

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Образование для сложного общества «Образовательные экосистемы для общественной трансформации» Доклад Global Education Futures // <http://vcht.center/wp-content/uploads/2019/06/Obrazovanie-dlya-slozhnogoobshhestva.pdf>
2. Қазақстан Республикасының Президенті Қ.К.Тоқаевтың «Әділетті Қазақстанның экономикалық бағдары» атты Қазақстан халқына Жолдауы 1 қыркүйек 2023 ж., Астана // www.akorda.kz
3. Назаров В.Л. Шоковая цифровизация образования: восприятие участников образовательного процесса /В.Л.Назаров,Д.В. Жердев, Н.В. Авербух// Образование и наука. —2021. —№23 (1). —С. 156–201
4. Нұргалиева Г.Қ. Электрондық оқулықтар-мұғаліммен оқушы арасындағы әрекеттестікті гуманизациялау құралы // «Информатика негіздері». – 2002. -№ 2. - 2-3б.
5. Мектепке дейінгі тәрбие мен оқытудың бастауыш, негізгі орта, жалпы орта, техникалық және кәсіптік, орта білімнен кейінгі білім берудің мемлекеттік жалпыға міндетті стандарттары. Қазақстан Республикасы Оқу-ағарту министрінің 2022 жылғы 3 тамыздағы № 348 бұйрығы. // <https://adilet.zan.kz/>
6. Анурова, Н. И. Цифровые технологии в образовании / Н И. Анурова. – Текст: непосредственный // Цифровое общество как культурноисторический контекст развития человека: сборник научных статей / под общей редакцией Р. В. Ершовой; Государственный социально-гуманитарный университет. – Коломна: ГСГУ, 2018. – С. 29–32
7. Никулина Т.В. Информатизация и цифровизация образования: понятия, технологии, управление / Т.В. Никулина, Е.Б. Стариченко // Педагогическое образование в России. – 2018. – №8. – С. 107–113
8. Статья Главы государства «Взгляд в будущее: модернизация общественного сознания» от 12 апреля 2017г. https://www.akorda.kz/ru/events/akorda_news/press_conferences/statva-glavy-gosudarstva-vzglyad-v-budushchee-modernizaciva-obshchestvennogo-soznaniva

ӘОЖ:378.015.3:005

**БІЛІМ САЛАСЫ МЕНЕДЖЕРЛЕРІНІҢ МАРКЕТИНГТІК ІС-ӘРЕКЕТТІНДЕ
ЦИФРЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ПАЙДАЛАНУ**

**Ағанина К.Ж., Хамитова Н.
Абай атындағы ҚазҰПУ, Алматы, Қазақстан**

Елімізде білім берудің дамуы мен оны басқарудағы негізгі ерекшеліктерінің бірі олардың әлемдік қауымдастықтың жаһандану-интеграция жағдайындағы жалпы әлеуметтік жүйеге өтуі болып табылады. Осындай жағдайда кез-келген жүйені басқару тұтас үрдіс және объектінің құрамдас элементтері арасындағы күрделі ішкі және сыртқы байланыстардың барлық жиынтығын ескере отырып, ХХІ-ғасыр талаптарына сай құрылуы тиіс.

Білім берудің реформалары мен жанаруы жағдайында педагогикалық үрдістің гуманистік бағытын инновациялық педагогиканың көрінісі деп есептеуге болады. Нарықтық экономика жағдайында кез-келген білім беру мекемесінің қызметінің тиімділігі көпшілігінен қазіргі таңдағы менеджменттің әдістері мен принциптерін инновациялық тұрғыда қолдануға байланысты екені белгілі [1].

Қазіргі заман талаптарына жауап бере алатын білім саласы менеджерлерінің құзыреттіліктерін іріктеу, оларды жаңа инновациялық технологиялар көмегімен қалыптастырудағы білім мазмұны мен әдіс-тәсілдерін құрастыру мәселелері осы саланы зерттеуші ғалымдардың өзекті зерттеулеріне айналуға

ЖОО-да білім беру саласы менеджерлерін даярлауды жетілдірудің бірнеше бағыты бойынша зерттеу жұмыстарында мәселелерді магистранттар мен докторанттарымыздың ғылыми жобалары, диссертациялық жұмыстары тақырыптарының негізі етін алу арқылы жүзеге асыру өз тиімділігін көрсетуде [2].

