

## Символдың ақпараттық-коммуникациялық және ұйымдастырушылық қызметі

**Аңдатпа.** Ақпараттық дәуірдің ақпарат жеткізудегі ең тиімді, әрі ең жылдам әдістерінің бірі – символдарды пайдалану. Әсіресе, визуалды символдардың тиімділігі уақыт өткен сайын айқын сезілуде. Өйткені қазіргі аудитория визуалды ақпаратты жақсы қабылдауға бейімделген. Оған Интернет, түрлі цифрлық технологиялар ықпал етуде. Осындай ерекшеліктерге байланысты ақпарат таратуда, қандай да бір ұйымдастырушылық шараларында болсын символдарды қолдану белсенділігі де артты. Символдардың ақпараттық-коммуникациялық және ұйымдастырушылық қызметі көне дәуірден бері қарай жалғасып келеді. Оның әлі де өзекті болуының себебі коммуникацияға жағымды ықпалы, қолданысқа ыңғайлы, әрі тиімділігінде болып отыр. Бұл зерттеу мақаламызда символдардың осындай ерекшеліктерін қарастырған бұған дейінгі ғылыми зерттеулерге сүйене отырып, қазіргі кездегі ақпараттық-коммуникациялық және ұйымдастырушылық қызметінің негізгі аспектілеріне ғылыми-теориялық талдаулар жасалады. Күллі әлемді шарпыған COVID-19 індеті кезінде кәдімгі масканың ұйымдастырушылық-ақпараттық және коммуникациялық қызмет атқарған символ ретіндегі сипатына да ғылыми тұрғыдан саралау жүргізілді. Символдардың жалпы танымдық, қарым-қатынастық және тарихи код ретіндегі ерекшелігіне байланысты көптеген зерттеушілердің еңбектеріне сілтеме жасалды. Қоғамдық қатынастардағы маңызына ғылыми баға беріледі және визуалды символдардың ықпалдылық категориялары сарапталады.

**Түйін сөздер:** символ, коммуникация, ақпарат, ұйымдастырушылық, маска.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2020-133-4-99-107>

Түсті: 17.11.20 / Қайта түзетілді: 04.12.20 / Жарияланымға рұқсат етілді: 20.12.20

**Кіріспе.** Символдар – белгілі бір дәуірдегі адамдар сезімінің, қиялы мен көре білу орталығының, адамдардың санасындағы өз рухын тану орталығының, жалпы танымдық әлемінің коды. Сол кодты басып қарап, оның ішіне сезім диалогы арқылы еніп барып, өткен шақтардағы ұстанымдарды, рухани бағыттарды, сенім-нанымдарды көре аламыз. Символдар көне дәуірдің өзінде идеяларды моделдеу қажеттілігінен туындаған және сол кездің өзінде-ақ индивид өзіне ерекше әсер еткен қандай да бір жағдай туралы қандай да бір дерек қалдыруға бейім болды. Көне жазулар мен кескіндер, яғни, идеографикалық кескіндер – солар қалдырған өзіндік ақпараттар. Біз сол ақпараттар арқылы белгілі бір дәре-

жеде деректер алдық. Сол кескіндер өзіндік символдар ретінде тарихи «құжат» есебінде де жүріп, нағыз зерттеу нысандарына айналды. Солардан жеткен дәстүрмен кейінгі заман адамдары идеограммаларды ойлап тапты. Ал бүгінгі таңда символдар коммуникацияның ажырамас құралына айналды.

Символдардың бүгінгі және өткен шақтардағы ақпараттық-коммуникациялық және ұйымдастырушылық қызметін саралау – олардың жалпы табиғатын ашуға мүмкіндік береді. Символдарды қолдану арқылы қандай да бір зат пен құбылысқа жаңа мән беруге де болатындығын көптеген зерттеушілер жан-жақты зерттеп, түрлі гипотезалар ұсынды. Соларға сүйене отырып, символдардың өзіндік ерек-

шеліктеріне, ақпараттық-коммуникациялық қызметіне, ұйымдастырушылық қызметіне, тұтынушыға ықпалына, ақпарат жеткізудегі жылдамдығына ғылыми тұжырымдамалар жасадық.

**Зерттеу жұмысының мақсаты.** Символдардың, әсіресе, визуалды символдардың адамның әлеуметтік ортадағы іс-қимылына ықпал етуінің мәніне, символдардың ақпараттық-коммуникативтік және ұйымдастырушылық қырларын ғылыми және тәжірибелік тұрғыдан ашып көрсетіп, оны осы бағыттағы мақсаттарға кеңінен пайдалануды ұсыну.

**Зерттеу жұмысының міндеті.** Зерттеу жұмысының алға қойған мақсатын жүзеге асыру үшін символдардың құрылымы мен мазмұны туралы бұған дейін зерттелген еңбектердегі тұжырымдарды жіктеп, ортақ түйінін табу. Символдардың ақпараттық-коммуникациялық қызметіндегі негізгі жүйені анықтау, ұйымдастырушылық қызметінің уақытпен шектелмейтін және белгілі бір мерзіммен шектелетін қызметтеріне талдау жасау.

