалық әлемді жасау қиялдағы арман сияқты көрінбейді.

Сондай-ақ әлемнің руханият, мораль, әлеуметтік әділеттік мәселелері кезбе нарықтық прагматизм ұғымымен үйлесімді келісетін және мақсатты тұжырымдау мен ресурс сыйымдылығы соңғы күтілетін нәтижелерге сәйкес болатын қандай да бір жаңа моральдық-өнегелілік мәнмәтінді, адамдардың бірге тіршілік

етуінің қандай да бір жаңа формуласын жасаудан басқа баламалы таңдауы жоқ.

Әлем әртүрлі мәнмәтіндердің ымыраласуын талап етеді. Бұл тұрғыда Жапония Үкіметі алға қойып отырған Қоғам 5.0. бүгінде Қазақстан халықаралық алаңда ұсынып отырған Манифест. Әлем. ХХІ ғасыр. өте жақын. Қазақстан ширек ғасырдан астам уақыт бойында мейнстримде, әлемдік дамудың ортақ ағымында қозғалуға үнемі тырысып келеді. Қазіргі уақытта жүзеге асырылып жатқан «Рухани жаңғыру» бағдарламасы терең жаңғыру үдерісінің және жаһандық әлемге қазақстандық қоғамды кіріктірудің бір бөлігі болып табылады.

Ұлы дала ұрпақтары ішкі резервтер мен бәсекелестік артықшылықтарды ғасырлар тұңғығынан және дала өркениеті мұрасынан іздеуі қажет. Әр халықтың өз ұлттық коды бар. Оны табу оңайға соқпайды. Ол бейсаналылық деңгейінде әрекет етеді. Алайда ол архетиптер, эпостар, символикалар түрлерінде де болады.

Ұлы Даланың көпнұсқалылық, дәстүрлілік, ауызшалық, тарихилық, әдеби-көркемдік мәнерлілік, ғылымилық, тіршілікке қабілеттілік сияқты ежелгі алгоритмдерінің фольклорлық қасиеттерін зерттеу ерекше көңіл бөлуге тұрарлық. Асылында олардың көбінің пайда болу көздері – халықтың алдағы үдерістерді қатесіз түсінуге, қандай да бір тәсілдің қисындылығы мен шынайылығына көз жеткізу үшін жүзеге асырылатын істерді мінсіз жоспарлауға ұмтылысы, ақыр соңында, күтілетін нәтижелерді парасаттылықпен есептеу қажеттілігі. Бұның бәрін түсіне отырып және ғылымның тәжірибемен, гуманитарлық ойдың экономикамен үйлесімді байланысын қамтамасыз ете отырып, біз жаңғырту мен дамудың жаңа биігіне шыға аламыз.

Осы негізде біз қазақ тілін латын әліпбиі негізінде жаңғырту қажеттілігін қарастырамыз. Бұл қазақ тілін сақтау және дамыту үшін маңызды. Бізде коммуникацияның үш түрі бар – ым, дыбыс және белгі. Эволюция уақытында алдымен ым, мимика, содан соң дыбыстар, сөздер келген. Бұлардан соң белгілер тілі келді, бұл – саналылықтың және бейсаналылықтың жоғары деңгейі. Бұл мағыналарды ықшам түрде беру. Белгілерді – әліпбиді жаңғырту арқылы коммуникацияны жазбадан символикаға дейін жетілдіру және жақсарту орын алады. Қазір Интернет тілінің дәуірі. Егер біз Интернетте қазақ тілінде сөйлесек, онда тіл тіршілікке икемді болады. Егер қазақ тілі интернетпен бірдей латын тіліндегі

символдарды пайдаланса, онда тіл оңайырақ әрі жеңілірек қабылданады. Транзакциялар мен жауаптардың жылдамдығы артады. Жаңа әліпби арқылы қазақ тілінің қуаты мен мүмкіндіктері артады. Сонымен қатар қазақ тілі жаңа деңгейге көтеріледі. Осылайша біз жаңа әлемге рухани жаңғыру арқылы кірігеміз.

Осындай іспетте біз кеңістікті жаңғыру саласын да қолға аламыз. «Бір белдеу – Бір жол» жобасының арқасында тарихи Жібек жолы қайта құрылады. Батыс пен Шығыс арасындағы бөгет «Берлин қабырғасы» сияқты жойылды. Орталық Азияның көлік-логистикалық тұйығы бұзылды. Енді 500 жыл ішінде алғаш рет Ұлы дала арқылы көзге көрінетін тауарлары бар және көзге көрінбейтін идеялары мен жаңа технологиялары бар керуендер қайта өте бастады.

Біз ұлттық бағдарламалар мен бастамалар кешенін іске асырудамыз. Стратегия-2050, 5 институционалдық реформа, 100 қадам, Нұрлы жол, Рухани жаңғыру бағдарламасы, Үшінші жаңғыру, Төртінші өнеркәсіптік революция, 5 әлеуметтік бастама.

Біз біреудің асырауында болушылық пен патернализмнің ескі ауруларын жеңу, кәсіпкерлік пен жауапкершіліктің салауатты рухын қалыптастыру арқылы азаматтарды өз күшіне сенуге үйрете отырып, ұлттық және жаһандық күн тәртібі арасындағы алшақтықтарды жою жолында үнемі жұмыс жасаймыз. Біздің табыс формуламыз да осы болмақ.

Бізді жаңа әлеуметтік үлгілерді ойлап шығаруға мәжбүрлейтін сын-тегеуріндер мен қауіптер

Сонымен қатар, Қоғам 5.0. жапондық идеясының туындауы техногенділіктің үстемдік етуіне және қалалардың басымдығына байланысты туындайтын жаңа сын-тегеуріндерге жауап қалыптастыру амалы болып табылады. Кенттену өсіп келеді. 2030 жылға қарай әлемде халық саны 10 млн.-нан асатын мегаполистер саны 43-ке жетеді. БҰҰ деректері бойынша кенттену үдерісі әлемде 1950 жылдардан бастап қарқын алып келеді. Өткен кезең бойынша ауылдық жерлерде тұратын халық үлесі 30-дан 55%-ға дейін өскен. 2050 жылға қарай бұл сан 68%-ға дейін артады.

Жаңа формацияға, адами дамудың жаңа эволюциялық кезеңіне өту тақырыбын өзектендіру әлемдік экономиканың үлкен транзитінің бір бөлігі болып табылады. Мұны сарапшылар біресе жаңа технологиялық құрылыстар мәселелері жағынан, біресе экономиканың посткапиталистік дәуірде қайта тууы тұрғысынан меңзейді.

Күн тәртібіне тауар-ақша қарым-қатынастарын, меншікті және еңбекті өзгерту мәселелері қойылған. 1990 жылдары әлем идеологиялық күрес капитализмнің жеңісімен аяқталды деген идеяларға толы болды. Ал қазір бұл көзқарас біршама аңғал көрінеді, өйткені адамдардың экономиканың қазіргі жағдайынан көңілі қалып, қымсындырады. Бұл ретте бай елдер бұдан былай экономикалық өсімнің қозғаушы күші емес. Егер 30 жыл бұрын жаһандық өсудің үштен екісі дамыған елдердің үлесінде болса, қазіргі уақытта ол нарығы қалыптасу үстіндегі елдерде өндіріледі. Әсіресе, Азияның дамушы елдерін айтуға болады. Бұнда сарапшылар дивергенциядан немесе дамыған және дамушы елдер арасындағы алшақтықтың өсуінен конвергенцияға – олардың қысқаруына парадигманың ауысқанын байқады. Алайда ауысу үдерісі жай өтпейді. Тепе-теңдік нүктесін табу ауқымды катаклизмдермен қатар жүреді.

Уақыт жеделдеп, жаңа жағдайларға бейімделу проблемалары шиеленісіп отыр. Әлемнің шамамен 30-40 жылдан соң қандай болатынын елестете алатындар жоқтың қасы. Еңбек нарығының қандай болатынын болжау да қиын болып отыр. Бұл бүгін балаларды не нәрсеге және қалай оқыту қажет деген мәселелерде білім жүйелері үшін сенімсіздік пен дағдарыс тудырады. Ешкім келешекті дәл болжай алмайды, алайда нақты айтуға болатын екі нәрсе бар. Біріншіден, бұл – «көлденең прогресс». Яғни, табысты тәжірибені және даму үлгілерін бір елден басқа елге тарату. Бұл тәжірибені бізге әдетте «азия жолбарыстары» ұсынады. Екіншіден, бұл – «тік прогресс». Әңгіме жаңа заттарды жасау мүмкіндігі туралы болып отыр. Прогрестің бұл түрі елеулі құрылымдық өзгерістерге себеп болады. Алайда бүгінге дейін болғанды жойып жіберуі мүмкін.

Осылайша, біз технологиялар тұрмысымыз бен өмірімізді жеңілдетіп қана қоймай, қалыптасқан тәжірибелер мен әлеуметтік байланыстарды үзетін жаңа шындықпен істес болып отырмыз. Постақпараттық даму заманында қазір табысты болғандар ертең одан да табыстырақ болады. Бұған желілік экономика қағидаты себеп болып отыр. Бұл ретте желілік экономика индустриялық экономиканы жоққа шығармайды. Ел индустрияландыру кезеңінен өткеннен кейін, импорттың тұтынушысы ғана болмай, өз өнімін ұсынуға үлкен мүмкіндіктерге ие болады. Индустриялық экономика азаймалы табыстылық заңына бағынады, бірақ ауқымды желіге

кіретін бизнес біршама шағын қаражат салудың көмегімен табысты ұлғайта алады. Сондықтан қоғамның жаңа үлгісін игеру және оған бейімделу мемлекеттің өміршеңдігі мен бәсекеге қабілеттілігінің факторы болып табылады.