Қазіргі жаһандану дәуірінде білім беру саласы үлкен өзгерістерге ұшырауда. Білім беру ұйымдары тек академиялық жетістіктерімен ғана емес, сондай-ақ бәсекеге қабілетті маркетингтік

стратегияларды қолдану арқылы өз орнын нығайтуға ұмтылуда. Бәсекелестіктің артуы білім беру мекемелерін тек білім сапасын жақсартуға ғана емес, сонымен қатар стратегиялық басқару тәсілдерін жетілдіруге, тиімді коммуникация құралдарын қолдануға және заманауи маркетингтік әдістерді енгізуге итермелейді.

Білім беру маркетингі – бұл білім беру ұйымдарының қызметін тиімді басқарудың маңызды құралы. Ол оқу орнының тартымдылығын арттырып қана қоймай, сонымен бірге студенттер мен ата-аналардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған. Білім беру саласында маркетинг – бұл тек жарнама немесе имидж қалыптастыру емес, ол сонымен қатар оқу орнының қызмет көрсету сапасын арттыру, мақсатты аудиториямен тұрақты байланыс орнату, қоғамның қажеттіліктеріне сай білім беру бағдарламаларын әзірлеу секілді кешенді шаралар жүйесі [3, 68-бет].

Қазіргі таңда білім беру ұйымдарының алдында тұрған негізгі мәселелердің бірі – қоғамның сұранысына жауап бере алатын, жоғары сапалы білім ұсыну және оны тиімді жеткізе білу. Осы тұрғыда маркетингтің рөлі айтарлықтай артып отыр. Жоғары оқу орындары мен колледждер өздерінің бірегей ерекшеліктерін айқындау арқылы студенттерді тартуға және білім беру сапасын жақсартуға мүдделі. Сонымен қатар, цифрлық технологиялардың дамуы маркетингтік тәсілдерді жетілдіруге жаңа мүмкіндіктер ашып, білім беру мекемелеріне өз қызметтерін кеңінен насихаттауға көмектесуде.

Білім беру маркетингін тиімді қолдану арқылы оқу орындары өзінің тұрақты дамуын қамтамасыз етін қана қоймай, сонымен қатар бәсекеге қабілеттілігін арттырып, жаңа студенттерді тарту мүмкіндіктерін кеңейтеді. Осыған байланысты, білім беру ұйымдарының менеджерлері маркетингтің заманауи құралдары мен әдістерін терең меңгеруі, оларды басқару үрдісіне енгізе білуі қажет. Білім беру саласындағы маркетингтік стратегияларды дұрыс жоспарлау және жүзеге асыру оқу орындарының дамуында маңызды рөл атқарады [4].

Осы бағыттағы ғылыми зерттеудің негізгі мақсаты – білім беру саласындағы менеджерлердің маркетингтік іс-әрекетін қалыптастыру мүмкіндіктерін анықтау және оның тиімділігін арттыруға арналған әдістерді қарастыру. Осы мақсатқа жету үшін келесі міндеттер қойылады:

- ✦ Білім беру маркетингінің теориялық негіздерін талдау;
- ✦ Білім беру ұйымдары үшін маркетингтік стратегиялардың маңыздылығын зерттеу;
- ✦ Білім саласы менеджерлерінің маркетингтік құзыреттіліктерін анықтау;

Бұл зерттеу білім беру мекемелерінің басқарушылық үрдісінде маркетингтің рөлін айқындап, менеджерлердің тиімді жұмыс істеуіне септігін тигізуге бағытталған.

Білім беру маркетингі – бұл білім беру ұйымдарының қызметін тиімді ұйымдастыруға және оны мақсатты аудиторияға жеткізуге бағытталған басқару стратегиясы. Ол білім беру мекемесінің қызметтерін насихаттауға, тұтынушылардың қажеттіліктерін анықтауға және оларды қанағаттандыруға көмектеседі. Білім беру маркетингі тек жарнама мен коммуникацияларды ғана емес, сонымен бірге стратегиялық жоспарлау, білім беру бағдарламаларын оңтайландыру, мақсатты аудиториямен қарым-қатынас жасау, нарықтық зерттеулер жүргізу және бәсекелестік артықшылықтарды қалыптастыруды қамтиды. Бұл салада маркетингтің негізгі қағидаларына тұтынушыға бағытталу, үздіксіз жетілдіру, стратегиялық жоспарлау, нарықтық зерттеу жүргізу және инновациялық әдістерді енгізу жатады [5].