**Зерттеу әдісі.** Символ мәселесін зерттеген ғылыми-теориялық еңбектерді саралап, олардың ортақ тұжырымдарына талдау жасадық. Ол талдауымызда зерттеушілер У.Л. Уорнер, Charles O Marfo, Э. Кассирер, Г. Рене, К. Юнг, Э. Сепир, Р. Фирт, А. Коэн, Е.Н. Панов және басқа да ғалымдардың еңбектеріндегі негізгі қағидаттар мен тұжырымдарға сүйендік. Зерттеудің талдау-салыстыру, жүйелеу, дедукциялық саралау-пайымдау, қорыту әдістері арқылы символдардың ақпараттық-коммуникативтік және ұйымдастырушылық қызметтерінің аясы кеңейгендігіне және бүгінгі таңда бұрынғы кезеңдерге қарағанда белсендірек болғандығына көз жеткіздік. Сол арқылы ақпарат жеткізуде кеңінен қолдануға және маркетингтік мақсаттарда аудиторияны кеңейтуге мүмкіндік беретін қырлары ашылды.

**Талқылау.** Коммуникация тіршілік етудің басты құралы болғандықтан да адамзат өзінің ең алғашқы қадамдарында бір-бірімен байланысу құралдарын жасауға мәжбүр болды. Бірақ ол кездегі коммуникацияның тек

ым қағысу, одан кейін дыбыс арқылы берілуі жеткіліксіз болды да, адамдар бір-бірімен белгі беру арқылы да сөйлесу тәсілін меңгере бастады. Коммуникаторлар алғашында өз ойларын жеке суреттер, кейін бірнеше суреттер тізбегін салу арқылы кескіндеуге талпыныс жасады. Мысалы, тасқа немесе ағашқа ойып немесе сызып сурет салу дәстүрінің болғанын біз археологиялық қазбалардан табылған ескерткіштерден білеміз [1, 79-80 бб.]. Олардың әрқайсысы әртүрлі мағына берді. Мысалы, аюдың суреті – жақын жерде жыртқыш аң бар деген хабарды жеткізетін болса, ирек сызық жақын жердегі өзен немесе бұлақ туралы ақпарат береді. Бірақ бұлар – белгі ғана. Осындай белгілеу заман өте келе күрделеніп, кейбір белгілер символдық мәнге ие бола бастады.

Дыбыстық тілдесу мен ым қағысу тілдің пайда болуында бірдей маңызға ие болғандығы сөзсіз. Мұндай вербальды және вербальды емес коммуникация ең алғашқы символдық белгілердің пайда болуына ықпал етті. Замандар ауыса келе коммуникацияның бұл екі түрі екі айырық жолға түсті. Бірақ бұл екі жол бір-бірімен үздіксіз қиылысып жатты. Бұл жерде адам үшін аң аулауға қажетті құралдар мен еңбек құралдарын жасаудың аса маңызды рөл атқарғандығы түсінікті. Құрал жасау мүмкіндігіне ие болған адамның қолы кейін адамды неолит дәуірінің суретшісі деңгейіне дейін жоғарылатты. Көзбен көргенін сызықтар мен бояудың көмегімен кескіндей алу қабілетіне ие болған адам кескіндеу өнері арқылы қоршаған ортаны образды түрде көре алу қабілетіне де ие болды. Ал тарихи дамудың келесі бір кезеңінде дыбыстық тіл – шынайы өмірдің абстрактылы, символдық схемасын жасаудағы таптырмайтын құрал болып шықты.

Символ – қоршаған ортадан келетін ақпараттарды қысқа да нұсқа түрде жеткізудің ең тиімді амалы және ақпараттарды тез қабылдауға мүмкіндік беретін әдіс. Бірақ бұл үдеріс құбылыстың өзіндік ерекшелігі мен жеке тұлғаның оны қандай да бір мағына немесе ақпарат ретінде қабылдауына тікелей байланысты болады. «Қоғамды жоқ қылып

жіберіңізші, адам, әрине, өседі, бірақ сөйлей алмайды, яғни, нақты қоғамның дәстүрлі жүйесіне өз идеясын жеткізе де, білдіре де алмайды. ...Яғни, адам өз қоғамдық ортасының барлық символдық атрибуттарын бойына сіңіріп барып, қоғамдық ортадан өз орнын табады. ...Көзге көрінетін визуалды үдерістің бәрін ми бақылауға алады және есте сақтайды. ...Осылайша адамзаттың өмір жолында сан рет қайталанған көріністердің ішіндегі ең танымалдары символдар қатарын құрайды [2, 3-10 бб.].

Символ өзінің коммуникативтік қызметінде өзі бейнелейін деп тұрған образына сырттай қарағанда ешқандай да қатысы жоқ болып тұрады. Соған қарамастан кез келген нақты образ болсын, қиял-ғажайыптық образ болсын – ол өзінің шынайы мәнін біздің ұғымымызда біржола жоғалтпайды да, өйткені адамның санасы жоқтан бар жасай алмайды. Символ қандай образды да тек бар нәрсенің мазмұнына орап алып шығады. Бірақ бұдан болмыстың шындығы түсініксіз болып, теріс бұрылып кетпек емес.