Дамушы елдерде классикалық теориялық үлгіге сай келмейтін «мерзімінен бұрын индустриясыздандыру» құбылысы байқалады. Жұмыс күшінің аграрлық сектордан өнеркәсіпке көшуі аса баяу жүреді немесе бірден қызмет көрсету саласына бағытталады. Сонымен бірге өнеркәсіптік өндірістің экономикадағы үлесі жұмысбастылықтың 20% шегіне және халықтың жан басына шаққандағы ЖІӨ 6 мың долларға жеткенде төмендей бастайды. Адами дағдылар технологиялық үрдістерге ілесе алмай келеді. Ақпараттың тез жинақталуына қарай адаммен әлдеқайда табысты бәсекелесетін жасанды сана қалыптасады. Роботтандырылған үрдістер жаңа ұрпаққа еңбек қызметін бастауға мүмкіндік бермей, жұмыссыз қалу қаупін төндіреді. Бұл толқынды бағындырған қоғамдар аман қала алады. Қалғандары «технологиялық апартеидтің» елеусіз жерінде қалады. Виртуалдылық пен шынайылықтың арасындағы шекара жойылып жатыр. Соның арқасында игіліктерге қолжетімділік жеңілденіп, кедергілер алынып отыр. Жеке меншіктің орнына адамдар «шеринг» – жаппай жалға беру мен төлем үшін уақытша пайдалану арқылы қажетті нәрселерін ала алатын жаңа алмасу түрі келеді. «Шеринг үлгісі» халық заттарды арзан жалға алуға өте оңай қол жеткізген жағдайда ғана іске аса алады. Шеринг нарығы қазірдің өзінде заттар Интернетін, арзан такси қосымшаларын, стримингті хабар тарату арналарын алға бастырып отыр. Осы орайда әзірге ірі ҰАК «ақпараттық империализм» элементтерінің, яғни Apple сияқты баға монополизмі есебінен немесе Amazon сияқты сыртқы әсерлерді меншіктеу есебінен сұранысты жасанды қолдау есебінен басымдықты сақтап отыр.

Жаңа экономикалар мен технологиялық құрылыстардың қалыптасу үдерістері туу деңгейінің әрқелкі төмендеуімен бірге жүреді. Бұл миграциялық ағындарды артық адам шоғыры бар өңірлерден адам ресурстары тапшы аймақтарға итермелеп, жергілікті әлеуметтік жүйелерге проблемалар тудырады. Дамыған елдерде 2050 жылға қарай халықтың 25-40%-ы 65 жастан жоғары болады. Әлеуметтік және зейнетақы жүйелері ауыр жүктемелерге душар болады. Еңбек ұғымын қайта қарастыру қажеттілігі туындайды. Маманның жеке үлесі мен құндылығын оның ұлттық

байлықты бөлу жүйесіне ортақ болуы үшін оны қалай бағалау керектігі туралы мәселесі туады. Жаппай бақылау мен адамдарды қадағалау үшін цифрлық технологиялардың пайдаланылуын болдырмай, жаңа технологияларды жаппай игілікке бағыттау үшін мемлекет пен саясаткерлердің моральдық міндеттемелері туралы күрделі мәселе туындайды. Цифрлық шынайылық нақты физикалық шынайылықпен тұтасқан кезде ұлттық сәйкестік пен мемлекеттің шекаралары, рөлі туралы мәселелер маңызды болады.

«Қоғам 5.0.» тұжырымдамасының мазмұны

Бұл жағдайлардағы Қоғам 5.0. – бұл елдердің өздігінен дамуының объективті қажеттілігі немесе кері сценарий жүріп, мемлекет прогрестің сыртында қалады. Жапония эволюциялық айналымның жолында 5 кедергіні, атап айтқанда бюрократияны, құқық жүйесінің кертартпалығын, технологиялық күйді, адами дамудың шығындарын, әлеуметтік қабыл алмауды көріп отыр. «Қоғам 5.0.» идеясының мәні – бұл экономикалық дамуды әлеуметтік мәселелерді шешумен киберкеңістік пен физикалық кеңістікті жоғары біріктіретін жүйе арқылы теңестіретін адамзат қоғамы.

«Қоғам 5.0.» өлшемшарттары:

Бірінші – адам үшін жаңа мүмкіндіктер, оның үйлесімді өмір сүруіне кедергі келтіретін тосқауылдарды жеңілдету және жою.

Екінші – өнеркәсіпті цифрлық жүйеге көшіруден әлеуметтік өзара әрекеттесуді цифрлық жүйеге көшіруге, соның ішінде тағам өнімдері мен өндірістің «ақылды» тізбегін жасауға өту.

Үшінші – трафиктердің қозғалысы логикасын ескере отырып, интеллектуалды көлік жүйелері, өздігінен басқарылатын жүйелер.

Төртінші – қауіпсіздікті қамтамасыз етудің жаңа түрлері. Инфрақұрылым кез келген ағаттықтарға дереу жауап қайтаратын, шығынды ақаулардың алдын алуына жағдай жасайтын миллиондаған тетіктердің қырағы бақылауында болады.

Бесінші – стартаптар мен мезеттік инновацияларға сұрау салу, масштабтауға мүмкіндік беретін барлық заттарды жасанды зиятқа табыстау.

Алтыншы – желілік технологияларға негізделген сервистік қоғамға өту. Тауарлар қызметтерге айналады. Материалдарды әзірлеудің, әлеуметтік қорғаудың, қызмет көрсетудің біріктірілген жүйелері.

Жетінші – цифрлық теңсіздікті төмендету элементі аясында қала мен ауыл арасындағы шекараны жою үдерісі жалғасын табады. Кенттену туристік индустрияның дамуына себепші болады.

Сегізінші – қаржы жүйелері реттегіштерден одан да бетер тәуелсіз болады. Блокчейннің бір интерфейстегі нотариус пен әмиян ретіндегі келешегі. Криптовалюталар лайықты орынды иеленіп, жедел төлем құралы болуы мүмкін.

Тоғызыншы – бұқаралық ақпарат нарығы түрленеді. Компаниялар өз өнімін алға жылжыту үшін көздемелі таргетингті – адамдардың бұқара тобына емес, нақты жеке тұлғаға жолданған хабарламаларды барынша қолданады.

Оныншы – экологиялық ақпараттың жаһандық платформасы.

Жапония бұндай мәселелерді жаңа тәртіптің сын-тегеурініне ұшырағандықтан бірінші болып қойып отыр. Халықтың аса тығыздығы – Жапония астанасы Токио – халқы тығыз орналасқан қала – бұл 32 млн. адам. Қауіпсіздікке, энергияны тұтынуға қойылатын үлкен талаптар. Жоғары өмір сүру ұзақтығы және осыған байланысты халықтың қарұынды қартаюы. Қазба ресурстарының шектеулілігі. Көшбасшылардың қатарында қалуы үшін және дамыған әлемнің бөлігі болып табылатын елдің жағдаятында өмір сүруге қолайлы жағдайларды қамтамасыз ету үшін жаңа үлгілер мен нұсқаларды іздестіру қажет.

Қорытындылар

Осылайша, Қоғам 5.0. – бұл Қазақстандағы «Рухани жаңғыру» бағдарламасына өте ұқсас әлеуметтік дамудың жаңа тұжырымдамасы. Жиынтықта Қоғам 5.0. БҰҰ-ның 2030 жылға дейінгі жаңа жаһандық әлеуметтік күн тәртібі арнасында жатқан жаңа нәтижелерге қол жеткізуді білдіреді.

- Қоғам 5.0. – бұл халықтың ақпараттар мен білімдерге неғұрлым мол қолжетімділігі.

- Таза су мен сапалы денсаулық сақтауға қолжетімділік.

- Қала мен ауыл арасындағы алшақтықтардың азаюы, дұрыс аумақтық жоспарлау.

- Сапалы әрі жоғары жылдамдықты көлік, теміржол және әуе жолы қатынастары арқылы әлем және ел іші бойынша еркін қозғалу мүмкіндігі. «Географиялық қарғыс» проблемасы еңсерілуге тиіс. Негізгі нарықтардан салыстырмалы алшақтық өте қолайлы тармақталған жеткізу құрылымымен өтелуі қажет.

- Бизнесі жүргізу мүмкіндігі және сәтті іскерлік ахуал. Кәсіпкерлік рухты тәрбиелеу қажеттігі туындайды. Посткеңестік мұра бізді пайда табу, сауда мәселелеріне сенімсіздікпен қарауға мәжбүр етеді. Бұл ойды өзгерту қажет, алайда бизнес мәдениетіне, беделдің табысты адамның өте нәзік әрі маңызды элементі ретіндегі міндеттілігіне үйрету қажет.

- Азаматтардың құқықтар мен бостандыққа, мемлекеттік көрсетілетін қызметтерге қолжетімділігі. Егер біз жаңашыл рухты, кәсіпкерлікті азат ету қажеттілігі жөнінде айтатын болсақ, саяси жаңғыру міндетті түрде орын алуы тиіс.

- Өртүрлі этникалық және діни топтар ортақтасатын мемлекеттің бірыңғай құндылықтарын тарату.

- Мемлекет өкілеттіктерін өздік ұйымдастырылатын азаматтық қоғамға табыстау арқылы өз қатысуы барынша азайту және секулярлы (зайырлы) қоғам үшін тиісті нормалардың сақталуын қамтамасыз етуі тиіс.

- Елдің ұлттық индустриясының цифрлық технологияларына қолжетімділік. Өнеркәсіп жаңа стандарттарға және инфрақұрылымның ақылды қалалар мен технологиялардың бірыңғай жүйелеріне жұмыс жасайтындығына бейімделуі қажет.

- Электронды қаржы төлемдеріне және жалпы электронды қаржы жүйесіне қолжетімділік.

Біз Қоғам 5.0. идеясына аса зер салып қарау, оны зерттеу және оның ережелерін Қазақстандағы «Рухани жаңғыру» бағдарламасын іске асыру кезінде пайдалану керек деп санаймыз.