Коммерциялық маркетинг пен білім беру маркетингінің ерекшеліктері қарастыра отырып, коммерциялық маркетинг пен білім беру маркетингінің басты айырмашылығы – олардың мақсаттары мен әдістерінде екенін байқауға болады. Коммерциялық маркетингтің негізгі мақсаты – өнімді немесе қызметті сатып алушыға өткізу және пайда табу, ал білім беру маркетингінің мақсаты – сапалы білім ұсыну арқылы қоғамның қажеттіліктерін қанағаттандыру және білім беру мекемесінің тұрақты дамуын қамтамасыз ету. Білім беру маркетингі тек қаржылық табысқа ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік әсерге де бағытталады. Білім беру ұйымдары үшін маркетингтік стратегияларды әзірлеу барысында олардың әлеуметтік жауапкершілігі, білім беру сапасын арттыруға деген ұмтылысы және қоғам мүддесіне сай жұмыс істеуі маңызды рөл атқарады. Сондай-ақ, коммерциялық секторда маркетинг көбінесе қысқа мерзімді нәтижелерге бағытталса, білім беру маркетингі ұзақ мерзімді қатынастарды қалыптастыруға негізделеді, өйткені білім беру – бұл ұзақ уақыттық инвестиция. Осы орайда білім беру ұйымдарында маркетингті қолданудың негізгі модельдері мен концепцияларын қарастыру зерттеу тиімділігін арттыра түсетіні белгілі.

Зерттеу барысы білім беру маркетингінің бірнеше негізгі модельдері мен концепциялары бар екенін көрсетті:

Біріншіден, стратегиялық маркетинг моделі – бұл білім беру мекемесінің миссиясын, мақсаттарын және даму стратегиясын анықтауға бағытталған әдіс. Бұл модель нарықты зерттеуге,

мақсатты аудиторияны анықтауға және тиімді маркетингтік құралдарды таңдауға мүмкіндік береді.

Екіншіден, қызмет көрсету сапасын басқару моделі білім беру мекемелерінің басты міндеті – сапалы білім беру екенін ескере отырып, білім сапасын арттыру және оны тұтынушыға тиімді жеткізу жолдарын қарастырады.

Үшіншіден, білім беру брендин қалыптастыру моделі – білім беру мекемесінің беделін арттыруға, оның ерекшеліктерін айқындауға және оны нарықта тартымды етуге бағытталған стратегиялар кешені. Сонымен қатар, инновациялық маркетинг концепциясы цифрлық технологияларды, онлайн платформаларды, әлеуметтік желілерді және басқа да заманауи құралдарды білім беру маркетингінде тиімді пайдалану жолдарын қарастырады.

Қазіргі білім беру саласында маркетингтік тәсілдерді қолдану оқу орындарының тартымдылығын арттырып қана қоймай, сонымен қатар олардың ұзақ мерзімді тұрақты дамуын қамтамасыз етеді. Сондықтан маркетингтік стратегияларды дұрыс таңдау, оларды тиімді жүзеге асыру және заманауи технологияларды пайдалану білім беру саласының маңызды міндеттерінің бірі болып табылады.

Білім беру ұйымдарында менеджерлердің негізгі міндеттері және олардың маркетингтік қызметке ықпалын қарастыру және оны жүзеге асыру арқылы маркетингтік іс-әрекеттің тиімділігін байқауға. Қазіргі таңда білім беру мекемелерінің тиімді басқарылуы олардың маркетингтік стратегияларын дұрыс ұйымдастырумен тығыз байланысты. Білім беру саласындағы менеджерлер тек әкімшілік міндеттерді атқарумен ғана шектелмей, оқу орнын бәсекеге қабілетті етіп қалыптастыру, студенттер мен оқытушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру, қоғаммен өзара тиімді байланыс орнату сияқты маркетингтік функцияларды да жүзеге асыруы тиіс. Менеджерлер білім беру мекемесінің даму стратегиясын айқындап, оның негізгі құндылықтарын қалыптастыруда жетекші рөл атқарады. Олар білім беру ұйымының брендин қалыптастыру, оның имиджін жақсарту, мақсатты аудиторияны тарту және бәсекеге қабілеттілікті арттыру сияқты маңызды міндеттерді орындайды. Сонымен қатар, білім беру менеджерлері нарықтағы өзгерістерді үнемі бақылап, оқу бағдарламалары мен білім беру қызметтерін қоғам мен жұмыс берушілердің талаптарына сәйкестендіруі қажет. Бұл процестердің барлығы маркетингтік тәсілдерді тиімді қолдану арқылы жүзеге асырылады.