Символды зерттеуші ғалымдар оның адам өміріндегі, қоғамдық қатынастардағы рөліне ерекше мән беріп, оған жан-жақты зерттеулер жүргізді. Түрлі гипотезалар ұсынды. «Кең мағынасында алғанда символ – таңбалылық-белгілік аспектісінде алынған образ, ол барлық образдың көпмәнділігіне негізделген [3, 607 б.]. Зерттеуші У.Л. Уорнердің тұжырымы бойынша «басқа нәрсені белгілеп және басқа нәрсеге сілтеме жасап тұратын, ...жеке индивидтің білімінің белгілі бір шегінде ойлана алу және сезіне алу деңгейінде жүзеге асатын» образ [4, 1 б.]. «Сөз де, іс-қимыл да символ ретінде белгілі бір адамдар қауымында қабылданған және оларға түсінікті болатын түрлі ақпараттарды жеткізеді. Символдар ұғым, дәстүр, құндылықтар туралы ақпарат жеткізуші фактор» дейді Charles O Marfo [5]. Е.Н. Панов «Символдарды іс-әрекет үстінде орнымен қолдана білу – дәл сол сәтте жоқ зат немесе оқиға туралы ойлауға және айтуға мүмкіндік беретіндігіне» баға береді [6, 37-38 бб.]. Бұл саланы терең зерттеген Э. Кассирер «Нақтылықпен ойлау кезінде ой

қашанда символикаға сүйенеді» дей келіп, «Қандай да бір ұғыммен байланысып тұрған белгі арқылы сол ұғымның өзінің өмірі ұзара түседі, өйткені белгі нақты бір ұғым арқылы кең идеалды мәнге сәйкес келеді» деп тұжырымдайды [7, 24-25 бб.].

Яғни, символ символ болмастан бұрын нақты бір заттың атауы немесе сол заттың өзі болды да, кейін жалпы көпшіліктік ұғымның символына айналды. Яғни, нақтыдан жалпылық ұғымға ие болды. Мысалы, бүркіт биікке ұша алатын, әрі шапшаң, әрі аса күшті құс. Яғни, нақты нәрсе. Оның кескіні символдық категорияға ауысқанда күштіліктің, батылдықтың, шапшаңдықтың мәніне ие болады. Мысалы, ол Қазақстанның ұлттық Туында белгіленген. Бірақ біз оған бүркіт ретінде қарамаймыз. Біз оны қуаттылық туралы ұғым ретінде қабылдаймыз.

*Символдың ақпараттық қызметі* кең ұғымды және кең мағыналы. Символдар – өзіндік ақпараттық жиынтық. «Ағылшын этнографы, фольклорисі В. Тэрнер символ теориясы мәселесіне байланысты мынадай тұжырым айтқан: «Мәдениет өлкесіне символдық негізді өрнектейді және символдардың бір-бірімен өрілуі тек қана табиғи орта туралы хабар бермей, сонымен бірге, этникалық, эстетикалық ұғым, түсінік, тәрбие жайында бай мәлімет берерліктей қойма болып табылады. Әрбір символ – ақпарат қазынасы» [8]. Ал ақпарат дегеніміз – қоршаған орта туралы деректер мен ұғымдар кешені, ол тек қазіргі кезең туралы ғана емес, өткен шақтар туралы да мағлұматтар. Ақпарат – тек хабарлау ғана емес, ақпарат ақпарат болу үшін оны қабылдайтын немесе тұтынатын тұтынушы болуы тиіс. Ал тұтынушы хабарланған ақпаратты әртүрлі тәсілмен қабылдайды. Символдар – сондай тәсілдің бірі. БАҚ-тың да өзі таратып отырған ақпаратты қандай мағынада қабылдануы қажеттігін символдар арқылы жеткізуі жиі кездеседі. Мұны ақпарат зерттеушілер «медиа фреймингінің философиялық теориясы» ретінде түсіндіреді: «БАҚ қандай да бір мәселеге белгілі бір аспекті тұрғысынан қарайды және адамдардың оған қандай образ түрінде қарағаны қажет болса, оны сол образға кел-

тіріп жеткізеді, медиа фреймингінің философиялық теориясы осыған негізделген» [9, 134 б.]. Символдың осындай жан-жақтылығы оның ақпарат тасымалдаушылық қызметіндегі тиімділігін де көрсетеді. Ақпарат тасымалдаушы болатын себебі – символдар белгілі бір кезеңінің немесе оқиғаның белгілері кескінделген өзіндік атрибут. Ал ол көп жағдайда визуалды болғандықтан, оның ақпарат тасымалдаушы коммуникаторлық қызметі қоғам мүшелеріне өте ықпалды болады.