FTAMP
04.21.51

Уәлихан Қалижанов

М.О.Әуезов атындағы Әдебиет және өнер институтының директоры, академик, Қазақстанның еңбек сіңірген қайраткері

ҰЛТТЫҢ РУХАНИ ЖАҢҒЫРУЫ – ЗАМАН ТАЛАБЫ

Аңдатпа. Мақалада Президент Н. Назарбаевтың «Болашаққа бағдар: Рухани жаңғыру» атты бағдарламалық мақаласының тарихи, саяси, мәдени, әлеуметтік мән-маңызы зерделенеді.

Түйін сөздер: *Рухани жаңғыру, прагматизм, Мәдени мұра, Туған жер*

Уалихан Калижанов

ДУХОВНАЯ МОДЕРНИЗАЦИЯ НАЦИИ – ВЕЛЕНИЕ ВРЕМЕНИ

Аннотация. В статье рассмотрено политическое, культурное и социальное значение программной статьи Президента РК Н.А. Назарбаева «Взгляд в будущее: общественная модернизация».

Ключевые слова: *Модернизация общественного сознания, прагматизм, культурное наследие, Туған жер*

Ualikhan Kalizhanov

MODERNIZATION OF PUBLIC CONSCIOUSNESS IS THE IMPERATIVE OF TIME

Abstract. This article considers political, cultural and social significance of the “Course towards Future: Modernization of Public Conscience” policy article of the President of the Republic of Kazakhstan.

Keywords: *modernization of public consciousness, pragmatism, cultural heritage, Tugan Zher (Туған жер)*

Бүгінгі Қазақстан тағдырын Нұрсұлтан Әбішұлы Назарбаевсыз елестету мүмкін емес. Тәуелсіздіктің қалыптасуы мен бүкіл әлем таныған республиканың өркендеуі Елбасының есімімен етене байланысты екендігі даусыз. Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә. Назарбаев – болашақты болжайтын, соңын ойлайтын әлемдік деңгейдегі саяси тұлға. «Әуелі-экономика, сонан соң саясат» деген ұғымды қалыптастырған Нұрсұлтан Әбішұлы Қазақстанның көп векторлы саясатын жүргізу арқылы бәсекеге қабілетті ұлттық мемлекет құру идеясының архитектурасын жасады. Осылай 2050, 2030 бағдарламалары жария етілді. Мақсат – өркениетті 50, сонан соң 30 елдің қатарына қосылу. Міне, әлемдік небір кризистерді төтеп бере отырып, Нұрсұлтан Назарбаев зайырлы, әлеуетті, бірегей ұлттық мемлекетті құрды және қалыптастырды.

Қазіргі Қазақстан баяғыдай үлкен бір ұлттың «соқыр ішегі емес». Бүгінде Қазақстан терезесі тең, керегесі кең, әлемдік мәселелерге ара ағайындық, мәмілегер деңгейге көтерілген іргелі елге, қабырғасы қатайған, шаңырағы берік, уығы шайқалмайтын мемлекетке айналды.

Президент осыдан 21 жыл бұрын өзінің атақты «Тарих толқынында» атты кітабын жазды. Ұлт тарихының 5 мың жылдық тарихи жолын 12 тармақтан тұратын кезеңге бөліп, ой толғады. Бұл жөнінде Ұлт Көшбасышысы: «Өз халқымның кемінде 5 мың жылдық тарихын білуім керек қой», - деп ағынан жарылып еді.

Содан кейін «Мәдени мұра» және «Халық – тарих толқынында» атты бағдарламалар жүзеге асырылды. Қазақ тарихының көмбесі ашылды, тарихи жәдігерлер жарияланды, жүз томдық «Бабалар сөзі» жарық көрді. Ұлытаудағы әулие бұлақтың басында сұхбат беріп, қазақ тарихы туралы ой қозғады. Елбасы өзінің сөйлеген сөздерінде де, жазылған ғылыми-тарихи еңбектерінде де біздің тарихымызда қазіргі ұрпақ ұялатындай ештеңе болмағандығын айтып келеді. Қазақ халқының тарихы ат тұяғымен жазылған.

Нұрсұлтан Назарбаев ренессанттық тұлға екенін саяси-экономикалық, рухани реформаларымен дәлелдеп келеді. Бұған Қазақстанның тұңғыш Президенті, Елбасы Н.Ә. Назарбаевтың өткен жылы «Егемен Қазақстан» газетінде жарияланған **«Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру»** атты мемлекеттің болашағы жайында толғамға толы, тың көзқарастарға негізделген мақаласы куә. Қазақ елі аяқ басқан бесінші тарихи дәуірдегі рухани модернизацияны жан жақты байыптаған мақалада қайта түлеудің екі маңызды процесін – **саяси реформа мен экономикалық жаңғыруды** атап өтеді.

«Біздің мақсатымыз айқын, бағытымыз белгілі, ол – әлемдегі ең дамыған 30 елдің қатарына қосылу» деп бағамдаған Елбасы Н.Ә. Назарбаев осы межелі мақсатқа жету жолындағы негізгі міндеттер мен басты бағыттарды да белгілеп көрсетті. Алдағы **«Мақсатқа жету үшін біздің санамыз ісімізден озып жүруі, яғни одан бұрын жаңғырып отыруы тиіс. Бұл саяси және экономикалық жаңғыруларды толықтырып қана қоймай, олардың өзегіне айналады»**. Рухани жады мықты, әрі жауапкершілігі жоғары біртұтас Ұлт болып, болашаққа қалай қадам басып, бұқаралық сананы қалай өзгертуіміз керек?! Еуразия құрлығында бес жарым ғасырлық тарихы бар Қазақстан Республикасының тұңғыш Президенті осындай күрмеуі қиын сауалдар айналасында толғана отырып, тиянақты шешімдерді де өзі ұсынады.

Сондай-ақ, мақалада өлкетану жұмыстарын жүргізу **«Туған жер» бағдарламасы жалпыұлттық патриотизмнің нағыз өзегіне айналады»,** - деген міндеттер қойылды. Сондықтан да Президент **«Туған жер» бағдарламасын қолға алу керектігін ұсынды.**

Бағдарлама неге «Туған жер» деп аталады? Ауыл баласы - шексіз зерденің ғана емес, ғажайып сезімнің иесі. Туған жерге, оның мәдениеті осы салт-дәстүрлеріне айрықша іңкәрлікпен атсалысу – шынайы патриотизмнің маңызды көріністерінің бірі. Біздің бабаларымыз ғасырлар бойы ұшқан құстың қанаты талып, жүгірген аңның тұяғы тозатын ұлан-ғайыр аумақты ғана қорғаған жоқ. Олар ұлттың болашағын, келер ұрпағын, бізді қорғады!», - деп тебіренді Елбасы.

Елбасының бастамасымен қолға алынған **«Туған жер» бағдарламасы** Отанға, туған елге, Қазақстанға деген әрбір азаматтың патриоттық сезімінің оянуына ықпал етеді. Сонымен қатар Елбасы халқымыздың санасына – жалпыұлттық қасиетті орындар ұғымын сіңіруі қажет, ол үшін **«Қазақстанның қасиетті рухани құндылықтары»** немесе **«Қазақстанның киелі жерлерінің географиясы»** жобасын іске асыру керектігін міндеттеді.

«Әрбір халықтың, әрбір өркениеттің баршаға ортақ қасиетті жерлері болады, оны сол халықтың әрбір азаматы біледі. Бұл – рухани дәстүрдің басты негіздерінің бірі. Біз – ұлан-ғайыр жері мен аса бай рухани тарихы бар елміз. Ұлы Даланың көз жеткізгісіз кең-байтақ аумағы тарихта түрлі рөл атқарған. Бірақ, осынау рухани географиялық белдеуді мекен еткен халықтың тонның ішкі бауындай байланысы ешқашан үзілмеген. Біз тарихымызда осынау көркем,

рухани, қастерлі жерлеріміздің біртұтас желісін бұрын-соңды жасаған емеспіз. Мәселе еліміздегі ескерткіштерді, ғимараттар мен көне қалаларды қалпына келтіруде тұрған жоқ», - деді Елбасы.

Идеяның түпкі төркіні Ұлытау төріндегі жәдігерлер кешенін, Қожа Ахмет Ясауи мавзолейін, Тараздың ежелгі ескерткіштерін, Бекет ата кесенесін, Алтайдағы көне қорымдар мен Жетісудың киелі мекендерін және басқа да жерлерді өзара сабақтастыра отырып, ұлт жадында біртұтас кешен ретінде орнықтыруды меңзейді.

Атап айтып отырған еліміздің киелі жерлері **«Қазақстанның киелі жерлерінің географиясы»** кең байтақ қазақ жерін біртұтас тарихи-мәдени картасын қалыптастыру болып табылады.

Қадірлі достар!

Бүгінде «Туған жерге туынды тік» деген ұлағатты сөзді көңілге түйген көптеген азаматтар өз ауылдарына мешіт, мектеп, балабақша спорт алаңдары мен тарихи ескерткіштер салдырып, ел әлеуетін көтеруге өз үлестерін қосып жүр. Соның бір ғана айғағы ретінде қайраткер қызымыз Аида Ғалымқызы Балаеваның «Рухани жаңғыру» аясында өз қаржысына шығарған **«Қызыр қонған құт мекен»** атты балаларға арналған танымдық кітабын айтуымызға болады. Ақындар мен батырлар елі атанған Жетісу өлкесі – Жамбыл ауданының тарихи негіздеріне арналған танымдық кітапта ауданның құрылу тарихы ғана емес, өлкенің киелі жерлері, жер-су аттарының шығу тарихы, Жетісу жерінен шыққан қазақ өнері мен мәдениетінің дамуына үлес қосқан біртуар ақын-жазушыларымыз, жыршы-жырауларымыз, жалпы өнер қайраткерлері туралы толғам бар. Осындай қасиетті Жетісу топырағынан шығып, тарихта өшпес із қалдырған көсемдер мен шешендер, сөз зергерлері туралы ой-толғамдар танымдық кітаптың тынысын аша түскен.