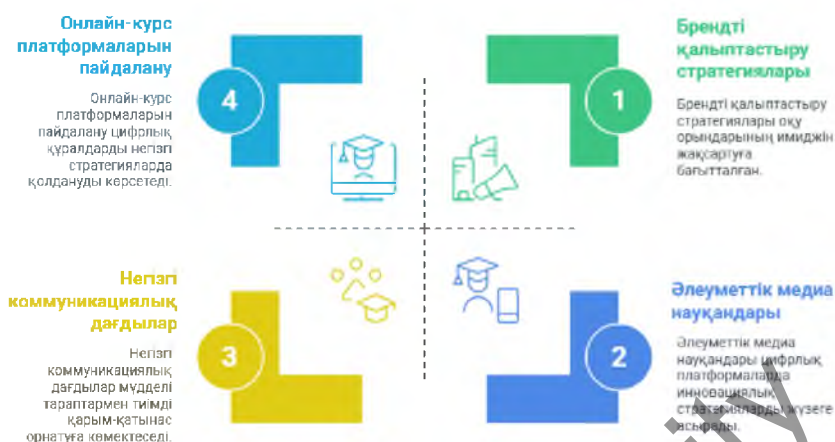
Білім саласындағы маркетингті дамыту үшін қажетті басқарушылық құзыреттіліктерді меңгеру-маркетингті жетілдірудің негізгі бағыты ретінде қарастырылады. Білім беру ұйымдарының маркетингтік әлеуетін толыққанды іске асыру үшін менеджерлердің белгілі бір кәсіби құзыреттіліктерді меңгеруі қажет. Ең алдымен, стратегиялық ойлау қабілеті маңызды, өйткені менеджерлер нарықтық жағдайды талдай отырып, ұзақ мерзімді жоспарлар құруы тиіс. Сонымен қатар, аналитикалық қабілеттер де үлкен рөл атқарады, себебі нарықты зерттеу, мақсатты аудиторияны анықтау және бәсекелестерді талдау білім беру маркетингінің ажырамас бөлігі болып табылады. Коммуникациялық дағдылар да маңызды факторлардың бірі, өйткені білім беру менеджерлері оқытушылармен, студенттермен, ата-аналармен, жұмыс берушілермен және басқа да мүдделі тараптармен тиімді қарым-қатынас орнатуы керек.

Бұдан бөлек, цифрлық технологияларды меңгеру, әлеуметтік медиа маркетингін жүргізу және білім беру қызметтерін онлайн форматта ұсыну да қазіргі заманғы білім беру менеджерлеріне қажетті дағдылар қатарында. Білім беру мекемесінің нарықтағы позициясын нығайту үшін менеджерлер маркетингтік стратегияларды тиімді қолдана білуі керек, соның ішінде PR-кампаниялар жүргізу, жарнамалық жұмыстарды ұйымдастыру және клиенттермен (студенттермен, ата-аналармен) кері байланыс орнату маңызды [6].

Ресей ғалымдарының еңбегіне сүйене отырып білім беру маркетингіндегі менеджерлік және цифрлық дағдылар мәселелерін төмендегіше бейнеледік (сурет-1).

Цифрлық технологиялардың білім беру маркетингіне әсері қарастырылады. Қазіргі заманғы білім беру маркетингі цифрлық технологиялардың дамуына байланысты түбегейлі өзгерістерге ұшырауда. Онлайн платформалар, әлеуметтік желілер, веб-сайттар және мобильді қосымшалар білім беру мекемелерінің қызметтерін насихаттауда маңызды рөл атқарады. Цифрлық маркетинг құралдарының ішінде контент-маркетинг, әлеуметтік желілердегі жарнама, мақсатты аудиториямен интерактивті байланыс орнату және big data негізінде талдау жүргізу ерекше орын алады. Білім беру мекемелері өздерінің ресми сайттарын, YouTube арналарын, Instagram, Facebook, TikTok және басқа да платформаларды белсенді пайдалана отырып, білім алушыларға өз қызметтері туралы кеңінен ақпарат бере алады. Сондай-ақ, SEO және SMM құралдары арқылы веб-ресурстардың көрінуін арттырып, мақсатты аудиторияға тез жетуге мүмкіндік туады. Сонымен қатар, цифрлық технологиялар білім беру қызметтерін жеткізудің жаңа тәсілдерін ұсынады, мысалы, онлайн-курстар,

вебинарлар және гибриді оқыту жүйелері. Цифрлық маркетинг құралдарын тиімді пайдалану білім беру мекемелерінің бәсекеге қабілеттілігін арттырып, олардың қызметтерін кең ауқымдағы аудиторияға таныстыруға көмектеседі. Осылайша, білім беру саласындағы маркетингті дамытуда менеджерлердің цифрлық сауаттылығы мен инновациялық технологияларды қолдану қабілеті аса маңызды рөл атқарады.