Символ зат пен құбылыстың шынайы түп-тамырын ішкі заңдалықтары арқылы айқындаушы ретінде *дүниетанымдыққа ықпал етуші қызметін* атқара алады. Дүниетанымдық дегеніміз – шынайы өмірге деген көзқарастар жүйесі және сол шынайы өмірдегі адамның орны мен адамның өзінің қоршаған ортаға және өзіне өзінің қарым-қатынастарының жүйесі. Символ қандай да бір заттың о бастағы атауы немесе идеясы болу арқылы, танымдыққа жол ашады. Болмыстың шындығын оның ішкі заңдылықтары арқылы танытып, заттың құбылыстың, үдерістердің өте алыс тереңдіктегі мәндік негіздерін білдіре алады. Оның бұл қызметінің ерекшелігі мынада: бұл шындықтың бір ұғымға жинақталған көрінісі ғана емес, сонымен қатар, оның белгілі бір деңгейде жан-жақты әрі кешенді түрде танылуы. Мысалы, жол белгілеріндегі белгілер қандай да бір терең мағына беріп тұрған жоқ. Өйткені олар символ емес. Олар – тек ап-айқын белгілер ғана. Символ өзінің символ ретінде пайда болған кезінен бастап-ақ өзінің мағынасын ап-айқын етпей, құпиялап ұстайды, сөйтіп, адамның ой-қиялына қанат бітіріп, сансыз интерпретацияларға, мән-мағынаға жол ашады.

Символдардың қоғамдық ортада *ұйымдастырушылық қызмет* атқаратындығының мәні де тереңде. Қандай да бір қоғамдық ауқымды жағдайдың кезінде оны шешіп, реттеуді қысқа мерзім ішінде ұйымдастыру мақсатында әлеуметтік ортаның мотивациялық сезімін оятаын визуалды-концептуалды қолданыстардың ежелгі дәуірде де маңызды болғанын тарихтан білеміз, ол бүгінгі таңда да белсенді. Әсіресе, визуалды символдардың барлық тілде бірдей

түсінікті болатындығымен, жас ерекшелігіне қарамастан тез ұғынықты болатындығымен, түсіндірмелік сөздердің қажет етілмейтіндігімен ерекшеленеді. Тек визуалдық қана емес, дыбыстық символдардың да ұйымдастырушылық қызметі жұмыла, әрі тиімді, өнімді іс-қимылды жүзеге асыруға мүмкіндік береді. Ал шығармашылық адамдары үшін ондай сигналдық-символдар жаңа идеяларға жол ашады. Музыкатанушы психолог В.И. Петрушин дыбыстық символ-сигналдардың ықпалы туралы «Жоғары сезімталдықтарының арқасында шығармашылық адамдары қоршаған ортадан жететін әлсіз сигналдардың өзінен шабыт алып, өздеріне тән қабілеттіліктің арқасында жаңа іске кіріседі. ... Сол істі қалайда жүзеге асыру үшін ауыр да, бейнетті еңбектен де бас тартпай, керісінше сондай еңбектен ләззат алады» деп ғылыми тұжырымдама береді [10, 75 б.].

Адам санасы қандай да бір нәрседен немесе іс-қимылдан әсер алған кезде ол әсер санада синтезделіп, белгілі бір кескінді түзеді. Осындай кескінді тудыратын зат немес іс-қимыл жиі қайталанса, ол адам санасында сол зат туралы немесе сол іс-қимыл туралы белгілі бір образ түзе бастайды. Ол образдар вербальды немесе болжалдық-сілтемелік болуы мүмкін. Бұл образдар когнитивті, яғни, қандай да бір мәселе туралы хабар жеткізіп тұратын кескінге айналып, ол бірте-бірте адамның мінез-құлқына, ұстанымына айналады немесе белгілі бір дәрежеде ықпал етеді. Мұндай образдар күнделікті тұрмыстық және мәдени тәжірибелердің жинақталуы арқылы жетіліп, уақыт өте келе белгілі бір форма болып қалыптасып, осы ұстанымдағы адамдардың ұжымдық ұғымындағы нақты бағытқа айналады. Мұны зерттеуші Ф. Юс «әлеуметтік капитал қалыптастыру» деген терминмен түсіндіреді. Яғни, белгілі бір символға қатысты ұжымдық ұғымның қалыптасуының өзі әлеуметтік капитал ретіндегі ықпалға ие болады. «Бұл термин өзіміздің әлеуметтік қарым-қатынастарымыз арқылы, ресурстарымыз бен қандай да бір топтарға мүше болып немесе желілік қарым-қатынаста болуымыз арқылы бір-бірімізбен тез тіл табыса алу деген ұғымды білдіреді»

деп түсіндіреді автор [11, 104 б.]. Олардың «тіл табыса алуына» ықпал ететін әлеуметтік капитал ретіндегі символдар сөздік, кескіндік, ұғымдық, ұстанымдық түрде болуы мүмкін. Символдардың осындай ұйымдастырушылық қызметін *уақытпен шектелмейтін және белгілі бір мерзімдік* қызмет деп екіге бөліп қарастыра аламыз.