Кітап **«Тамыры – терең, өмірі - өлең өлке»** деген мақаламен ашылады. Бұл көне замандардан бергі бүгінгі Жамбыл ауданының тарихынан сыр шертеді. Осы мақаладан қандай танымдық деректерді алуға болады. 1890-шы жылы Жетісу уезінің Қастек болысына қарасты Верный – Қарабалта пошта – байланыс жолының бойынан осы жерге бекет салынған. Ал, 1928 жылы аудан болып құрылды. Ал, 1938 жылдың 19 мамырынан Қазақ КСР ОАК төреалқасының шешімімен Қастек ауданы Жамбыл ауданы болып өзгертілді. Бұл Ұлы Жамбыл бабамыздың шығармашылық ғұмырының 75-жылдығына орай көрсетілген бабаға деген құрмет еді. Содан бері 80 жыл өтті. Бүгінгі тұсау кесерді осындай торқалы тойға шашу

деп те қабылдауға болады. Әрине, елді, оны қоныстанған жұртты түсіну үшін шежіреден аттап өте алмайсың. Сондықтан да кітаптан «**Шежіре шертер сыр**» атты тарауы туралы айтпай өтуге болмайды. Өйткені бұл жерде негізінен Бәйдібек баба ұрпақтары өмір сүреді. Кітапта көрсетілгендей, Бәйдібек баба ұлы жүздің үйсін тармағына кіретін Албан, Суан, Дулат, Сарыүйсін, Шапырашты, Ысты, Ошақты тайпаларының түп атасы. Сондықтан Майқы би, Өтеғұлұлы Өтеген батыр, Қабан жыраудың сәуегейлік қасиеті туралы ауыз-әңгімелер кітапта қамшы өрімдей өріліп отырады. Қарасай баба, Қараш, Қастек, Қазыбек бек, Қасқары, Наурызбай, Өтеген, Көкбарақ, Саурық, Сұраншы, Сыпатай, Бекболат сынды тұлғалар жөнінде мол ақпарат алуға болады.

Туған жер – ең жақын адамдардың бізді баурап өсіретін тұрмыс-тіршілік ортасы, адами қарым-қатынас пен береке-бірліктің тағылымды ордасы, ұлттық тәлім-тәрбиенің бал бұлағы. Отанға деген сүйіспеншіліктің нәрлі қуатының қайнары да осында. Сондықтан есейген сайын оған деген сағынышымыз арта түспек», - деп жазады кітаптың алғысөзінде Аида қарындасымыз.

Иә, Аида Ғалымқызы жазғандай туған жер, өскен ауыл, әр қыры мен қыраты, бұлағы мен шүйгін даласы, тау-тасы бәрі – бәрі жүректе шуақ болып, маздап жанады. Ол мәңгі сағыну болып бойға қуат береді. Бүгінде үлкен саясаттың төрінде жүрген Аида қарындасымыздың «**Жерұйығым – Атамекенім**» туралы кітапты өзімнің кішкентай жерлестеріме, мектепте білім алып жүрген бүлдіршін сіңлілерім мен інілеріме арнап шығардым. Олардың бойына туған жерге деген, туған елге деген махаббаттарын арттыруға аз болса да үлес қосқым келді. Елін, жерін, тарихын білсе екен дедім», - деп толғанды автор.

Міне, бұл кітап осындай тарихы, аңызы мен шындығы астасып, бүгінде Жетісудың шұрайлы құт-мекеніне айналған сындарлы өлке, қасиетті құт-мекен туралы ой толғайды.

Қорыта айтқанда, Аида Ғалымқызы сынды қайраткер қыздарымыз бен ұлдарымыз көп болған сайын халқымыздың рухани жаңғыру жолындағы ұлтжандылыққа негізделген ұлттық патриотизмі де өсе түсетіні шүбә келтірмейді.

Сонымен қатар Биік сана мен тарихи танымға негізделген Елбасы мақаласында ұлттық жаңғыру үшін ірі-ірі бағыттарды жүзеге асыру міндеті тұрғанын ескертеді. Мәселен, мақаланың «**XXI ғасырдағы ұлттық сана туралы**» бөлімінде **1. Бәсекеге қабілеттілік; 2. Прагматизм; 3. Ұлттық бірегейлікті сақтау; 4. Білімнің салтанат**

құруы; 5. Қазақстанның революциялық емес, эволюциялық дамуы; 6. Сананың ашықтығы сынды мазмұндас, идеялас басым бағыттарды атаған.

Ұлтты кері кетіретін кесірлі әрекеттерден, таптаурын стереотиптерден арылтпайынша жаңғыруға бет алу мүмкін емес деген ойды меңзейді Елбасы. Прагматизмнің жарқын үлгілерін бабаларымыз қалыптастырған ұлттық құндылықтардан іздегеніміз абзал. Яғни, Ұлы далада «Мәңгілік Ел» үшін өз өрнегін салған, ұлттық құндылығын, тарихын жасаған, жерін қалыптастырып, қоғамдық қатынас орнатқан қазақ халқы прагматизмнің озық дәстүрлерін қалыптастырып үлгерді.

«Прагматизм» деп аталған бағытта соңғы уақыттарда мемлекеттің басты байлығы – жерге деген күтім-баптаулардың аздығы немесе жетіспеуі мен тұрақты көңіл бөлінушіліктің жоқтығын да атап өтті. Бүгінде Арал теңізінің экологиясы ғаламдық проблемаға айналды. **«Біз жаңғыру жолында бабалардан мирас болып, қанымызға сіңген, бүгінде тамырымызда бүлкілдеп жатқан ізгі қасиеттерді қайта түлетуіміз керек. «Прагматизм – өзіннің ұлттық және жеке байлығынды нақты білу, оны үнемді пайдаланып, соған сәйкес болашағынды жоспарлай алу, ысырапшылдық пен астамшылыққа, даңғойлық пен кердендікке жол бермеу деген сөз»** деп түйіндеді.

Бұған дейін де **«Отан деген ұлы ұғым бар»**, – деп ой бөліскен еді Елбасымыз Ұлытаудағы әулие бұлақтың басындағы маңызды сұхбатында. **«Өз тарихын білмейтін және қадірлемейтін халықтың болашағы мүлдем бұлыңғыр»** деп ескерткен-ді. **«Ескі еменнің тамыры терең болмаса, дауылға қарсы тұра алмайды»** деген бейнелі жолдары да бүгінде сөздік қолданысқа еніп кетті.

Елбасы Н.Ә. Назарбаевтың ойтүзер мақаласының **«Таяу жылдардағы міндеттер»** деп аталатын II бөлімінде атауына сәйкес ұлттық жаңғыру жолында жүзеге асуы тиіс бірнеше міндеттерді алға қойды. Соның бірі – **«қазақ тілін латын әліпбиіне көшіру»**.

Ұлттық болмыс пен ұлттық сана өзгерді. Елбасы, Қазақстан Республикасының Президенті латын әліпбиіне көшу туралы тәуелсіздік алған күннен бастап ойлап, оны жүзеге асыру жолдарын қарастырды. Бірақ Қазақстандағы экономикалық, демографиялық жағдай тосын шешім қабылдауға мүмкіндік бермеді. Латын әліпбиіне көшу мәселесін Елбасы жыл сайынғы өз Жолдауларында жария етіп, қоғамдық ойдың талқысына салды. Міне, осылай жаһандық

үдерістерді саралай келіп, Н.Ә. Назарбаев «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» атты мақаласында күдік ойдың бұлтын сейілтті. Латын әліпбиіне көшу Қазақстанның стратегиялық бағдарламасының құрамдас бөлігіне айналды. Латын әліпбиіне көшу қазақ, орыс, ағылшын тілдерін қатар меңгеруге мүмкіндік беретіні сараланды. Сонымен Елбасының Жарлығымен қабылданған жаңа латын әліпбиі бүгінгі қоғам талабына жауап бере алады, қазақ тілінің икемділігін арттырып, оны меңгеруші өзге тіл иелеріне ыңғайлы бола түседі деген пікір білдіргім келеді.

Ендігі міндет пікірталасты қойып, латын графикасына негізделген жаңа қазақ әліпбиін, «Нұрсұлтан Назарбаев әліпбиін» батыл түрде күнделікті өмірге енгізуді бастау керек. Оны жүзеге асырудың кезең-кезеңдерін де Елбасы айқындап берген. Міне, ұлттық сананы рухани жаңғыртудың айқын жолы – латын әліпбиі екенін зердеде ұстап қана қоймай, бір кісідей жүзеге асыруға тырысуымыз қажет. Сонда ғана «қазақстандықтар бірыңғай ұлтқа айналады».