Сурет 1-Білім беру маркетингіндегі менеджерлік және цифрлық дағдылар

Білім беру маркетингі – қазіргі заманғы білім беру жүйесінің ажырамас бөлігі. Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, білім беру ұйымдары маркетингтік стратегияларды тиімді қолданған жағдайда, олардың бәсекеге қабілеттілігі артып, білім беру қызметтерінің сапасы жақсарады. Маркетинг оқу орындарына тек студенттерді тартуға ғана емес, сонымен бірге олардың имиджін қалыптастыруға, қоғаммен және мүдделі тараптармен тұрақты байланыс орнатуға мүмкіндік береді. Білім беру саласындағы маркетингтің дамуы менеджерлердің кәсіби құзыреттіліктеріне, цифрлық технологияларды меңгеруіне және стратегиялық жоспарлауға тікелей байланысты. Сондықтан білім беру мекемелері маркетингтік стратегияларды жоспарлы түрде әзірлеп, оларды кешенді түрде іске асыруы қажет.

Болашақ зерттеулер мен білім беру маркетингін жетілдіру бойынша ұсыныстар ретінде, ең алдымен, білім беру мекемелеріне цифрлық маркетингті кеңінен енгізу ұсынылады. Бұл әлеуметтік желілерді, мақсатты жарнаманы, SEO-оптимизациясын және контент-маркетингті тиімді пайдалануды қамтиды. Сондай-ақ, деректерді талдау арқылы маркетингтік шешімдерді қабылдау маңызды, өйткені нарықты зерттеу және студенттердің қажеттіліктерін анықтау арқылы оқу орындары өз қызметтерін оңтайландыра алады. Сонымен қатар, білім беру маркетингінің халықаралық тәжірибелерін зерттеп, оларды жергілікті жағдайға бейімдеу маңызды. Болашақта білім беру маркетингінің дамуы инновациялық технологияларды қолдану, персоналдың маркетингтік сауаттылығын арттыру және стратегиялық жоспарлау негізінде жүзеге асуы тиіс. Бұл білім беру ұйымдарының тартымдылығын арттырып, білім беру сапасын жаңа деңгейге көтеруге ықпал етеді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Таубаева Ш.Т., Аганина К.Ж., Болатбаева А.Ә. Білім беру жүйесіндегі инновациялық менеджмент Алматы, 2017 "Таупринт" - 140 бет.
2. Аганина Қ.Ж. «Білім беру жүйесіндегі менеджмент»/ монография.- Алматы, 2021.- "Таупринт" -243
3. Аганина К. Оқу бағдарламалары-жоғары білім жүйесіндегі менеджментті жетілдіру құралы ретінде //Pedagogy and Psychology. – 2020. – Т. 42. – №. 1. – С. 62-74.
4. Ежова Л. С., Аракелян А. М., Панова И. В. Роль маркетинга в сфере образования //Вектор экономики. – 2020. – №. 1. – С. 19-19.
5. Shintani L. et al. Identification of the effectiveness of higher education marketing strategies using social media //International Research Journal of Management, IT and Social Sciences. – 2021. – Т. 9. – №. 1. – С. 1-9.

ӘОЖ: 371.33

БАСТАУЫШ СЫНЫП ОҚУШЫЛАРЫНЫҢ ОҚЫРМАНДЫҚ ҚЫЗЫҒУШЫЛЫҒЫН ДАМУДА ОНЛАЙН СЕРВИСТЕРДІ ПАЙДАЛАНУ

Акбар М.Б., Бейсенбаева А.М.

Академик Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды, Қазақстан

Қазіргі уақытта кітапты оқу жоғары интеллектуалды функциялардың бірі ретінде, көзқарасты өзгерте алатын, түсінуді тереңдететін, тәжірибені қалпына келтіретін, мінез-құлыққа әсер ететін, жеке тұлғаны жетілдіретін мақсатты әрекет ретінде қарастырылады.