Уақытпен шектелмейтін ұйымдастырушылық қызметіне мемлекеттік рәміздерді атай аламыз. Мемлекеттік рәміздер – отаншылдықты, рухты көтеруді, елдік бірлік пен татулықты сақтауға шақыратын символдар. Олар белгілі бір уақытпен шектелмейтін, әр мемлекеттің тарихымен, халқымен бірге жасасатын және үнемі белсенділікте ұсталатын символдар.



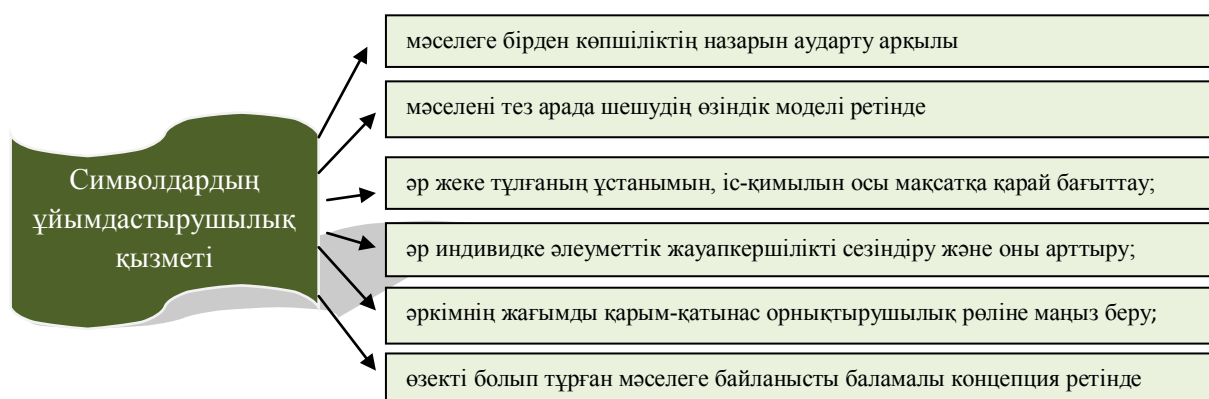
1-сурет. Фемида – әділдік символы! [12]

Таразы ұстап тұрған көзі таңулы әйел бейнесі «заңдылық пен әділдік жолындамыз» деген ұғымды білдіретін, жалпы қоғамда белгілі бір мерзім аралығында ғана емес, дамудың

барлық кезеңінде әділдікті ұстануға шақырып тұратын әлемдік деңгейдегі символ. Әрбір адамның заңмен қорғалатындығына деген сенімін орнықтыратын, әр индивидтің жанына жақын ең танымал символдардың бірі. Жалпы халықтық деңгейде ғана емес, жекелеген ұйымдар мен компаниялардың да өзіндік ұйымдастырушылық қызмет атқаруға шақыратын символдары болады. Кейінгі жылдары пайда болған осындай символдар қазіргі таңда, тіпті, көбейе бастады. Оған себеп болып отырған – бәсекелестіктің артуы. Тез қабылданатын ақпаратты кім неғұрлым жылдам тарата алса, сол бірден көзге шалынады. Тез қабылданатын ақпараттың өзекті болып кетуіне әсер етіп отырған жағдай, зерттеуші Н.Н. Толстыхтың сөзімен айтқанда, «қазіргі таңдағы социумның трансформациялануының барлық үдерістерінің жылдамдандығында» [13, 30 б.]. Социум ұзақ сөйлемді жарнамаларды оқымайды. Олар жылдам қабылданатын, тез шешім қабылдауға ыңғайлы ақпараттарға назар аударды.

Осындай мысалдарды негізге ала отырып, символдардың ұйымдастырушылық қызметінің мынадай ықпалдылықтар арқылы жүзеге асатындығын екшеп айта аламыз:

Символдардың *белгілі бір мерзімдік* ұйымдастырушылық қызметі де көптеген маңызды мәселелерді тез арада шешуге ықпал етеді. Әр кезеңдегі әр оқиғаларға байланысты пайда болып, белгілі бір уақыт аралығында өзекті мәселені тез реттеуде ұйымдастырушылық қызметімен көрінген символдар адамзат тарихында аз емес. Солардың ішінде-



1-кесте. Символдардың ұйымдастырушылық қызметінің ықпалдылықтары.

гі ең маңыздыларының бірі жалпыхалықтық денсаулыққа байланысты екен.

2019 жылдың соңғы айларында басталып кеткен COVID-19 індеті әлемге жаңа бір символды алып келді. Ол – дәрігерлік маска.



2-сурет. Маска-логотип [14]

Көне тарихтан білетініміз – гректің антикалық театрларында әртүрлі образдарды кескіндеу үшін арнайы маска кигендігі. Жылап тұрған немесе күліп тұрған маскалар сахнадағы образдың жандүниесінің жағдайын, адамдардың тиісін білдіруге қызмет еткен екен. Бір қызығы, ол кезде бұл атрибуттар «маска» деп емес, «просопон» деп аталыпты. Ол «көз алдыңызда осыны көріп тұрсыз» деген мағына берген. Енді қазіргі індеттің кезіндегі масканы адамдардың көрінісінен де соны ұғынуға болады, яғни, «көз алдыңызда індетті

көріп тұрсыз» деген мағынаға келеді. Ал оның астарында «сақтан және басқаларды да қорға» деген мағына жатыр. Орта ғасырда Еуропада тырысқақ ауруы тараған кезде дәрігерлер құбыжық түріндегі маска киіпті. Бұл маскалар жұқпалы вирусты қорқытатын, аластайтын символ ретінде қабылданған. Львов қаласында COVID-19 пандемиясы кезінде белсенді жастар осындай маскалар киіп шығып, жұртшылыққа оның мәнін түсіндіріп, маска киюдің маңыздылығын айтыпты.