Қазақстанның «Киелі жерлерінің географиясын» жасау елтаным ғана емес, мәдени-тарихи орындарымыздың көркеюіне, туризмнің дамуына жол ашатыны сөзсіз. Ал, «Жаһандағы заманауи қазақстандық мәдениет» жобасы ұлттық әдебиетіміз бен өнеріміздің озық үлгілерін зерттеуге, жариялауға мүмкіндік береді. Осы орайда М.О. Әуезов атындағы Әдебиет және өнер институты Елбасының «Рухани жаңғыру: болашаққа бағдар» мақаласы аясында бірқатар ауқымды шараларды жүзеге асырды. «Рухани жаңғыру» бағдарламасын іске асыру жоспарына сәйкес институт ұжымы бірнеше халықаралық, республикалық конференциялар, дөңгелек үстелдер, ғылыми семинарлар мен ашық дәрістер ұйымдастырып, алыс-жақын шетелдерге ғылыми іссапарларды жүзеге асырды. Нақтырақ айтсақ, М.О. Әуезов атындағы Әдебиет және өнер институтының «Фольклортану», «Ежелгі дәуір және ортағасырлар әдебиеті», «Абайтану және жаңа дәуір әдебиеті», «Тәуелсіздік дәуіріндегі әдебиет және көркем публицистика», «Сыртқы әдеби байланыстар және талдау», «Әуезовтану», «Музыкатану», «Театр және кино», «Бейнелеу өнері», «Қолжазба және мәтінтану ғылыми-инновациялық» бөлімдерінің өткен жылғы ғылыми зерттеу жұмыстары мен қоғамдық іс-шаралары ҚР Президенті Н.Ә. Назарбаевтың «Мәңгілік ел», «100 нақты қадам – Ұлт жоспары», Индустрияландыру, «Цифрлы Қазақстан», «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру», т.б. бағдарламалары аясында өткенін атап

өткен жөн. Атап айтқанда, институт ғалымдары шығарған «Абай Құнанбаев әлем әдебиеттануында», «Қазақ сахнасының шеберлері: шығармашылық портреттер», «Шетелдердегі қазақ әдебиеті», «М.О. Әуезов шығармашылығының тәуелсіздік кезеңінде зерттелуі», т.б. ұжымдық монографиялар мен Колумбия университетімен бірлесіп шығарған «Қазақ әдебиетінің антологиясы» атты 2 томдық кітап қазақ әдебиеті мен өнерін дәріптеп, ұлттық мәдениеттің дамуына үлес қосқан біртуар тұлғалардың шығармашылығын ұрпақ жадына сіңіруге ықпал ететін құнды зерттеулер болып табылады. Ұлт Көшбасшысының бағдарламалық мақаласында сөз болған «ұлттық кодты» сақтаудың бірегей жолы рухани мәдениетімізді насихаттау, ұлттық құндылықтарымызды бағалау болмақ. Елбасының өзі де: «Біріншісі – ұлттық код, ұлттық мәдениет сақталмаса, ешқандай жаңғыру болмайды», - деп рухани өрлеудің негізгі тетігі дәстүрлі тарихи мәдениетіміз бен болмысымызды сақтай отырып, ұлттық кодымызды көтеру екендігін ескертеді.

XXI ғасырда ұлттық құндылықтар мәселесін гуманитарлық ғылымдар саласында қолға алу – басты трендке айналып отыр. Экономика, саясат, мәдениет, технология салаларын тұтас дамыту реформалары салтанат құрған өркениет дәуірінде жаһандану нәтижесінде ұлттық бірегейлік пен этностық бірізділіктің жойылып, жұтылып кету қаупінің алдын алу процесі үзбей жүргізілуі тиіс. Сонда ғана ұлттың әдеби, мәдени, тарихи үлгілері барынша әлемдік деңгейде насихатталып, көрсетілетін болады. Президент Н.Ә. Назарбаевтың «**Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру**» атты жаңа көзқарастарға негізделген мақаласы осындай ұлттық жаңғыруға жол салады. Және ол XXI ғасырдағы қазақ қоғамының сана-сына әкелген құбылыс болды.

ӘДЕБИЕТТЕР:

1. Мемлекет басшысының «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» атты мақаласы http://www.akorda.kz/kz/events/akorda_news/press_conferences/memleket-basshysynyn-bolashakka-bagdar-ruhani-zhangyru-atty-makalasy.
2. А. Балаева «Қызыр қонған құт мекен», Астана, 2018 ж.

ҒТАМР
15.41.21

Ақбота Жаппар, Лаура Ақатаева, Айгүл Нұрмұқанова
«Ана үйі» қоғамдық қорының психологиялық қызметі
(Астана қ., Қазақстан)

«АНА ҮЙІ» ЖОБАСЫНДАҒЫ ЖАС ӘЙЕЛДІҢ ӘЛЕУМЕТТІК КЕЛБЕТІ

Аңдатпа. Осы мақалада «Ана үйі» қайырымдылық жобасын іске асыру процесінде жинақталған және осы жобаның нысаналы тобына жатқызылатын жас әйелдердің жалпыланған әлеуметтік келбетін құруға, сондай-ақ жас әйелдердің өміріндегі жаңа туылған сәбиден бас тартуға мәжбүрлейтін дағдарыстық жағдайларды анықтайтын негізгі әлеуметтік факторларды айқындауға мүмкіндік берген деректерді талдау нәтижесі мазмұндалған. Авторлар жүргізген талдау анықтаушы фактор ретінде ауыр материалдық жағдаймен қатар, әйелдің айналасындағы жақын әлеуметтік ортаның қарым-қатынасы мен ұстанымдарын көрсетті. Бұл әлеуметтік жетімдіктің алдын алуға қазақстандық отбасыларында тиісті құндылық бағдарларын қалыптастыруды басты мақсатқа алу қажет деген болжамның туындауына негіз болды.

Түйін сөздер: *Ана үйі, әлеуметтік жетімдік, жаңа туылған сәбиден бас тарту, отбасының құндылық бағдарлары.*

Ақбота Жаппар, Лаура Ақатаева, Айгүл Нурмуканова **СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ МОЛОДОЙ ЖЕНЩИНЫ** **В ПРОЕКТЕ «ДОМ МАМЫ»**

Аннотация. В данной статье изложены результаты анализа данных, собранных в процессе реализации благотворительного проекта «Дом мамы» и позволивших составить обобщенный социальный портрет молодых женщин, являющихся целевой группой данного проекта, а также выделить основные социальные факторы, определяющие

кризисную ситуацию в жизни молодых женщин и вынуждающих их отказаться от новорожденного ребенка. Проведенный авторами анализ показывает, что определяющим фактором, наряду с тяжелым материальным положением, выступают отношения и позиция ближайшего социального окружения, что рождает предположение о том, что фокус внимания в профилактике социального сиротства должен быть нацелен на формирование в казахстанских семьях соответствующих ценностных ориентаций.

Ключевые слова: Дом мамы, социальное сиротство, отказ от новорожденного, ценностные ориентации семьи.

Akbota Zhappar, Laura Akatayeva, Aigul Nurmukanova SOCIAL PORTRAIT OF A YOUNG WOMAN IN THE “MOTHER’S HOUSE” PROJECT

Abstract. This article demonstrates the results of the analysis of data, collected during the implementation of the “Mother’s House” charitable project, which allowed to compile a generalized social portrait of young women who are the target group of this project, as well as to identify the main social factors which determine a crisis situation in the life of young women forcing them to abandon an infant. The analysis conducted by the authors shows that the determining factors along with the financial hardship are the relations and position of the close social environment, this leads to the assumption that in the course of prevention of social orphanhood, there is a need to focus on forming the relevant value systems in Kazakhstani families.

Key words: Mother’s House, social orphanhood, abandonment of infants, family’s value systems.

Қоғамда орын алып жатқан әлеуметтік – экономикалық өзгеріс кезеңінде әлеуметтік жұмыс ерекше маңызға ие болды. Әлеуметтік жұмыс жүйесіне Қазақстандағы үкіметтік емес ұйымдардың жұмысы да кіреді. Олардың қатарында «АНА ҮЙІ» қоғамдық қорының «Ана үйі» жобасы – жас аналарға арналған дағдарыс орталықтарының желісі де бар. Аталмыш жоба қиын жағдайға тап болған жас әйелдердің жақындарымен қарым-қатынасын жақсарту, олардың психологиялық - эмоционалдық жағдайын тұрақтандыру,

балаға жүрек жылуын қалыптастыру, ата-аналық және басқа да дағдыларды қалыптастыру сияқты міндеттерді шеше отырып, жас әйелдерге олардың жобадан шыққаннан кейінгі одан әрі жақсы әлеуметтенуі үшін қажетті психологиялық және әлеуметтік қолдау көрсетуді қамтамасыз етеді. Жобаның негізгі мақсаты – сәбилерден бас тартуды болдырмау. Бұл жобаның өзектілігі ата-ана қамқорысыз өскен және интернат мекемесінің жүйесінде тәрбие алған баланың анасының қамқорынан ғана айырылып қана қоймай, әлеуметтік қатер тобына түсетінін ұғындыруға негізделеді. Көптеген ғылыми зерттеулер деректері бойынша әлеуметтік белсенділіктің, әлеуметтік құндылықтардың қалыптасуының төмен болуы, әлеуметтік танымның және әлеуметтік біліктіліктің тапшылығы салдарынан балалар интернат мекемелерінің түлектерінің ересек өмірге бейімделуі өте қиынға соғады [2,3].

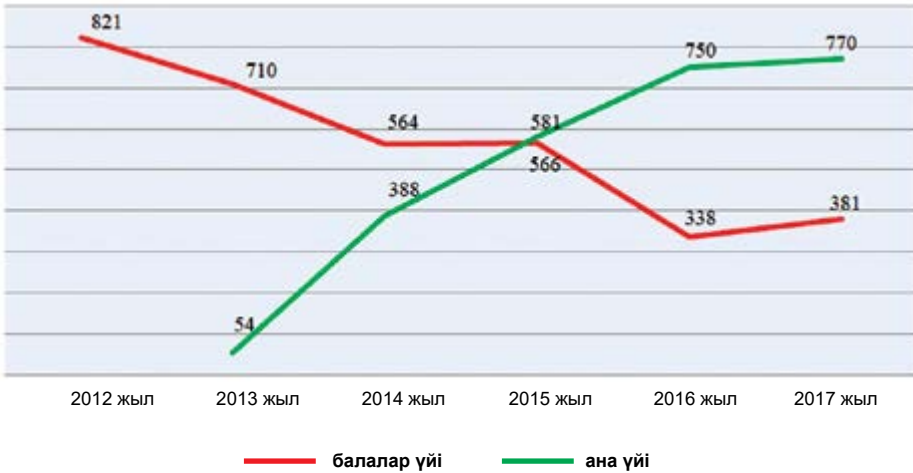
Оның ішінде туылған бойда ата-анасы бас тартқан балалардың тағдыры ерекше қиын болады, себебі дәл осы алғашқы екі жылда дамудың (физикалық, психикалық) материалдық негізі ретінде қызмет атқаратын нервтік байланыстар (шамадан тыс синаптогенез) қалыптасады (избыточный). Пайдаланылмайтын (мысалы, анасының күйзелісі салдарынан) нервтік байланыстар өліп қалады [4].