А.П. Нечаев балаларды кітап оқуға үйретпес бұрын, оқу процесіне қатысатын психикалық процесстердің жеткілікті дамығанын білу қажет деп санады. Бұл үшін ол табиғатты зерттеу сабақтарының маңыздылығын бағалады. Кітап оқуға дайындау үшін балалардың сөйлеуін, қиялын, пайымдауын және қабылдауын дамыту қажет, оған әртүрлі заттар мен суреттерді көрсету, балаларға ертегілерді айту, шынайы өмірдегі оқиғалар туралы, олар бастан кешкен құбылыстар туралы сөйлесу, ұсыныс жасау және оны бағалау көмектеседі [1].

Қазіргі уақытта бастауыш мектеп жасындағы балаларды оқуға үйретудің екі бағыты бар: оқырманды қалыптастыру және әдебиетке өнердің ерекше түрі ретінде таныстыру. Әдебиеттік оқу сабақтарын ұйымдастыруда осы бағыттарды синтездей алатын тек мұғалім ғана.

Қазіргі әдебиеттану көркем шығарманы күрделі жүйелік бірлік ретінде қарастырады, оны тек тұтас талдау арқылы білуге болады. Көркем шығарманы талдай білу, шығарманы көркем тұтастықтың бөлігі ретінде шығарманың жеке компоненттерін түсінуге бағытталған жеке дағдылар жүйесі болып табылатын күрделі шеберлік ретінде қарастырған жөн.

Жеке оқу дағдыларын қарастырсақ:

1. Көркем шығармадағы олардың функциясына сәйкес тілдің бейнелеу және экспрессивті құралдарын қабылдау мүмкіндігі. Оқушыны кітап оқу кезінде кездесетін экспрессивтік құралдарды адекватты қабылдауға, яғни сөз тіркесін құруға, сөз таңдауына терең бойлауға, автордың таңдауы туралы ойлануға үйрету қажет.

2. Жазушы бейнелеген өмір суреттерін қиялда қайта құру мүмкіндігі. Бұл дағдыны алғаш рет Н.Я.Мещерякова мен Л.Я.Гришина «қиялдың шығармашылық қызметі адамның бұрынғы тәжірибесінің байлығы мен алуан түрлілігіне тікелей байланысты», - деп атап өтті [2].

3. Себеп-салдар байланысын орната білу, эпикалық шығармадағы іс-әрекеттің даму логикасын, эмоциялар динамикасын, драмадағы қақтығыс қозғалысын көре білу. Бұл дағды композицияны түсінуге бағытталған. Композиция - бұл шығарманы бөліктерге, тарауларға, абзацтарға, көріністерге бөлу, кейіпкерлердің орналасуы, оқиғалардың барысы туралы хабарлау тәртібі, әңгімелеу әдістерінің өзгеруі. Бастауыш сынып оқушылары «композиция» ұғымын толық игере алмайды, бірақ жас оқырмандарды эмоциялар динамикасын, жанжалдың пайда болуы мен дамуын бақылауға үйрету керек. Сюжетті және оның элементтерін – кіріспе, сюжет, іс-әрекеттің дамуы, қорытынды-және олардың идеяны ашудағы рөлін таныстыру қажет.

4. Кейіпкерді идеяны ашуға қызмет ететін элементтер ретінде тұтас қабылдай білу. Көркем шығармада идеяны ашудағы басты рөл кейіпкерлердің бейнелеріне жатады. Кейіпкерді тұтас қабылдау оқырман оған эмоционалды қарым-қатынас жасайды, оқырман кейіпкердің іс-әрекетінің мотивтерін, салдарын байланыстырады, кескіннің дамуын, кейіпкердің мінезінің қалыптасуын көреді.

5. Көркем шығарманың барлық элементтеріндегі авторлық позицияны көре білу. Бұл оқырманның назарын тікелей авторлық бағалауда ғана емес, көркем шығарманың авторлық позицияны түсінуге бағыттайды.

6. Шығарманың көркемдік идеясын игере білу. Қабылдау адамның шығарма идеясы туралы түсінігін тұжырымдаумен шектелмейді, ол автордың ұстанымын қабылдау немесе қабылдамауды білдіреді.

Н.Н.Светловская «балаларды әңгімелесушіні кітаптан көруге үйрету керек, әңгімелесушіні өзі таңдай алады және таңдау керек деген ойларды үйрету керек. Балаларды әңгімелесушіні естуге; ол не туралы және нені айтқанын есте сақтау; оның неге бұлай сөйлейтінін түсіну; ол қандай тәжірибені