АҚШ-тың жұқпалы аурулар жөніндегі ұлттық expertі, доктор Энтони Фаучи өзінің CNN телеарнасына берген сұхбатында, маска киіп тұрып: «Мен өзімді және басқаларды қорғағым келеді және мен мұны символға айналдырғым келеді. Ондағы мақсатым – біздің америкалықтардың да басқалардың денсаулығын сақтау үшін және өзін сақтау үшін дәл осылай жасау керектігін ескерту және соған сілтеме жасау» деген еді [15]. 1918-1919 жылдары әлемге тарап кеткен «испан тұмауы» індеті кезінде маска денсаулық символы ретінде ресми түрде қабылданған екен.

Сөйтіп, бір ғана маска символ ретінде денсаулық сақтауды халық болып ұйымдастырудың символына айналды.



3-сурет. «Испан тұмауы» індеті кезінде өзінің мысығына да маска кигізіп тұрған калифорниялық отбасы. 1918 ж. [16]

Қазіргі маска символына бірнеше ұйымдастырушылық мағынасындағы деректер сыйып тұр, олар:

- өзімнің және сіздің денсаулығыңызды сақтаймын деген мағына;
- вирусқа қарсы күресушімін деген мағына;
- сен де күресуші бол деген мағына;
- мен тәртіп сақтаймын деген мағына;
- сен де тәртіп сақта деген мағына.

Аз ғана уақыттың ішінде әлемнің бет-әлпеті күрт өзгеріп, жер шары маска киіп шықты. Тіпті, бұл сән әлемінің негізгі аксессуарына да айналып үлгерді. Маска үміттің, әлеуметтік жауапкершіліктің, вирусқа қарсы күрестің символына айналды [17]. Ал маркетингтер интернеттегі түрлі ақпараттық иконкаларға, көшедегі ескерткіштерге, картинкаларға, тіпті ыдыс-аяқтарға дейін маска кигізіп қойды. Сөйтіп, мұның бәрі маскаға «Жыл символы» мәртебесін беруге болатындай деңгейге келтірді. Бұл – қамқорлық символы, қол ұшын беру символы.

**Қорытынды.** Символдардың коммуникациялық қызметі бүгінгі таңдағы қоғаммен байланыс, маркетинг салалары үшін өте маңызды. Символдың о баста дүниеге келуінің өзі адамзаттық құндылықтарды тек өз дәуірі үшін ғана емес, болашақ ұрпақтарға да жеткізудің құралы ретінде болғанына көз жеткіздік. Символ – көзге көрінбейтін, сөзбен түсіндірілуі қиын қиялдағы идеяларды көз-

ге көрінетін етіп жеткізе алатын бірден-бір күрделі, бірақ қарапайым құрылым. Өйткені символ көптеген мәдени феномендер мен түрлі ақпараттық-танымдық элементтерді жинақтап, жаңа идеяларды да бойына сыйғыза алды. Платон идеяны «адам жандүниесінің айрықша жетістігі» деп көрсеткен екен. Қандай да бір идеяны жүзеге асыру үшін символдың ұйымдастырушылық-коммуникативтік қызметін пайдалану қазіргі визуалды кезеңде өте тиімді болмақ. Өйткені визуалды символдың бояуы қанық, әрі кескіні терең мазмұнға ие, құрылымдық пен реттіліктің бастауы. Осындай қасиеттеріне орай символ:

- идеяны немесе қандай да бір маркетингтік жұмысты бірден танымал етеді;
- мақсатты аудитория үшін де, компанияның қызметі үшін де уақыт үнемделеді;
- шығынды азайтады;
- мақсатты аудиторияның есінде ұзағырақ сақталады.

Юнгтің ұжымдыққа негізделген символдардың пайда болғандығына ерекше назар аударуы – символдардың коммуникативтік қызметінің белсенділік алғанына берген бағасы. «Ұжымдыққа негізделген символдар белгілі бір бағытты нұсқаушылық қызмет атқарды, бұл символдар белгілі бір өлшемде, пропорциялы және симметриялы болып келетіндігі» [18, 58 б.] бүгінгі коммуникация үшін аса маңызды.