«Ана қамқорлығының» жетіспеуі салдары болып табылатын ауытқыған және проблемалық мінез-құлық түрлері: стереотиптік өзінталаным, көңіл бөлудің жетіспеуі / гипербелсенділік, эмоцияны және мінез-құлықты бақылаудың аздығы, бауыр басуға қабілетсіздік, достарын талғай алмау, құрдастарымен қалыпты қарым-қатынас жасаудың қиынға соғуы [5,6].

Ана мен баланы айырудың ауртпалығын ескере отырып, «Ана үйі» ҚҚ 2013 жылы «Ана үйі» қайырымдылық әлеуметтік жобасын іске қосты. Бұл жобаны Қазақстанның 18 бизнесмендері қаржыландырады. Жобаның мақсаты – анасының сәбиден бас тартуын болдырмау және әлеуметтік жетімдіктің алдын алу.

Бүгінгі таңда ҚР 19 қаласында 25 «Аналар үйі» ашылды. Жобаның жұмыс жасау барысында Ана үйі жобасының шеңберінде 3000 әйелге әлеуметтік-психологиялық қызмет көрсетілді.

Балалар үйлерінің және жергілікті атқарушы органдардың денсаулық сақтау басқармаларының деректері бойынша жоба жүзеге асырылып келе жатқан бес жыл ішінде денсаулық сақтау мекемелеріне (балалар үйлеріне) келіп түскен 1,5 жасқа дейінгі балалар саны 46,3 % -ға қысқарды (710-нан 381-ге дейін) (1-сурет).



1-сурет. 2012-2017 жж. бойынша «Ана үйі» жобасында сәбилерден бас тартудың алдын алу көрсеткіштері.

Егер жобаның басында, 2013 жылы 764 «бас тартылған балалардың» 54-і анасымен қалса (7%), 2017 жылы – 770 бала (67%) анасының жанында қалған.

Қордың бірнеше жыл бойына жұмысы кезінде «Ана үйі» жобасының нысаналы тобына жатқызылатын жас әйелдердің әлеуметтік бейімнен қалыптастыратын және олардың өміріндегі дағдарыс жағдайларын және сәбиден бас тартуға мәжбүрлейтін негізгі факторларды анықтауға мүмкіндік беретін статистикалық деректер жинақталды.

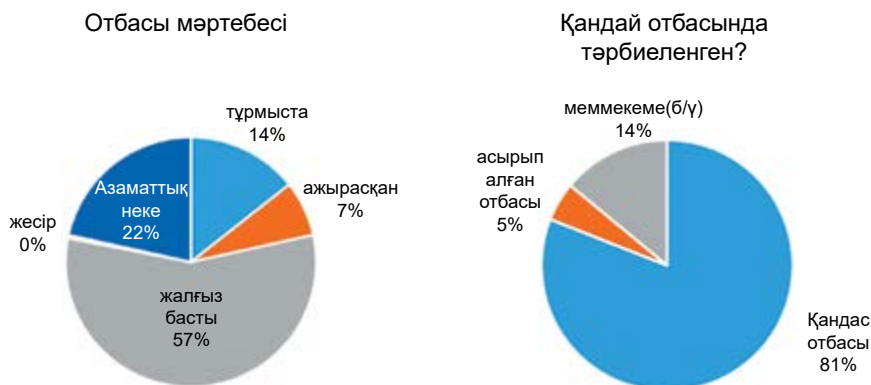
Талдау үшін 2017-2018 жылдары жобадан көмек алған 500 жас әйелдің сауалнамалық деректері жинақталды.

Ана үйінде көмек алған әйелдердің орташа жасы - 23 жас. Жобادا жас шамасына қарай шектеулер қарастырылған, алайда ерекше қиын жағдайларда Қор мамандары бұл шектеуден ауытқып, осылайша жәрдем алған әйелдердің жастары 15-тен 40 жасқа дейінгі аралықта. Әдетте, бұл Қазақстан азаматшалары, дегенмен әйелдердің 3%-ы басқа мемлекеттен келгендер.

Әйелдердің отбасылық жағдайын бағалай отырып, олардың 14%-ның ресми некелі, 21,5% баланың әкесімен қарым-қатынасы ресми тіркелмеген азаматтық некеде екенін, немесе мұсылман отбасыларындағы жағдай сияқты қарым-қатынастың тек мешітте ғана тіркелгенін айта кеткен жөн. Жартысынан көбі, яғни 57% -

әдетте, жүктілік туралы естіген бойда жоғалып кеткен еркектерден еш көмек ала алмайтын, некеде жоқ жалғыз басты әйелдер.

Әйелдің өмір жағдайындағы көпшілік жағдай оның жан-жағындағыларға байланысты болады. Деректер 47,4% әйелдің толық емес отбасынан шыққанын көрсетеді. Әйелдердің бестен бірі ата-аналарын ерте жоғалтқандар, олардың ішінде 14% интернат мекемелерінде, ал 5% асырап алған отбасыларында тәрбие алғандар.



2-сурет. «Ана үйі» жобасындағы жас әйелдердің отбасы жағдайы, % әйел

Әйелдердің білім деңгейін талдау осы топта орта-арнайы (44,8%) және орта білім (39%) алғандардың басым түсетінін көрсетті. 3% жағдайда қыздардың тіптен орта білімінің де болмағанына аса назар аудару керек. Жоғары білімділер 13% құрады.



3-сурет. «Ана үйі» жобасындағы әйелдердің білім деңгейі, % әйел

Жас әйелдің дағдарыстық ахуалын қиындататын жағдай 53%-да олардың қандай да бір зорлық-зомбылық көруі және бұл жағдайдың әйелдің балалық шағынан бастап, ересек өмірге аяқ басуына дейінгі кезеңге ұзақ уақытқа созылуы екенін айта кеткен жөн.

Зорлық-зомбылық көрген әйелдердің (N=246) 42% жолдасы немесе ана-анасы тарапынан ұрып-соғу немесе басқа да физикалық зорлық-зомбылық түрінен жапа шеккендерін хабарлайды. 22% тіл тигізу, кемсіту сияқты эмоционалдық қорлық көрген. 9% әйел экономикалық зорлық-зомбылық ретінде бағаланатын қатаң қаржылық шектеуге тап болған. 3% жағдайда әйелдер жүктілікке себеп болған және әйелдің алдына баланы қалдыру керек пе не бас тартқан жөн бе деген күрделі таңдау қойған сексуалдық зорлық-зомдылықтың құрбаны болған.



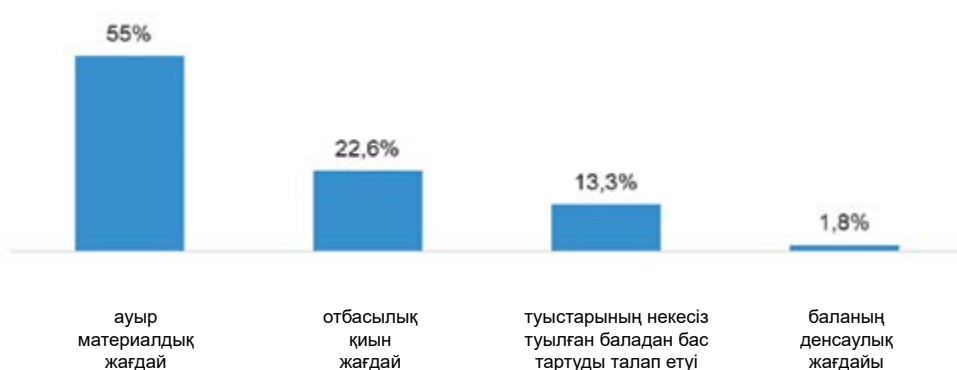
4-сурет. «Ана үйі» жобасындағы әйелдер тап болған зорлық-зомбылықтар, % жағдай

Әйелдердің жобаға жүгінуіне себеп болған себептерді талдай келе, жас ананы баладан бас тартуға итермелеу қатері туындайтын бірнеше жағдайды айқындауға болады. Көбіне бұндай себептер арасында ауыр материалдық жағдай басым түседі – 55%. 23%-да бұл қиын отбасылық жағдай – дау-дамай, тұрмыстық зорлық-зомбылық және т.б. Ал 13% - некесіз туылған баладан бас тартуды әйелдің жақындарының талап етуі.

6%-да жас әйелдердің тәжірибесінде бұрында да баладан бас тарту жағдайы болған. Бұл егер әйелге уақтылы кәсіптік көмек көрсетілмесе, бұндай жағдайдың әлі де қайталану мүмкіндігін көрсетеді.

Жобаның психологтарының тәжірибесінде 70% әйел Ана үйіне жүгінген уақытта ауыр ретінде бағаланатын күйзеліс жағдайында болады, және осымен байланысты бірнеше қатар психологиялық проблемаларға кезігеді. Бұл психожарақаттар (басынан өткен зорлық-зомбылық, шеттету, маңызды қарым-қатынастарды жоғалту салдары), жақын адамдарымен дау-дамайлық жағдайлар (әкесімен және анасымен), позитивтік аналық мінез-құлық үлгісінің болмауы, үйреншікті әлсіздік, енжар өмірлік ұстаным, ер адаммен қарым-қатынасқа дайын болмау, виктимділік, жеке өмірлік шектеулердің жоғалуы және басқа да.

Жобаның әлеуметтік қызметкерлерінің берген бағалары бойынша баладан бас тартуға анық қатер 25% жағдайда орын алған. Тәуекел деңгейін жоғары, орта немесе төмен ретінде саралай отырып, жоғарыда атап көрсетілген факторлардың қайсысының әйелдің баладан бас тарту туралы шешім қабылдауына себеп болатынын анықтауға болады.



5-сурет. Жас әйелдің ана үйіне келіп түсу себептері, % жағдай

Тәуекел деңгейлерін Ана үйіне түсу себептерімен салыстыру жоғары қатер көп жағдайда некесіз туған баладан бас тартуды әйелдің туыстарының талап ету себепінен орын алатынын көрсетеді (18%). Туыстармен қарым-қатынас баланың бұдан әрідегі тағдыры туралы шешім қабылдау сәтінде материалдық қиындықтардың маңыздылығынан артады. Сәбиден бас тартуға жоғары деңгейде итермелейтін тағы бір фактор баланың денсаулық жағдайы болып табылады (8%).

1-кесте. Ана үйіне келіп түсу себептері және баладан бас тарту тәуекелінің деңгейі, % жағдай

Ана үйіне келіп түсу себептері:	Баладан бас тарту тәуекелінің деңгейі		
	төмен	орта	жоғары
- туыстардың талап етуі	59	23	18
- ауыр материалдық жағдай	78	19	3
- баланың денсаулық жағдайы	67	25	8
- қиын отбасылық жағдай	80	17	3

Білімнің болмауы қиын өмірлік жағдайда баладан бас тарту тәуекелін арттыратын фактор бола алады деуге болады. Бұған тәуекелдің білім деңгейі жоғарылаған сайын тәуекелдің төмендейтінін көрсететін деректер дәлел бола алады, сонымен қатар жас әйелдің қандай шешім қабылдауына білім деңгейінің бірдей ықпалын да көре алмаймыз. Жоғары және орта білімі бар қыздар тобында баладан бас тартудың жоғары деңгейі шамамен бір диапазонда (7% және 8%), ал орта-арнайы білімі бар қыздарда тәуекел айтарлықтай сирек көрсетіледі (4%).

2-кесте. Білім және баладан бас тарту деңгейі, % жағдай

Білімі	Баладан бас тарту деңгейі		
	төмен	орта	жоғары
жоғары	80	13	7
орта-арнайы	78	18	4
орта	70	22	8
білімі жоқ	50	40	10

Әйелдің отбасы мәртебесінің ықпалын бір мәнді деп сипаттауға болады. Әйел ресми некеде тұрған жағдайда отбасындағы қарым-қатынасты жақсы деп айтуға келмесе де, баладан бас тарту деңгейі төмен (78%). Егер әйел жалғызбасты болса, 9% -да бұл тәуекел жоғары деп бағаланады. Ресми тіркелмеген қарым-қатынастар және ажырасу да жоғары тәуекелдің туындауы үшін жағдай жасайды (4% және 6%).

3-кесте. Отбасылық мәртебесі және баладан бас тарту тәуекелінің деңгейі, % жағдай

Отбасылық мәртебесі	Баладан бас тарту тәуекелінің деңгейі		
	төмен	орта	жоғары
- тұрмыста	78	22	0
- бірге тұрады	73	23	4
- ажырасқан	81	13	6
- жалғыз басты	74	18	9
- жесір	100		

Егер әйел зорлық-зомбылықты бастан кешсе, бұл жағдайды қиындата түседі. 36% сексуалдық зорлық-зомбылық көрген әйелдердің баладан бас тарту ниеті анық сипатта. Зорлық-зомбылық болмаған жағдайда бұл сан не бары 3%-ды құрайды. Сәйкесінше, бала анасы тап болған зорлық-зомбылықтың тікелей құрбаны болып шығады деуге болады.

4-кесте. Зорлық-зомбылықты бастан өткеру және баладан бас тарту деңгейі, % жағдай

Зорлық-зомбылық түрлері	Баладан бас тарту деңгейі		
	төмен	орта	жоғары
физикалық зорлық-зомбылық	65	26	9
сексуалдық зорлық-зомбылық	29	36	36
эмоционалдық зорлық-зомбылық	60	31	9
экономикалық зорлық-зомбылық	51	40	9
зорлық-зомбылық көрмеген	84	13	3

Әйелдің жан-жағындағылардың қалыптасқан жағдайға қарым-қатынасы шешуші рөл атқарады және алынған деректер әйелдің баланы қалдырғысы келетін ниетіне кім қолдау көрсететінін айғақтайды. Деректер талдауы бұндай адам көбіне анасы екенін (24%) және едәуір сирек жағдайда әкесі (3%) және атасы мен әжесі

(2%) болатынын көрсетеді. Сонымен қатар, дәл осы анасы мен әкесі көп жағдайда баладан бас тартуға мәжбүрлейді (15,6 және 10%). Әпке - сіңлілері/аға-інісі бас тартуға итермелеуге (4,6%) қарағанда, әйелді көбіне қолдайды (10,6%).

5-кесте. Әйелдің баланы отбасында қалдыру ниетін қолдаудың болуы/болмауы, % жағдай

Туыстары	қолдайтындары	бас тартуға мәжбүрлейтіндері
анасы	24,5	15,6
әкесі	3,0	10,0
әпке-сіңлісі/аға-інісі	10,6	4,6
тәтесі/көкесі	3,2	2,2
әжесі/атасы	2	1,5
басқалары	6,5	3,4
күйеуі	3,5	1,7
ешқандай туысы жоқ	3,7	4,4
	100	100,0

Осылайша, «Ана үйі» жобасының нысаналы тобын және әйелдердің Ана үйіне келіп түскен кездегі өмірлік жағдайларын талдау баладан бас тарту тәуекелін арттыратын бірнеше қатар факторларды айқындауға болатынын көрсетеді.

Бұлардың қатарына өмірлік жағдайы келесі кезеңдермен сипатталатын әйелдерді жатқызуға болады:

- бұл жалғызбасты, баланың әкесімен қарым-қатынасы жоқ
- физикалық, сондай-ақ эмоционалдық зорлық-зомбылыққа шалдыққан.
- білім деңгейі төмен
- көбіне әкесі мен шешесі болып табылатын жақын адамдар қысым жасайтын,
- едәуір материалдық қиындыққа тап болған жас әйел.

Алынған деректер баладан бас тарту тәуекелінің көптеген факторларға байланыстылығы туралы авторлар жасаған болжамды растайды. Әлеуметтік жетімдікті болдырмау басты назарға отбасыншілік қарым-қатынастардың құндылықты аспектілерін

ала отырып, білім беру бағдарламаларымен қатар, әлеуметтік, психологиялық, медициналық көмек шараларын қамтитын кешенді тәсілді талап етеді.

Бұл аспектінің маңыздылығын ауыр материалдық жағдай қаншалықты маңызды орын алса да, тәуекелді бағалау кезінде бұл проблеманың жақындармен қарым-қатынаспен салыстырғанда екінші орынға ығысатыны дәлелдейді. Сәйкесінше, баланың жақсы ахуалы мен отбасының әлеуметтік мәртебесі арасында таңдау жасағанда отбасылық құндылық бағдарларына ерекше маңызды орын бере отырып, екіншісіне таңдау жасалатыны туралы пайымдауға болады және бұл деректер мемлекеттік әлеуметтік саясатты жоспарлау кезінде барлық халық тобының арасында және түрлі жастағыларды қамти отырып, білім беру және ағарту жұмыстарын жүргізуге аса көңіл бөлу және отбасының мәртебесіне қарамастан, ондағы әр баланың тағдырына қатысты құндылықтарды қалыптастыру қажеттілігін көрсетеді. Әлеуметтік саясатта осы компоненттің болуы отбасындағы материалдық проблемаларды шешумен бірге әлеуметтік жетімдікті түбірінен жоюды қамтамасыз етеді.

ӘДЕБИЕТТЕР:

1. 2017 жылғы Қазақстан Республикасындағы балалардың жағдайы туралы баяндама <http://www.bala-kkk.kz/ru/news/32896>.
2. С.-Х.А. Баширова Балалар үйінің тәрбиеленушілерін әлеуметтік бейімдеу // Мир образования – образование в мире. – 2016.
3. Сергиенко Е.А. Институцияландыру және оның әлеуметтік танымды дамыту үшін салдары /Қазіргі Ресейдегі жетімдік проблемасы: Психологиялық аспект /Жауапты ред. А. В. Махнач, А. М. Прихожан, Н. Н. Толстых. – М.: «Институт психологии РАН» баспасы, 2015. – 670 б.
4. Психогенетика. Оқулық /И. В. Равич-Щербо, Т. М. Марютина, Е. Л. Григоренко. Ред. И. В. Равич-Щербо – М.; Аспект Пресс, 2000, – 447 б.
5. Балалар үйіндегі балалардың дамуына ерте әлеуметтік-эмоционалдық тәжірибені өзгертудің ықпалы / ағылшын тілінен аударылған, ғылыми ред. Р. Ж. Мухамедрахимов. М. : Балаларды зорлық-зомбылықтан қорғау ұлттық қоры, 2009. 296 - б.
6. Мухамедрахимов Р. Ж. Анасы мен сәбиі: психологиялық өзара қарым-қатынас. – СПб., 1999.