#### Әдебиеттер тізімі

1. Рене Г. Символы священной науки. Москва: Беловодье, 2002. – 496 с.
2. Sapir E. Language an introduction to the study of speech. [Электрон. ресурс] – URL: <https://www.ugr.es/~fmanjon/Sapir> (Қаралған күні: 20.10.2020)
3. Философский энциклопедический словарь. – Москва: Советская энциклопедия, 1983. – 840 с.
4. Уорнер У.А. Живые и мертвые. [Электрон. ресурс] – URL: <https://www.litmir.me/br/?b=584597&p=1> (Дата обращения: 05.10.2020)
5. Charles O Marfo. Symbols of Communication: The Case of Adinkrá and other Symbols of Akan. [Электрон. ресурс] - URL: [https://www.researchgate.net/publication/261675876\\_Symbols\\_of\\_Communication\\_The\\_Case\\_of\\_Adinkra\\_and\\_other\\_Symbols\\_of\\_Akan](https://www.researchgate.net/publication/261675876_Symbols_of_Communication_The_Case_of_Adinkra_and_other_Symbols_of_Akan). (Қаралған күні: 03.11.2020).
6. Панов Е.Н. Знаки. Символы. Языки. – Москва: Знание, 1986. – 246 с.
7. Кассирер Э. Философия символических форм. Том 1. Язык. – Москва: Университетская книга, 2002. – 272 с.
8. Байсарина Ж.С. Символдың зерттеуіне қысқаша шолу [Электрон. ресурс] - URL: <https://articlekz.com/kk/article/1641316> (Қаралған күні: 06.11.2020)

9. Yousaf Z., Haroon E., Adnan M. War and Peace Framing: the Contextual Analysis of Indo-Pak Relations. [Электрон. ресурc] - URL: <https://www.jstor.org/stable/48539127?read-pdf>. (Қаралған күні: 03.12.2020)
10. Петрушин В.И. Музыкальная психология. Москва: Академический Проект, – 2006. – 399 с.
11. Yus F. Attaching feelings and emotionsto propositions. Some insights on irony and internet [Электрон. ресурc] - URL: <http://journals.rudn.ru/linguisticspdf>. (Қаралған күні: 03.12.2020)
12. Фемида-символ правосудия! [Электрон. ресурc] – URL: [http://perv.mrm.sudrf.ru/modules.php?name=info\\_court&id=80](http://perv.mrm.sudrf.ru/modules.php?name=info_court&id=80) (Қаралған күні: 2.11.2020)
13. Толстых Н.Н. Социальная психология развития: интеграция идей Л.С. Выготского и А.В. Петровского [Электрон. ресурc] – URL: <https://orcid.org/0000-0002-3999-4503> (Қаралған күні: 03.12.2020)
14. Маска-логотип. [Электрон. ресурc] – URL: <https://www.pngwing.com/ru/free-png-hkquad> (Қаралған күні: 01.11.2020)
15. The face mask is a political symbol in America, and what it represents has changed drastically in the 100 years since the last major pandemic. [Электрон. ресурc] – URL: <https://www.businessinsider.com/masks-political-symbol-coronavirus-covid-19-spanish-1918-flu-pandemic-2020-5> (Қаралған күні: 03.11.2020)
16. Photos-1918-Spanish-flu-families-posing-face-masks-cats-covered. 1918. [Электрон. ресурc] – URL: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-8248831/> (Қаралған күні: 02.11.2020)
17. Маска как символ ответственности. [Электрон. ресурc] – URL: <https://gudok.ru/zdr/167/?ID=1539268> (Қаралған күні: 02.11.2020)
18. Юнг К.Г. Избранное. – Минск: Попурри, 1998. – 445 с.

**О.И. Туржан**

*Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан*

### **Информационно-коммуникационные и организационные функции символов**

**Аннотация.** Один из самых эффективных и быстрых способов передачи информации в век информации – это использование символов. Эффективность визуальных символов стала особенно очевидна со временем, так как сегодняшняя аудитория хорошо приспособлена к восприятию визуальной информации. Этому способствуют Интернет и различные цифровые технологии. Благодаря этим особенностям увеличилось число используемых символов как в процессе распространении информации, так и на любых организационных мероприятиях. Информационно-коммуникационные и организационные функции символов используются с древних времен. Они по-прежнему актуальны из-за положительного влияния на общение, простоты использования и эффективности. В данной исследовательской статье дается научный и теоретический анализ основных аспектов современной информационно-коммуникационной и организационной функции символов на основе предыдущих исследований, в которых рассматривались основные особенности символов. Также проведен научный анализ факторов, связанных с обычной медицинской маской во время пандемии, которая началась в этом году, как символа организационных, информационных и коммуникативных функций. Специфика символов как общего познавательного, коммуникативного и исторического кода раскрывается в работах многих исследователей. С научной точки зрения оценена важность связей с общественностью и проанализированы категории влияния визуальных символов.

**Ключевые слова:** символ, коммуникация, организация, информация, маски.

**O.I. Turzhan**

*L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan*

### **Symbols and their information, communication and organizational functions**

**Abstract.** One of the most effective and fastest ways to convey information in the information age is the use of symbols. The effectiveness of visual symbols is especially evident over time. Because today's audience is well adapted to the perception of visual information. This is facilitated by the Internet and various digital technologies. Thanks to these features, the use of symbols has increased both in the dissemination of information and at any organizational event. Information, communication and organizational functions of symbols have been conducted since ancient times. It is still relevant because of its positive impact on communication, ease of



use, and effectiveness. This research article provides a scientific and theoretical analysis of the main aspects of the modern information, communication and organizational function of symbols on the basis of previous studies, which examined the main features of symbols. There was also a scientific analysis of the factors associated with the conventional medical mask during the pandemic that began this year, as a symbol of organizational, information and communication functions. The importance of public relations is scientifically assessed and categories of influence of visual symbols are analyzed.