ҚСЗИ «ӘЛЕМДЕГІ ЖЕТЕКШІ АНАЛИТИКАЛЫҚ ОРТАЛЫҚТАР» ЖАҒАНДЫҚ РЕЙТИНГІСІНЕ ЕНГЕН ЖАЛҒЫЗ ҚАЗАҚСТАНДЫҚ САРАПТАМАЛЫҚ ОРТАЛЫҚ

2018 жылдың 31 қаңтарында Пенсильвания Университетінің «Global Go To Think Tank Index Report» атты «аналитикалық орталықтардың» әлемдік беделді рейтингісі саналатын дүниежүзіндегі зерттеу және талдау орталықтарының жыл сайынғы рейтингісі жарияланды. Рейтинг профессор Джеймс МакГанның жетекшілігімен «Аналитикалық орталықтар және азаматтық қоғам» бағдарламасы шеңберінде жүргізіледі. Американдық университет 7815 «аналитикалық орталықтың» 2017 жылғы қызметіне талдау жасаған, оның ішіндегі 28-і қазақстандық орталықтар. Сілтемені қараңыз: https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1012&context=think_tanks)

Think Tanks & Civil Societies Program
The Lauder Institute
The University of Pennsylvania



**2017 Global Go To Think Tank
Index Report**

1-кесте. Мемлекеттер бойынша аналитикалық орталықтардың саны

SUB-SAHARAN AFRICA	ASIA	CENTRAL AND EASTERN EUROPE		WESTERN EUROPE	
Angola	4	Albania	22	Albania	2
Burkina Faso	21	Armenia	17	Austria	68
Burundi	4	Azerbaijan	15	Bosnia and Herzegovina	13
Cambodia	22	Bangladesh	38	Belgium	61
Cape Verde	3	Bhutan	3	Denmark	51
Central African Republic	2	Brazil	7	Croatia	15
Chad	3	Canada	14	Czech Republic	27
Congo	3	China	582	Estonia	26
Cote d'Ivoire	19	Colombia	26	Finland	17
Democratic Republic of Congo	8	Georgia	26	Hungary	43
Egypt	5	Hong Kong	56	Iceland	9
Gabon	26	India	444	Ireland	38
Gambia	6	Indonesia	26	Italy	189
Ghana	40	Iran	116	Lithuania	19
Guinea	2	Kazakhstan	28	Luxembourg	8
Guinea-Bissau	1	Kyrgyzstan	27	Moldova	4
Kenya	15	Laos	4	Montenegro	4
Lesotho	4	Malaysia	19	Poland	60
Liberia	4	Maldives	6	Romania	34
Madagascar	5	Mali	3	Russia	103
Malawi	15	Mongolia	15	Serbia	14
Mali	14	Nepal	5	Slovakia	27
Mauritania	8	North Korea	2	Slovenia	6
Mauritius	10	Pakistan	25	Ukraine	38
Mayotte	5	Philippines	21	United Kingdom	311
Mozambique	5	Singapore	12	Vatican City	1
Namibia	16	South Korea	53		
Niger	19	Sri Lanka	52		
Nigeria	52	Taiwan	36		
Rwanda	8	Tajikistan	7		
Senegal	22	Thailand	11		
Sierra Leone	4	Turkmenistan	13		
Somalia	6	Uzbekistan	13		
South Africa	92	Vietnam	10		
Sudan	8				
Swaziland	3				
Tanzania	16				
Togo	8				
Togo	32				
Zambia	14				
Zimbabwe	28				

Әлемдік аналитикалық орталықтардың жаһандық рейтингісіндегі ҚСЗИ (#KAZISS) позициясы



2017 жылдың қорытындысы бойынша «Әлемдегі алдыңғы қатарлы жетекші аналитикалық орталықтар (АҚШ аналитикалық орталықтарын қоспағанда)» жаһандық рейтингінде ҚСЗИ 140 орынға ие болды (2016 жылы ҚСЗИ бұл жетекші тізімге алғаш рет енгенде, 147-ші орынды иеленген еді. Рейтингте 6846 «аналитикалық орталықтың» қызметіне талдау жасалған болатын). ҚСЗИ жетекші рейтингке енген бірден-бір қазақстандық «аналитикалық орталық» ретінде өзінің ерекше мәртебесін тағы да растады.

2-кесте. Аналитикалық орталықтардың жаһандық топ-рейтингісі (АҚШ-ты қоспағанда)

Top Think Tanks Worldwide (Non-US)

Table 2

1.	French Institute of International Relations (IFRI) (France)
2.	Bruegel (Belgium)
3.	Chatham House (United Kingdom)
4.	International Institute for Strategic Studies (IISS) (United Kingdom)
5.	Korea Development Institute (KDI) (Republic of Korea)
6.	Danish Institute for International Studies (DIIS) (Denmark)
7.	Fundação Getúlio Vargas (FGV) (Brazil)
8.	Centre for European Policy Studies (CEPS) (Belgium)
9.	China Institutes of Contemporary International Relations (CICIR) (China)
10.	German Institute for International and Security Affairs (SWP) (Germany)
138.	International Institute for Environment and Development (IIED) (United Kingdom)
139.	Begin-Sadat Center for Strategic Studies (BESA Center) (Israel)
140.	Kazakhstan Institute for Strategic Studies (KazISS) (Kazakhstan)
141.	Al Jazeera Centre for Studies (AJCS) (Qatar)
142.	Centre for Land Warfare Studies (CLAWS) (India)

Сонымен қатар, рейтингте 55 түрлі номинация бар, олар өз кезегінде 4 негізгі топқа бөлінеді. Рейтингтің кейбір номинацияларында ҚСЗИ өз позициясын жақсартып, сақтап қалды. Мысалы, «Қорғаныс және ұлттық қауіпсіздік саласындағы жетек-

ші аналитикалық орталықтар» номинациясында ҚСЗИ 4 позицияға көтеріліп, 91 орынды иеленді (2016 жылы 95 орын иеленген), яғни Қазақстан мен Орталық Азия елдерінен бұл номинация бойынша енген жалғыз «аналитикалық орталық» болды.

3-кесте. «Қорғаныс және ұлттық қауіпсіздік саласындағы жетекші аналитикалық орталықтар

Top Defense and National Security

Table 14

1.	Center for Strategic and International Studies (CSIS) (United States)
2.	International Institute for Strategic Studies (IISS) (United Kingdom)
3.	RAND Corporation (United States)
4.	Brookings Institution (United States)
5.	Carnegie Endowment for International Peace (United States)
6.	German Institute for International and Security Affairs (SWP) (Germany)
7.	Royal United Services Institute (RUSI) (United Kingdom)
8.	Council on Foreign Relations (CFR) (United States)
9.	Atlantic Council (United States)
10.	Center for a New American Security (CNAS) (United States)
90.	Australian Strategic Policy Institute (Australia)
91.	Kazakhstan Institute for Strategic Studies (KazISS) (Kazakhstan)
92.	Institute for International Relations (IIR) (Czech Republic)
93.	Institute of Strategic Studies (ISSI) (Pakistan)
94.	International Centre for Counter-Terrorism - The Hague (ICCT) (Netherlands)
95.	International Peace Institute (IPI) (United States)
96.	International Strategic Research Organization (USAK) (Turkey)
97.	Latin American Security and Defence Network (RESDAL) (Argentina)
98.	Institute For Regional Security (Australia)
99.	Institute of Southeast Asian Studies (ISEAS) (Singapore)
100.	Armenian Center for National and International Studies (ACNIS) (Armenia)
101.	Russian International Affairs Council (RIAC) (Russia)
102.	Swedish Defence Research Agency (FOI) (Sweden)
103.	EUROPEUM Institute for European Policy (Czech Republic)
104.	United Service Institution of India (India)

«Орталық Азиядағы жетекші аналитикалық орталықтар» номинациясында ҚСЗИ өз позициясын сақтап, Экономикалық және әлеуметтік даму орталығынан (Әзірбайжан) кейін екінші орынға ие болды. 2017 жылғы рейтинг нәтижесі бойынша осы номинация бойынша жетекші орындарға Қазақстанның басқа да сараптамалық құрылымдары да ие болды. Оның ішінде Ұлттық экономика министрлігінің Экономикалық зерттеулер институты (IEI) (8-ші орын), ҚР Қорғаныс және аэроғарыш өнеркәсібі министрлігінің Әскери-стратегиялық зерттеулер орталығы (ӘСЗО) (18-ші орын),

Қоғамдық мәселелерді талдау орталығы (28-ші орын), Назарбаев университеті жанындағы Ұлттық талдау орталығы (40-шы орын), ҚР БҒМ ҒК Р.Б. Сүлейменов атындағы Шығыстану институты (47-ші орын), Қазақстан менеджмент, экономика және болжау институты (49-шы орын), Әлемдік экономика және саясат институты (ӘЭСИ) (51-ші орын), «Нұр Отан» партиясының Саяси талдау және стратегиялық зерттеулер орталығы (54-ші орын) және басқалар да бар.

«Энергетика және ресурстық саясат саласындағы жетекші аналитикалық орталықтар» және «Жетекші мемлекеттік аналитикалық орталықтар» атты екі номинация бойынша ҚСЗИ өзінің 2016 жылы иеленген позицияларын сақтап қалды (тиісінше, 28-шы орын және 57-ші орын).

Рейтинг зерттеуге қатысатын орталықтарға, сондай-ақ экономикалық және саяси зерттеулер саласындағы 4 мыңнан астам сарапшылар мен саясаткерлерге, журналистерге жүргізілген сауалнама нәтижелері негізінде құрастырылады. Рейтинг жасаудың қорытынды кезеңіне беделді сарапшылар тобы қатысып, олардың пікірлері бойынша қорытынды шешім шығарылады. Рейтингіті жасау үшін «аналитикалық орталықтарды» жіктейтін географиялық орналасуы, функционалдық және ұйымдастырушылық бағыты, ғылыми-талдамалық жұмыстың сапасы мен беделі, орталықтың «танымалдылығы», брифингтер мен ресми кездесулердің саны сияқты 30-дан астам әртүрлі критерийлерді қолданып, сондай-ақ арнайы жетістіктері үшін бірқатар номинацияларды қамтиды. Әлемдік «Global Go To Think Tank Index Report» рейтингісін жарияламас бұрын дүниежүзінің 150 қаласында, оның ішінде Астанада да «Why Think Tanks Matter 2018» жыл сайынғы жаһандық форумы шеңберінде бір уақытта әр түрлі іс-шаралар өтті.

2018 жылы Қазақстан Республикасы Президенті жанындағы Қазақстан стратегиялық зерттеулер институтының құрылғанына 25 жыл толады. Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә. Назарбаев Институтты құру туралы Жарлыққа 1993 жылы 16 маусымда қол қойған болатын.