**Keywords:** symbol, communication, organization, information, masks.

## References

1. Rene G. Simvoly svyashchennoy nauki [Symbols of sacred science]. (Moscow, Belovodye, 2002, 496 p.). [in Russian]
2. Sapir E. Language an introduction to the study of speech. [Electronic resource] Available at: <https://www.ugr.es/~fmanjon/Sapir> (Accessed: 20.10.2020)
3. Filosofskiy entsiklopedicheskiy slovar [Philosophical Encyclopedic Dictionary] (Moscow, Sovetskaya entsiklopediya, 1983, 840 p.) [in Russian]
4. Warner U.L. Zhivyye i mertvyye [The Living and the Dead] [Electronic resource] Available at: <https://www.litmir.me/br/?b=584597&p=1> (Assessed: 05.10.2020). [in Russian]
5. Charles O Marfo. Symbols of Communication: The Case of Adinkrá and other Symbols of Akan. [Electronic resource] Available at: [https://www.researchgate.net/publication/261675876\\_Symbols\\_of\\_Communication\\_The\\_Case\\_of\\_Adinkra\\_and\\_other\\_Symbols\\_of\\_Akan](https://www.researchgate.net/publication/261675876_Symbols_of_Communication_The_Case_of_Adinkra_and_other_Symbols_of_Akan). (Accessed: 03.11.2020).
6. Panov Y.N. Znaki. Simvoly. Yazyki. [Signs. Symbols. Language] (Moscow, Znaniye, 1986, 246 p.). [in Russian]
7. Kassirer E. Filosofiya simvolicheskikh form [Philosophy of symbolic forms] - T. 1. Yazyk. [Vol. 1. Language] (Moscow, Universitetskaya kniga, 2002, 272 p.). [in Russian]
8. Baysarina Zh.S. Simvoldyn zertteluine kyskasha sholu [A brief overview of the study of the symbol] [Electronic resource]. Available at: <https://articlekz.com/ru/article/1641316> (Assessed: 06.11.2020). [in Kazakh]
9. Yousaf Z., Haroon E., Adnan M. War and Peace Framing: the Contextual Analysis of Indo-Pak Relations. [Electronic resource] Available at: <https://www.jstor.org/stable/48539127?read-pdf>. (Accessed: 03.12.2020)
10. Petrushin V.I. Muzykalnaya psikhologiya [Musical psychology] (Moscow, Akademicheskii proekt, 2006, 399 p.) [in Russian]
11. Yus F. Attaching feelings and emotionsto propositions. Some insights on irony and internet [Electronic resource] Available at: <http://journals.rudn.ru /linguisticspdf>. (Accessed: 03.12.2020)
12. Femida - simvol pravosudya! [Themis is a symbol of justice!] [Electronic resource] Available at: [http://perv.mrm.sudrf.ru/modules.php?name=info\\_ court&id=80](http://perv.mrm.sudrf.ru/modules.php?name=info_ court&id=80) (Assessed: 2.11.2020) [in Russian]
13. Tolstykh N.N. Sotsialnaya psikhologiya razvitiya: integratsiya idey L.S.Vygotskogo i A.V. Petrovskogo [Electronic resource] Available at: <https://orcid.org/0000-0002-3999-4503> (Accessed: 03.12.2020)
14. Maska – logotip [Mask-logo] [Electronic resource] Available at: <https://www.pngwing.com/ru/free-png-hkvad> (Assessed: 01.11.2020) [in Russian].
15. The face mask is a political symbol in America, and what it represents has changed drastically in the 100 years since the last major pandemic. [Electronic resource] Available at: <https://www.businessinsider.com/masks-political-symbol-coronavirus-covid-19-spanish-1918-flu-pandemic-2020-5> (Accessed: 03.11.2020)
16. Photos-1918-Spanish-flu-families-posing-face-masks-cats-covered. 1918. [Electronic resource] Available at: <https://www.dailymail.co.uk/news/ article-8248831/> (Assessed: 02.11.2020).
17. Maska kak simvol otvetstvennosti [Mask as a symbol of responsibility] [Electronic resource] Available at: <https://www.timeout.ru/msk/ feature/496461> (Assessed: 2.11.2020). [in Russian].
18. Yung K.G. Izbrannoye [Favorites] (Minsk, Popurri, 1998, 445 p.) [in Russian]

### Автор жайды мәлімет:

*Тұржан Оңайгүл* – филология ғылымдарының кандидаты, телерадио және қоғаммен байланыс кафедрасының доценті, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

*Turzhan Onaigul* – Candidate of Philological Sciences, Assistant Professor of the Department of Teleradio and Public Relations, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan.