

ISSN (Print) 2616-7174
ISSN (Online) 2663-2500

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің

ХАБАРШЫСЫ

BULLETIN

of L.N. Gumilyov
Eurasian National University

ВЕСТНИК

Евразийского национального
университета имени Л.Н. Гумилева

ЖУРНАЛИСТИКА сериясы

JOURNALISM Series

Серия **ЖУРНАЛИСТИКА**

№2(131)/2020

1995 жылдан бастап шығады

Founded in 1995

Издается с 1995 года

Жылына 4 рет шығады

Published 4 times a year

Выходит 4 раза в год

Нұр-Сұлтан, 2020

Nur-Sultan, 2020

Нур-Султан, 2020

Бас редакторы **Қайрат Сак**
ф.ғ.к., профессор, Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Нұр-Сұлтан, Қазақстан

Бас редактордың орынбасары **Серік Тахан** *ф.ғ.д., проф., Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Нұр-Сұлтан, Қазақстан*

Бас редактордың орынбасары **Гүлнар Кендірбай** *PhD, Колумбия университеті, Нью-Йорк, АҚШ*

Редакция алқасы

Алдабергенов Қырықбай	<i>т.ғ.д., проф., Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Нұр-Сұлтан, Қазақстан</i>
Асанов Камашке	<i>ф.ғ.д., проф., Е.А. Бөкетов ат. ҚарМУ, Қарағанды, Қазақстан</i>
Әбдіманұлы Өмірхан	<i>ф.ғ.д., проф., Әл-Фараби ат. ҚазҰУ, Алматы, Қазақстан</i>
Әбішева Вера	<i>ф.ғ.д., проф., Е.А. Бөкетов ат. ҚарМУ, Қарағанды, Қазақстан</i>
Әшірбекова Гүлмира	<i>ф.ғ.к., доцент, Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Нұр-Сұлтан, Қазақстан</i>
Браун Михаил	<i>PhD, проф., Вайоминг университеті, Ларами, АҚШ</i>
Дзялошинский Иосиф	<i>ф.ғ.д., проф., Экономика жоғары мектебі, Мәскеу, Ресей</i>
Есдаулетов Айтмуханбет	<i>к.ф.н., доцент, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Қазақстан</i>
Жақып Бауыржан	<i>ф.ғ.д., проф., Әл-Фараби ат. ҚазҰУ, Алматы, Қазақстан</i>
Жусупова Алматы	<i>ф.ғ.к., доцент, А. Байтұрсынов ат. ҚМУ, Қостанай, Қазақстан</i>
Ирназаров Қудрат	<i>т.ғ.д., проф., М. Ұлықбек ат. Өзбекстан Ұлттық университеті, Ташкент, Өзбекстан</i>
Корконосенко Сергей	<i>саяси ғ.д., проф., Санкт-Петербург мемлекеттік университеті, Санкт-Петербург, Ресей</i>
Қара Әбдізақ	<i>т.ғ.д., проф., Мимар Синан Көркемөнер университеті, Стамбұл, Түркия</i>
Қозыбаев Сағымбай	<i>т.ғ.д., проф., Әл-Фараби ат. ҚазҰУ, Алматы, Қазақстан</i>
Лебедева Татьяна	<i>ф.ғ.д., проф., Еуропа PR институты, Париж, Франция</i>
Нұртазина Роза	<i>саяси ғ.д., проф., Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Нұр-Сұлтан, Қазақстан</i>
Омашев Намазалы	<i>ф.ғ.д., проф., Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Нұр-Сұлтан, Қазақстан</i>
Ризун Владимир	<i>ф.ғ.д. проф., Т. Шевченко ат. Киев ұлттық университеті, Киев, Украина</i>
Саид Агил бин Шех	<i>PhD, проф., Малайзия Путра университеті, Серданг, Малайзия</i>
Саудбаев Мадияр	<i>PhD, С. Демирел ат. университет, Алматы, Қазақстан</i>
Сердәлі Бекжігіт	<i>ф.ғ.к., проф. м.а., Қ.А. Ясауи ат. ХҚТУ, Түркістан, Қазақстан</i>
Тоқтағазин Мұратбек	<i>ф.ғ.к., проф., Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Нұр-Сұлтан, Қазақстан</i>
Халилов Әбдіғани	<i>PhD, проф., Ж. Баласағұн ат. Қырғыз мемлекеттік университеті, Бішкек, Қырғызстан</i>
Ченгел Хулия Касапоглу	<i>PhD, Анкара Хаджы Байрам Вели университеті, Анкара, Түркия</i>
Шайхитдинова Светлана	<i>филол.ғ.д., проф., Қазан федералды университеті, Қазан, Ресей</i>
Шындалиева Меңдігүл	<i>ф.ғ.д., проф., Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Нұр-Сұлтан, Қазақстан</i>
Шестеркина Людмила	<i>ф.ғ.д., проф., Оңтүстік-Орал мемлекеттік университеті, Челябинск, Ресей</i>
Шульцман Петр	<i>өнертану ғ.к., доцент, Ресей мемлекеттік университеті, Мәскеу, Ресей</i>

Жауапты редактор, компьютерде беттеген: **Г. Базылхан**

Жауапты хатшы: **Г. Ертасова**

Редакцияның мекенжайы: 010008, Қазақстан, Нұр-Сұлтан қ., Қ.Сәтбаев к-сі, 2, 402 каб.

Тел.: +7(7172) 709-500 (ішкі 31413) E-mail: vest_journalism@enu.kz

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысы. **ЖУРНАЛИСТИКА** сериясы
Меншіктенуші: ҚР БЖҒМ «Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті» ШЖҚ РМК.
ҚР Ақпарат және коммуникациялар министрлігінде 27. 03. 2018 ж. №16995-Ж тіркеу куәлігімен тіркелген.
Мерзімділігі: жылына 4 рет. Тиражы: 17 дана. Басуға 09.06.2020 ж. қол қойылды.
Типографияның мекенжайы: 010008, Қазақстан, Нұр-Сұлтан қ., Қажымұқан к-сі, 13/1, тел.: +7(7172) 709-500 (ішкі 31-413)

© Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

Editor-in-Chief **Kairat Sak**

Candidate of Philology, Professor, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan

Deputy Editor-in-Chief **Serik Takhan** *Doctor of Philology, Prof., Nur-Sultan, Kazakhstan*

Deputy Editor-in-Chief **Gulnar Kendirbai** *PhD, Professor, Columbia University, New York, USA*

Editorial board

Aldabergenov Kyrykbai	Doctor of Historical Sciences, Prof., L.N. Gumilyov ENU, Nur-Sultan, Kazakhstan
Asanov Kamashke	Doctor of Philology, Prof., E.A. Buketov KSU, Karaganda, Kazakhstan
Abdimanuly Omirkhan	Doctor of Philology, Prof., Al-Farabi KazNU, Almaty, Kazakhstan
Abisheva Vera	Doctor of Philology, Prof., E.A. Buketov KSU, Karaganda, Kazakhstan
Ashirbekova Gulmira	Candidate of Philology, Assoc. Prof., L.N. Gumilyov ENU, Nur-Sultan, Kazakhstan
Brown Michael	PhD, Prof., University of Wyoming, Laramie, USA
Dzyaloshinski Iosif	Doctor of Philology, Prof., Higher School of Economics, Moscow, Russia
Yesdauletov Aitmukhanbet	Candidate of Philology, Associate Prof., L.N. Gumilyov ENU, Nur-Sultan, Kazakhstan
Jakyp Baurjan	Doctor of Philology, Prof., Al-Farabi KazNU, Almaty, Kazakhstan
Zhussupova Almatay	Candidate of Philology, Assoc. Prof., A. Baitursynov KSU, Kostanay, Kazakhstan
Irnazarov Kudrat	Candidate of Philology, Assoc.Prof., NUU nam. M. Ulugbek, Tashkent, Uzbekistan
Korkonosenko Sergei	Doctor of Political Sciences, Prof., Saint Petersburg State University, Russia
Kara Abdiuakap	Doctor of Historical Sciences, Prof., Mimar Sinan Fine Art University, Istanbul, Turkey
Kozybayev Sagymbai	Doctor of Historical Sciences, Prof., Al-Farabi KazNU, Almaty, Kazakhstan
Lebedeva Tatiana	Doctor of Philology, Prof., European PR Institute, Paris, France
Nurtazina Roza	Doctor of Political Sciences, Prof., L.N. Gumilyov ENU, Nur-Sultan, Kazakhstan
Omashev Namazaly	Doctor of Philology, Prof., L.N. Gumilyov ENU, Nur-Sultan, Kazakhstan
Rizun Volodymyr	Doctor of Philology, Prof., Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kiev, Ukraine
Syed Agil bin Shekh	PhD, Prof., University Putra Malaysia, Serdang, Malaysia
Saubayev Madiyar	PhD, Prof., Suleyman Demirel University, Almaty, Kazakhstan
Serdali Bekzhigit	Candidate of Philology, Assoc. Prof, A. Yassawi University, Turkestan, Kazakhstan
Toktagazin Muratbek	Candidate of Philology, Prof., L.N. Gumilyov ENU, Nur-Sultan, Kazakhstan
Khalilov Abdygani	PhD, Prof., KNU named after J. Balasagyn, Bishkek, Kyrgyzstan
Chengel Hulya Kasapoglu	PhD, Prof., Ankara Haci Bayram Veli University, Ankara, Turkey
Shaikhidinova Svetlana	Doctor of Philosophy, Prof., Kazan Federal University, Kazan, Russia
Shindaliyeva Menlikul	Doctor of Philology, Prof., L.N. Gumilyov ENU, Nur-Sultan, Kazakhstan
Shesterkina Ludmila	Doctor of Philology, Prof., South Ural State University, Chelyabinsk, Russia
Shultsman Petr	Candidate of Art, Assoc. Prof., Russian State University, Moscow, Russia

Executive editor, computer layout: **G. Bazylkhan**

Executive Secretary: **G. Yertassova**

Editorial address: 2, K.Satpayev str., of.402, Nur-Sultan, Kazakhstan, 010008

Tel.: +7(7172) 709-500 (ext. 31413) E-mail: vest_journalism@enu.kz

Bulletin of L.N. Gumilyov Eurasian National University. JOURNALISM Series

Owner: Republican State Enterprise in the capacity off economic conduct «L.N. Gumilyov Eurasian National University», Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan.

Registered by Ministry of Information and Communication of the Republic of Kazakhstan.

Registration certificate No 16995-Ж from 27.03. 2018.

Periodicity: 4 times a year. Circulation: 17 copies. Signed in print: 09.06.2020

Address of printing house: 13/1, Kazhimukan str., Nur-Sultan, Kazakhstan 010008; tel.: +7(7172) 709-500 (ext.31413)

Главный редактор: **Кайрат Сак**

кандидат филологических наук, профессор, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан

Зам. главного редактора: **Серик Тахан** *д.ф.н., проф., ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан*

Зам. главного редактора: **Гульнар Кендирбай** *PhD, Колумбийский университет, Нью-Йорк, США*

Редакционная коллегия

Алдабергенов Кырыкбай	д.ист.н., проф., ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан
Асанов Камашке	д.ф.н., проф., КарГУ им. Е.А. Букетова, Караганда, Казахстан
Абдиманулы Омирхан	д.ф.н., проф., КазНУ им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан
Абишева Вера	д.ф.н., проф., КарГУ им. Е.А. Букетова, Караганда, Казахстан
Аширбекова Гулмира	к.ф.н., доцент, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан
Браун Михаил	PhD, проф., Вайомингский университет, Ларамии, США
Дзялошинский Иосиф	д.ф.н., проф., Высшая школа экономики, Москва, Россия
Есдаулетов Айтмуханбет	к.ф.н., доцент, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан
Жакып Бауыржан	д.ф.н., проф., КазНУ им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан
Жусупова Алматай	к. ф. н., доцент, КГУ им. А. Байтурсынова, Костанай, Казахстан
Ирназаров Кудрат	д.ист. н., проф., НУУз им. М. Улугбека, Ташкент, Узбекистан
Корконосенко Сергей	д. полит. н., проф., Санкт-Петербургский государственный университет, Россия
Кара Абдиуакап	д.ист. н., проф., Университет искусств им. Мимара Синана, Стамбул, Турция
Козыбаев Сагымбай	д.ист. н., проф., КазНУ им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан
Лебедева Татьяна	д.ф.н., проф., Европейский институт PR, Париж, Франция
Нургазина Роза	д. полит. н., проф., ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан
Омашев Намазалы	д.ф.н., проф., ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан
Ризун Владимир	д.ф.н., проф., Киевский национальный университет, Киев, Украина
Саид Агил бин Шех	PhD, проф., Университет Путра Малайзии, Серданг, Малайзия
Саудбаев Мадияр	PhD, проф., Университет Сулейман Демиреля, Алматы, Казахстан
Сердали Бекжигит	к.ф.н., асс. проф., Университет А. Ясави, Туркестан, Казахстан
Токтагазин Муратбек	к.ф.н., проф., ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан
Халилов Абдигани	PhD, проф., КНУ им. Ж. Баласагына, Бишкек, Кыргызстан
Ченгел Хулия Касапоглу	PhD, проф., Анкара Хаджи Байрам Вели университет, Анкара, Турция
Шайхитдинова Светлана	д. филос. н., проф., Казанский федеральный университет, Казань, Россия
Шиндалиева Менликул	д.ф.н., проф., ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан
Шестеркина Людмила	д.ф.н., проф., Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия
Шульцман Петр	к. искусств. н., доцент, Российский государственный университет, Москва, Россия

Ответственный редактор, компьютерная верстка: **Г. Базылхан**

Ответственный секретарь: **Г. Ертасова**

Адрес редакции: 010008, Казахстан, г. Нур-Султан, ул. К.Сатпаева, 2, каб. 402

Тел.: (7172) 709-500 (вн. 31413) E-mail: vest_journalism@enu.kz

Вестник Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева. Серия ЖУРНАЛИСТИКА

Собственник: РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева» МОН РК.

Зарегистрирован Министерством информации и коммуникаций РК под номером №16995-Ж от 27. 03. 2018 г.

Периодичность: 4 раза в год.

Тираж: 17 экземпляров. Подписано в печать: 09.06.2020.

Адрес типографии: 010008, Казахстан, г. Нур-Султан, ул. Кажымукана, 13/1, тел.: +7(7172) 709-500 (вн.31413)

© Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева

Мазмұны

ЖУРНАЛИСТИКА ТАРИХЫ

<i>Асанов К.Д.</i> Академик Е.А. Бөкетов шығармашылығының ұлттық публицистиканы дамытудағы рөлі	8-15
---	-------------

ЖУРНАЛИСТИКАНЫҢ ТЕОРИЯСЫ МЕН ПРАКТИКАСЫ

<i>Әшірбаев Б.Т.</i> Журналистиканың идеологиялық функциясы және мемлекеттік мүдде	16-23
<i>Белдібекова Ә., Ертасова Г.</i> Қазіргі журналистика жанрларының даму үдерісі....	24-29

БАҚ ЖӘНЕ ҚОҒАМ

<i>Ермаганбетова З.Н.</i> Сыр өңірі әйел публицистерінің шығармашылық ерекшеліктері	30-36
<i>Канзатова А.К.</i> Отандық БАҚ-қа контент-талдау	37-46
<i>Сәуірбаева Ә.Ж., Гавра Д.П.</i> Қазіргі ақпараттық қоғамның теориялық мәселелері	47-58

БАСПА ІСІ

<i>Күзембай А.С., Негізбаева М.О., Күзембай У.С.</i> Кітап ісіндегі манхва жанры: тарихы мен даму болашағы	59-68
--	--------------

ТЕЛЕРАДИОЖУРНАЛИСТИКА

<i>Кертаев Р.Д., Гезгин С.</i> «Хабар» телеарнасы аудиториясының қажеттілігі мен қызығушылығын зерттеу	69-80
<i>Федорова Н.В.</i> «Культура» (Россия) телеарнасының мысалында бейіндік емес мамандық студенттеріне «Тележурналистика» тақырыбын оқытудың ерекшеліктері	81-88

ЖАҢА МЕДИА

<i>Есенбекова Ұ.М., Құтым Б.</i> Ақпараттық кеңістіктегі трансмедиадың тұжырымдық негіздері	89-95
---	--------------

PR ТЕХНОЛОГИЯСЫ

<i>Бабажанова Д.М., Тахан С.Ш.</i> Қазақстанның имиджін қалыптастырудағы сыртқы саяси факторлар	96-108
---	---------------

Contents

HISTORY OF JOURNALISM

<i>Asanov K.D.</i> The role of the work of academician E. Buketov in the development of national journalism	8-15
---	------

THEORY AND PRACTICE JOURNALISM

<i>Ashirbayev B.T.</i> Ideological functions and national interests in the journalism	16-23
<i>Beldibekova A., Yertassova G.</i> Tendency in the development of modern genres of journalism	24-29

THE MEDIA AND SOCIETY

<i>Yermaganbetova Z.N.</i> Originality of creative work of women publicists of the Kyzylorda region	30-36
<i>Kanzatova A.K.</i> Content analysis of the native media	37-46
<i>Sauyrbaeva A., Gavra D.P.</i> Theoretical aspects of the modern informational society	47-58

PUBLISHING

<i>Kuzembay A.S., Negizbayeva M.O., Kuzembay U.S.</i> Manhwa genre in the book business: history and development prospects	59-68
--	-------

TV AND RADIO JOURNALISM

<i>Kertayev R.D., Gezgin S.</i> Studying the interests and necessity of the audience of the «Khabar TV channel»	69-80
<i>Fedorova N.V.</i> Peculiarities of teaching the theme «TV Journalism» on the example of the channel «Culture» (Russia) for students non-core specialties	81-88

NEW MEDIA

<i>Yessenbekova U.M., Kutym B.</i> Conceptual foundations of transmedia in the information space	89-95
--	-------

PR TECHNOLOGIES

<i>Babazhanova D.M., Takhan S.Sh.</i> The main foreign policy factors of Kazakhstan's country image formation	96-108
---	--------

Содержание

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

<i>Асанов К.Д.</i> Роль творчества академика Е.А. Букетова в развитии национальной публицистики	8-15
---	-------------

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ

<i>Аширбаев Б.Т.</i> Идеологические функции и национальные интересы в журналистике	16-23
<i>Белдибекова А., Ертасова Г.</i> Тенденции развития современных жанров журналистики	24-29

СМИ И ОБЩЕСТВА

<i>Ермаганбетова З.Н.</i> Своеобразие творчества женщин-публицистов Кызылординского региона	30-36
<i>Канзатова А.К.</i> Контент-анализ отечественных СМИ	37-46
<i>Саурбаева А., Гавра Д.П.</i> Теоретические аспекты современного информационного общества	47-58

ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО

<i>Кузембай А.С., Негизбаева М.О., Кузембай У.С.</i> Жанр манхва в книжном деле: история и перспективы развития	59-68
---	--------------

ТЕЛЕРАДИОЖУРНАЛИСТИКА

<i>Кертаев Р.Д., Гезгин С.</i> Изучение интересов и потребностей аудитории телеканала “Хабар”	69-80
<i>Федорова Н.В.</i> Особенности преподавания темы «Тележурналистика» на примере телеканала «Культура» (Россия) для студентов непрофильных специальностей	81-88

НОВЫЕ МЕДИА

<i>Есенбекова У.М., Кутым Б.</i> Концептуальные основы трансмедиа в информационном пространстве	89-95
---	--------------

ТЕХНОЛОГИИ PR

<i>Бабажанова Д.М., Тахан С.Ш.</i> Основные внешнеполитические факторы формирования странового имиджа Республики Казахстан	96-108
--	---------------



XFTAP 19.61.51

Р.Д. Кертәев¹, С. Гезгин²

¹Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан

²Ыстамбұл Университеті, Ыстамбұл, Түркия

(E-mail: rinakhabar@mail.ru, suatgezgin@gmail.com)

«Хабар» телеарнасы аудиториясының қажеттілігі мен қызығушылығын зерттеу

Андатпа. Мақалада Қазақстан тұрғындарының «Хабар» арнасын медиатұтыну ерекшеліктерін айқындауға арналған зерттеу нәтижелері қарастырылды. Зерттеу мақсаты – тұрғындардың медиаталғамын анықтауға бағытталды. Бұқаралық ақпарат құралдарының аудиторияға ықпалын зерттеуде негізгі коммуникация техникалық құралдарына қолжетімдіктен бастап, түрлі ақпарат көздеріне сенімділік деңгейі, ақпараттық тақырыптарды таңдау сарындары, түрлі дереккөздерін белсенді қолдану амалдарын қарастыру, әлеуметтік желілерді таңдау мен белсенділігі зерттеу жұмысының басты міндеттері саналды. Әлеуметтік зерттеудің «Хабар» агенттігінің қоғамдық даму стратегиясын анықтаудағы орнын айқындау жұмыстың ғылыми және қолданбалы маңызы саналады. Зерттеу жұмысында қолданбалы әлеуметтік зерттеу әдістері қолданылды. Жұмыстың методологиялық негіздеріне сандық және сапалық зерттеулер, атап айтқанда, тұрғындар арасындағы бұқаралық сауалнама, фокус-топтық талдаулар жатады. Сауалнамада демографиялық, гендерлік, жас, этникалық және әкімшілік ерекшеліктеріне қатысты анкеталық, фокус-топтық зерттеулер жүргізілді.

Зерттеу жұмысының нәтижелері көрсеткендей, «Хабар» аудиториясының медиаталғамына, ақпаратқа қолжетімдік және қоғамдық көзқарастарына қатысты бұқаралық ақпарат көздерін пайдалану рейтингісі және сенімділік деңгейі анықталатынын дәлелдеді. Зерттеу жұмысының нәтижелері БАҚ аудиториясын және әлеуметтік журналистика мәселелерін зерттеуде практикалық маңызды.

Түйін сөздер: «Хабар» арнасы, БАҚ аудиториясы, ақпарат көздері, медиатұтыну, медиаталғам, әлеуметтік зерттеулер, әлеуметтік желілер.

DOI : <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2020-131-2-69-80>

Түсті: 06.05.20 / **Қайта түзетілді:** 17.05.20 / **Жарияланымға рұқсат етілді:** 09.06.20

Зерттеу өзектілігі. Цифрлық медианың дамуын – цифрлық телевизияның жетілуімен анықтауға болады. Бұл аталған динамика Үкімет, бұқаралық коммуникация, телекоммуникация, ғылым, медицина, бизнес сияқты қоғамның барлық сегменттеріне үлкен ықпал етеді. Телеарналардағы цифрлық шешімдер жаңа идеялар мен шығармашылық инновациялардың дүниеге келуіне және дәстүрлі әдістерді қолдауға, жетілдіруге мүмкіндік береді.

Еуразия даму банкінің Цифрлық енгізу индексі зерттеу деректері бойынша Қазақстанда цифрлық трансформацияның басты күші ретінде мемлекеттік сектор аталады [1, 6 б.].

Цифрлық трансформацияның медиа нарыққа енуі телеарналар мен телекоммуникация арасында бәсекелестікті күшейтіп, жаңа үндеулер әкелді. Цифрлық трансформация деңгейі мен даму ырғағы технологияның жылдамдығына тікелей тәуелді. Осынау ауқымды міндеттерден ақпараттық ағынды тасымалдаудың цифрлық арналарына үлкен міндеттерді жүктеді. Ақпараттық алмасуды ұйымдастыру әдістері жаңа медианың нарыққа енуіне бағыт басымдық берді. Қазақстан цифрлық өзгерістерді батыл қабылдаған мемлекет ретінде танылады. «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы медиа мен экономиканың, ақпараттық-коммуникациялық технологияның кеңінен қолданысына ықпал етті [2, 7 б.].

2019 жылы 15 қаңтардағы дерек бойынша, Қазақстанда 3328 БАҚ тіркелген. Соның 2790 баспасөз, 128 – телеарналар, 70 – радио, 340–ақпараттық агенттіктер мен желілік басшылар. Нарықта үлесіне қарай дәстүрлі баспасөз: 2790 газет, 990 журналға тиесілі (83,8%). БАҚ тізімдемесінде 225 шетелдік телеарна және радиостансалаыр тіркелген [3].

Қазақстандағы телеарналардың цифрлық трансформациясын жылдамдату өткір мәселе. Әлемдік нарықтағы көшбасшы медиамагнаттардың басты даму жолы – осы. Цифрлық қоғам төртінші өнеркәсіпті революцияға қадам басты. 2017 жылы жер шары тұрғындарының 50%-ы толықтай жылдам Интернетке қосылуы дамудың нақты шегін анықтап берді [4]. Бизнес және экономикалық зерттеулер McKinsey Global (MGI) Institute компаниясы зерттеулерінде, цифрлық мүмкіндіктері жоғары медиакомпаниялар жасанды интеллект әлеуетін қолдануға көшкен [5, 21 б.]. Қазақстандағы көптеген медиакомпаниялар digital transformation процесіне батыл көшті. «Цифрлық Қазақстан» бағдарламасының орындалуы нәтижесінде елдің рейтингте біршама саты жоғарылауына серпін берді.

Ақпараттық және технологиялық дүмпу қоғамның әлеуметтік өмірінің барлық саласын қамтыды. Ақпараттық қоғамда мықты медиаақпараттық орта, ақпараттық ағындардың тасымалын қалыптастырушы жергілікті топтар қалыптаса бастады. Бұл стратификация, әсіресе, түрлі сипаттағы медиаталғамы артқан әлеуметтік ортада ерекше байқалды. Цифрлық медиа трансформацияның адамның күнделікті өміріне ықпалы артты. «Сандық бұлақ», «Сандық кеніш» бағдарламаларының бенефициарлары барша қазақстандықтарға таныс. Сондықтан Қазақстандағы алғашқы заманауи ірі медиа индустрия – «Хабар» агенттігінің фокусында тұрғындардың медиаталғамы мен медиа белсендігін зерттеу өзекті.

Зерттеу мақсаты. Қазақстан тұрғындарының «Хабар» агенттігі телеарналарының медиатүтыну және медиаталғамын анықтау.

Зерттеу міндеттері. Қазақстанның ересек тұрғындарының «Хабар» агенттігі телеарналарының техникалық қотжетімдігі мен телекөрсермендердің белсендігі, медиатүтыну стилі мен медиаталғамын анықтау.

Зерттеу нысаны. 18 жастан асқан ҚР азаматтары.

Зерттеу методологиясы. Сандық және сапалық әдістерге негізделген: мақсатты топтар арасында фокус-топтық зерттеулер және анкеталық сауаланамалар жүргізу. Таңдау квотасы 2234 респондентті қамтылған. Таңдалған зерттеу міндеттерін демографиялық параметрлеріне сәйкес: жасы, жыныс, білім деңгейі, әлеуметтік-кәсіби статусы, мекен жай аймағы сияқты призмаларда анықтауға мүмкіндік берді.

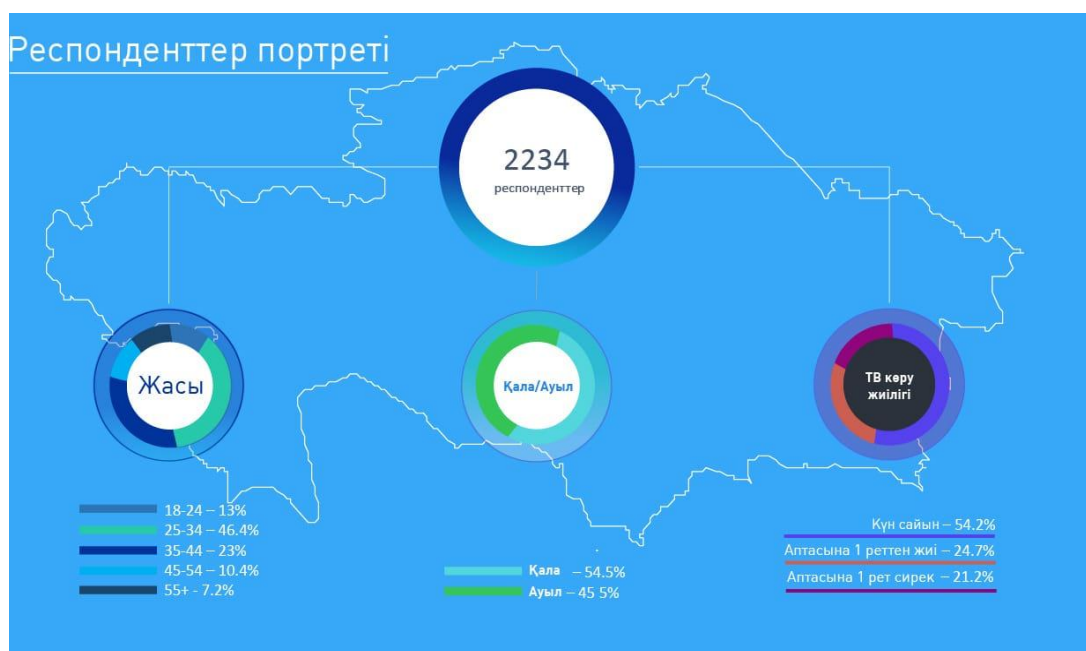
Зерттеу тақырыбы бойынша шолу: Шетелдік Дэвид Х. Уивер, Максвелл Э. Маккомбстың классикалық еңбектерінде журналистиканың әлеуметтік әдістері қарастырылған. Ғалымдар «Журналистика кәсібінің гуманитарлық философиясының басымдығы аясында әлеуметтік журналистика дамуда» деп атап көрсетті [6, 9 б.]. Цифрлық технология мен цифрлық коммуникация дамуы аталмыш пәнаралық әдісті жаңа деңгейге – әлеуметтік журналистика мен цифрлық медиа индустрияның синтезіне әкелді.

Цифрлық медиа мен коммуникацияға қатысты көптеген іргелі жұмыстар жаңа ойлау

стилі мен медиа дамуының жаңа моделіне негізделген цифрлық трансформация мәселелерін ұсынды. Роджерс Дэвид еңбектерінде медианың бизнес моделі ұсынылды. Автордың пайымдауынша, цифрлық медиа дәстүрлі медиаға қарағанда бәсекеге қабілеттігі жоғары. Сондықтан цифрлық медиа дәстүрлі медиа нарықты жоймастан, керісінше оны жетілдіруде [7, 63 б.]. Массачусетс технология институты Ақпараттық технологиялар орталығы Менеджмент мектебінің ғалымдары Питер Вайл, Стефани Ворнер «Цифрландыру медиа тұтынушыларының экожүйесін қалыптастырады» деген тұжырым жасайды [8, 211 б.]. Ақпарат тұтынушылардың цифрлық өлшемі туралы ресейлік ғалымдар Александр Прохоров, Леонид Коник еңбектерінде атап өтеді [9, 13 б.]. Медианың жасанды интеллектісі мен архитектурасы туралы Joseph Alex Maxwell зерттеулерінде аудиторияны зерттеу мен басқару мүмкіндіктері аталады [10, 3 б.]. М. Назаров пен П. Ковалевтің медиаландшафт туралы зерттеулерін атауға болады. Авторлар цифрлық оқу мен қабылдаудың әлеуметтік салдарын талдайды [11, 9 б.].

Қазақстандық ғалымдардың іргелі еңбектерінің қатарында М. Барманкұловтың осыдан отыз жыл бұрын телевизияның онлайн-журналистикамен қатар дамуы туралы гипотезасы медиашынайылыққа айналды. Бүгінгі көрерменнің медиаталғамын дөп басқан еңбектердің зерттеушісі [12, 16 б.].

Зерттеу нәтижелерінің талқылануы. Қазақстандық телеарналардың, атап айтқанда, «Хабар» агенттігі арналарының сегментациясы – тұтыну стилі мен талғамының ерекшеліктері анықталды. Қазақстанның барлық өңірлері телеарналарға қосылу мүмкіндігіне қарай екіге бөлінді: бірінші топта – ауылдық өңірлердегі телевизияға қолжетімді тұрғындар; екінші – урбанизациялық дамуы жоғары облыстар мен қалалар. Телекөрермендердің апталық белсендігі тең түсті. Агенттіктің 4 арнаға бағытталған жаңалықтар үлесі – контентті пайдалануы жоғары. Агенттіктің үлесі отандық арналардың жалпы жаңалықтар көрсетілімінің бестен бір бөлігін қамтиды. Тұрғындардың медиа талғамы «Хабар» арнасының бағдарламаларын (өзіндік өнімдерін) көреді. Көрермендер ақпараттық және спорт сипатындағы контентке басымдық береді. Медитатұтыну үлесіне қарай «Хабар» арнасының (аутсорсингте өндірілген) бағдарламаларын көреді.

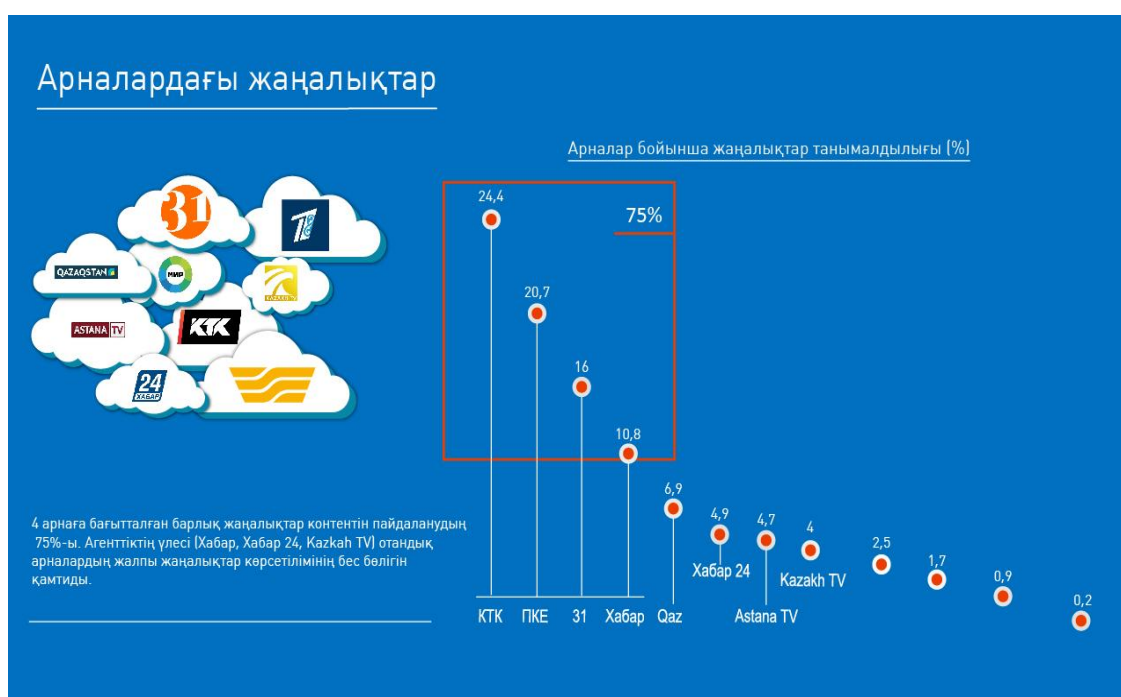


1-сурет – Респонденттер портреті

Қазақстан бойынша зерттеу аудиториясының портреті 1-суретте сипатталған. Таңдау квотасы 2234 респондентті қамтыған әлеуметтік зерттеулерге қатысқан азаматтардың жас ерекшеліктері: 18-24 – 13%, 25-34 – 46,4%, 35-44 - 23%, 45-54 – 10,4%, 55+ жоғары – 7,2% құрады.

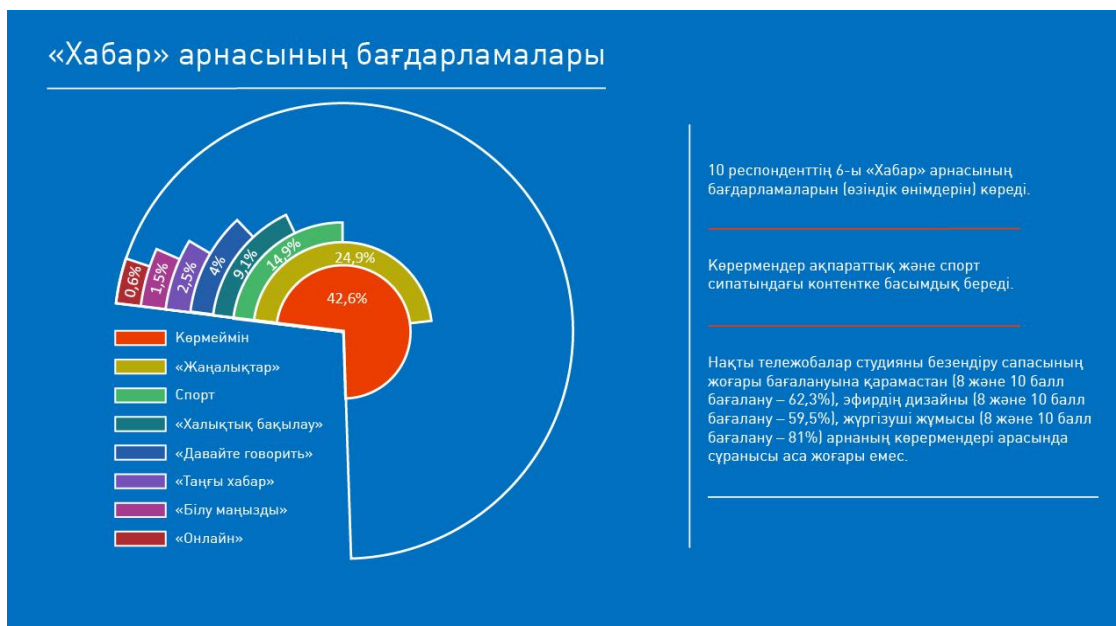
Қала тұрғындарының үлесі – 54,5%, ауыл азаматтары – 45,5%. Тұрғындардың телевизия көру жиілігі: күн сайын – 54,2%, аптасына 1 реттен жиі – 24,7%, аптасына 1 рет сирек – 21,2% үлеске ие. Яғни, азаматтардың телевизия көруінің апталық жиілігі тең түсіп отыр. Әлеуметтік демография жағынан 34-24 жастағы тұрғындар белсенді медиа аудиторияны құрап отыр.

Зерттеу міндеттерінің бірі – арналар бойынша жаңалықтардың танымалдылығын анықтау болды. № 2 суретте көрсетілгендей, төрт арнаға бағытталған барлық жаңалықтар контентін пайдаланудың көрсеткіштері мынадай. Сауалнамаға қатысқан азаматтардың 75%-ын қамтыды. Бұл агенттік үлесіндегі (Хабар, Хабар 24, Kazakh TV) отандық арналардың жалпы жаңалықтар көрсетілімінің бестен бір бөлігін қамтиды.



2-сурет – Арналардағы жаңалықтар

Сонымен қатар, ауқымдылығы жағынан елдегі барлық өңірлерді жаңалықтармен қамтудың басымдықпен 3/4 үлесін құрады (2-сурет). Арналар бойынша жаңалықтардың танымалдылық үлесі мынадай: КТК – 24,4%; ПКЕ – 20,7%; 31 арна – 16 %; Хабар – 10,8 %; Qazaqstan – 6,9%; Хабар 24 – 4,9%; Astana TV – 4,7%; Kazakh TV – 4 %.



3-сурет – «Хабар» арнасы бағдарламалары

Әлеуметтік зерттеулер фокусында «Хабар» арнасындағы жаңалықтардың телекөрсеткіштері арасындағы медиатүтынуы мен медиаталғамын анықтауға арналды (3-сурет). «Хабар» арнасы бағдарламаларының аудиториясынан мынадай картина сараптауға болады: Көрмеймін – 42,6 %; Жаңалықтар – 24,9%; Спорт – 14,9%; «Халықтық бақылау» – 9,1%; «Давайте говорить» – 4%; «Таңғы хабар» – 2,5 %; «Білу маңызды» – 1,5 %; «Онлайн» – 0,6%.

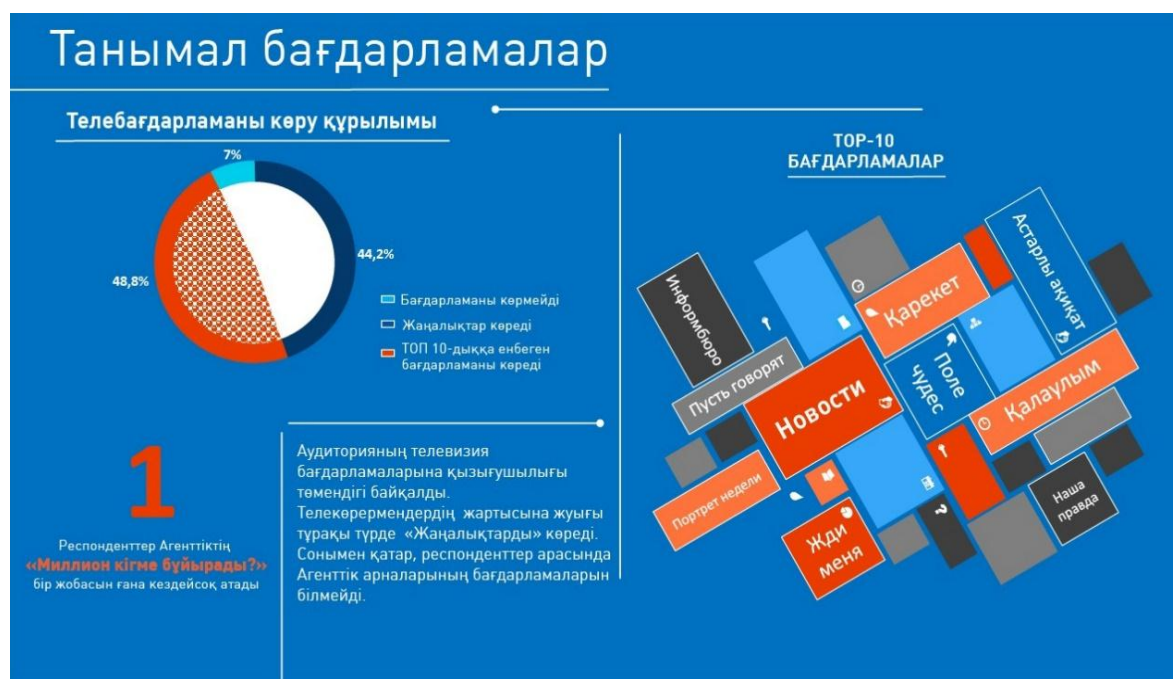
Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, 10 респонденттің 6-ы «Хабар» арнасының бағдарламаларын (өзіндік өнімдерін) көреді. Көрсеткіштер ақпараттық және спорт сипатындағы контентке басымдық береді. Нақты тележобалар студияны безендіру сапасының жоғары бағалануына қарамастан (8 және 10 балл бағалану – 62,3%), эфирдің дизайнын (8 және 10 балл бағалану – 59,5%), жүргізуші жұмысы (8 және 10 балл бағалану – 81%) арнаның көрсеткіштері арасында сұранысы аса жоғары емес.



4-сурет – «Хабар» арнасы бағдарламалары

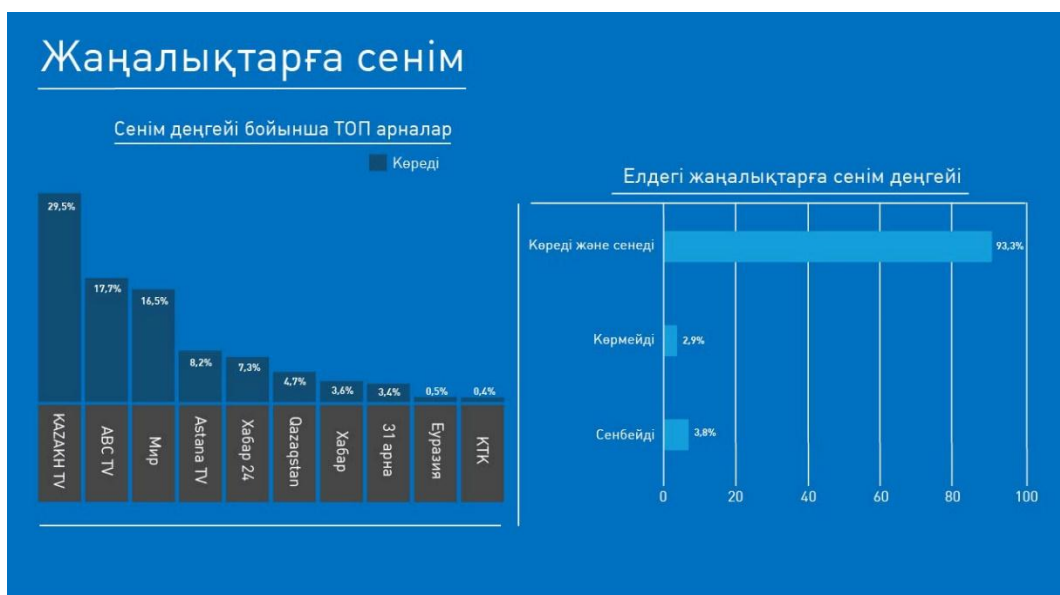
Аудиторияның талғамына қатысты келесі зерттеу нәтижелері көрермендердің аталған бағдарламаларға қызығушылығы жобаның жанрына емес, орындалуына қатысты деген тұжырым жасауға болады (4-сурет). «Миллион кімге бұйырады?» – 21,9% жобасының аудиториясы «Зерде» – 2,5% аудиториясынан 10 есе асып түседі. «Жұлдызды жекпе-жек» – 12,1% көрермендер арасында «Топжарған» – 3,1% жобасына карағанда 4 есе танымал. Сондықтан соңғы аталған жобалардың форматы жақсы болғанымен, мазмұнын жақсартуды қажет етеді.

Тұрғындардың телебағдарламаны көру құрылымына қарай зерттеудің келесі бағытында бірнеше жобалардың аудиториясы анықталды (5-сурет).



5-сурет – Танымал бағдарламалар

Респонденттер Агенттіктің «Миллион кімге бұйырады?» бір жобасын атады, бағдарламаның көру үлесі жоғары. Бағдарламаны көрмейтіндер үлесі – 7%; Жаңалықтар көреді – 44,2%; ТОП 10-дыққа енбеген бағдарламаны көреді – 48,8%. Аудиторияның телевизия бағдарламаларына қызығушылығы төмендігідей байқалды. Телекөрермендердің жартысына жуығы тұрақты түрде «Жаңалықтарды» көреді. Сонымен қатар, респонденттер арасында Агенттік арналарының бағдарламаларын білмейді. Телевизиялық жобалардың көп болуы телекөрермендердің арасында олардың танымалдығы мен еске сақталуына әсері болғандықтан деңгейі төмен. Арна аудитория үшін жаңалықтар таратумен танымал.



6-сурет – Жаңалықтарға сенім

Елдегі 18 жастан асқан тұрғындардың телеарналардағы жаңалықтарға сенім деңгейі №6 суретте сипатталған. Сенім деңгейі бойынша ТОП арналар үлесі төмнеен жоғары қарай аталған: КТК – 0,4%; Еуразия – 0,5%; 31 арна – 3,4%; Хабар – 3,4%; Qazaqstan – 6,7%; Хабар 24 – 7,3%; Astana TV – 8,7%; Мир – 14,5%; ABC TV – 17,7%; KAZAKH TV – 29,5%.

Сондай-ақ азаматтардың елдегі жаңалықтарға сенім деңгейі – 92,3%; Көреді және сенеді – 92,3%; Көрмейді – 2,9%; Сенбейді – 3,8%. Респонденттердің жаңалықтарға сенімі ең үлкен басымдықпен үлесі жоғары болуы, соның ішінде Kazakh.TV арнасының жаңалықтары үлесі көшбасшы.



7-сурет – Танымал арналар

Қазақстандық медианарықта ақпараттарды шұғыл және сапалы телеарналардың алатын үлесі мен маңызы ерекше. Визуалды және мультимедиалық технологиялар отандық телеаудиторияның талғамына сай өнім дайындауды ұсынғаны рас.

Отандық ТОП арналар арасы көрермендері жас ерекшеліктері мен аудиторияның орташа жасы үлесі мынадай: 18-24 – %; 25-34 - 46,4%; 35-44 –24,7%; 45-54 – 10,4%; 50 – 7,2%. Зерттеу нәтижесі көрсеткендей, 25-34 жас арасындағы жастар ең белсенді аудитория саналады (7-сурет).

Арналардың танымалдығы көрсеткіші келесі деректерде: КТК – 16,5%; Еуразия – 15,7 %; 31 арна – 14,3 %; Хабар – 10,3%; Qazaqstan – 8,5%; 7 арна –7,7%; Хабар24 – 7,2%; Мир – 5,4%; El Arna – 5,1%; KAZAKH TV – 4,5%; ABC TV – 1,4%. Қазақстандық телеарналардың танымалдығы бойынша мақсатты топтың басым бөлігі үш көшбасшы арнаны атады. «Хабар» арнасы алғашы үштікте.

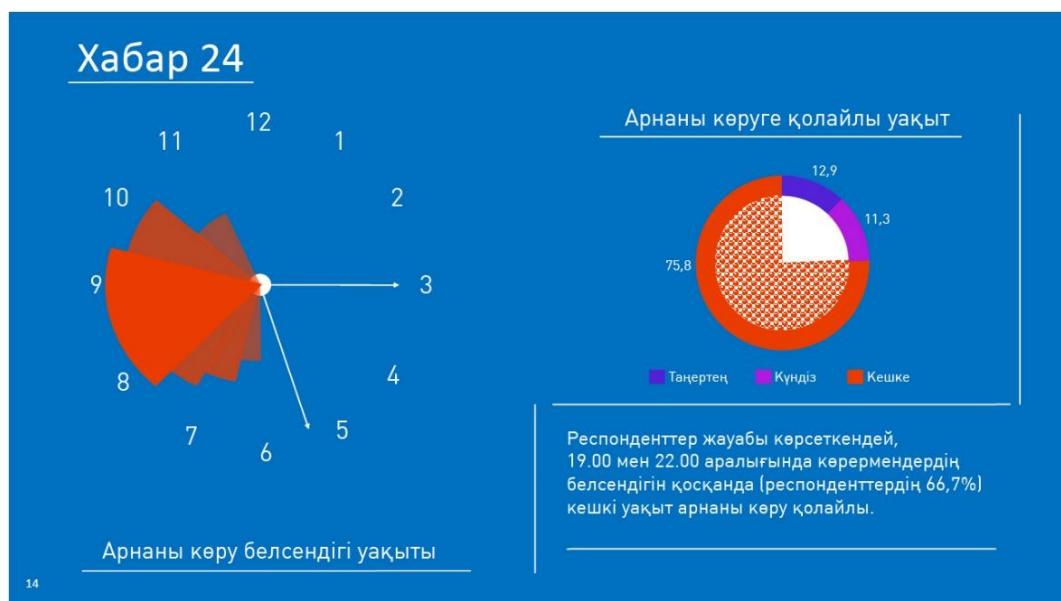
«Хабар 24» арнасы тәулік бойы жаңалықтар қызметін таратын елдегі бірден-бір арна. Телекөрермендер белсендігі мен медиаталғамына қатысты зерттеу нәтижелерін 8-суретте көрсетілген. Арнаның қандай бағдарламаларын білесіз деген сауалға: Жаңалықтар – 48,9%; Жауап беруге қиналамын 42,4%; Hi-Tech 1,2%; Қалай жасалған? – 1,2%; Драйв – 1,2%.



8-сурет – «Хабар 24» бағдарламалары

Телевизиялық жобалардың көп болуы телекөрермендердің арасында олардың танымалдығы мен еске сақталуына әсері болғандықтан деңгейі төмен. Арна аудитория үшін жаңалықтар таратумен танымал. Телекөрермендердің төрттен үшеуі жаңалықтардан басқа эфирде өтіп жатқан бағдарламаларды көрмейді. Сұрау салғандардың 13%-ы бағдарламалар атауын еске алуда қиналды. Арнаның әрбір он көрермені нақты жобаларды атады.

Мақсатты аудитория арнаның қандай бағдарламаларын көресіз деген сауалға жауап бергенде келесідей нәтиже көрсетті: Қалай жасалған? – 1,2%; Үлкен спорт – 1,2%; Art Global – 2%; Жауап беруге қиналамын – 12,9%; Көрмеймін – 18,4%; Жаңалықтар – 53,4%. «Хабар 24» бағдарламалары аудиториясы жартысынан астамы Жаңалықтар қызметінің тұрақты көрермені.



9-сурет – Хабар 24

«Хабар 24» арнасының көру белсендігі мен уақыты және арнаны көруге қолайлы уақытын таңдаған респонденттердің медиа талғамы 9-суретте сипатталды. Телекөрермендердің көру бөлдігінің үлесі мынадай: таңертең – 12,9%; күндіз – 11,3%; кешке – 75,8%. Респонденттер жауабы көрсеткендей, 19.00 мен 22.00 аралығында көрермендердің белсендігін қосқанда (респонденттердің 66,7%) кешкі уақыт арнаны көру қолайлы.

Қорытынды. Әлеуметтік зерттеулердің нәтижесінде «Хабар» аудиториясының медиаталғамына, ақпаратқа қолжетімділік және қоғамдық көзқарастарына қатысты бұқаралық ақпарат көздерін пайдалану рейтингісі және сенімділік деңгейі анықталды.

Қазақстандық телеарналардың, атап айтқанда, «Хабар» агенттігі арналарының сегментациясы айқындалды. Телекөрермендердің тұтыну стилі мен талғамының ерекшеліктері анықталды. Қазақстанның барлық өңірлері телеарналарға қосылу мүмкіндігіне қарай екіге бөлінді: бірінші топта – ауылдық өңірлердегі телевизияға қолжетімді тұрғындар; екінші – урбанизациялық дамуы жоғары облыстар мен қалалар. Телекөрермендердің апталық белсендігі (тепе-тең келу) мен парйм-тайм уақыты (кешкі уақыт – 66,7%) нақтыланды.

Агенттіктің 4 арнаға бағытталған жаңалықтар үлесі мен визуалды, мультимедиялық контентті пайдалану үлесі жоғары екендігі дәлелденді. Агенттіктің үлесі отандық арналардың жалпы жаңалықтар көрсетілімінің бестен бір бөлігін қамтиды. Тұрғындардың медиа талғамы араның өзіндік өнімдеріне ерекше мән беретіні айқындалды. «Хабар» арнасының өз өнімдерінің көрермендер аудиториясы артуы байқалды. Көрермендер ақпараттық және спорт сипатындағы контентке басымдық беруі арнаның таяу арадағы стратегиясына жаңа бағыт ұсынды. Еліміздегі «Хабар» Агенттігі» АҚ – шұғыл, сапалы және объективті контент дайындау мен таратуда басты медиакомпания болып табылатынын зерттеу нәтижелері дәлелдеді.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Digital Implementation Index Publications Library [Electronic resource] Available at: <https://unctad.org/en/> (Accessed: 01.09.2019)
- 2 State Program “Digital Kazakhstan” [Electronic resource] Available at: <https://digital.kz/wp->

- content/uploads/2018/04/Digital-Kaz_ru.pdf (Accessed: 01.09.2019)
- 3 Broadcast media [Electronic resource] Available at: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/199.html> (Accessed: 19.01.2019)
- 4 Бондал К. Как ускорить цифровую трансформацию бизнеса в Казахстане [Электрон. ресурс] -URL: <https://kapital.kz/business/80976/kak-uskorit-tsifrovuyu-transformatsiyu-biznesa-v-kazakhstan.html> (Дата обращения: 01.09.2019)
- 5 McKinsey Global Institute [Electronic resource] Available at: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Digital%20identification%20A%20key%20to%20inclusive%20growth/MGI-Digital-identification-Report.ashx> (Accessed: 03.03.2020)
- 6 David H., Willnat W., Willnat L. Changes in U.S. Journalism: How do journalists think about social media? [Электрон. ресурс] – URL: <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2016.1171162> (Accessed: 19.01.2019)
- 7 Роджерс Д. Цифровая трансформация. – Москва: Точка. - 2018. – 153 с.
- 8 Вайл П., Ворнер С. Цифровая трансформация бизнеса. Изменение бизнес-модели для организации нового поколения. – Москва: Альпина Паблишер, 2019 – 219 с.
- 9 Прохоров А., Коник Л. Цифровая трансформация Анализ, тренды, мировой опыт. – Москва: ИД Ridero, 2019. – 169 с.
- 10 Maxwell J.A. The Importance of Qualitative Research for Causal Explanation in Education [Electronic resource] Available at: https://www.researchgate.net/publication/235752826_The_Importance_of_Qualitative_Research_for_Causal_Explanation_in_Education (Accessed: 19.05.2020)
- 11 Назаров М.М., Ковалев П.А. Изменение медиасреды и современные практики чтения // Социологические исследования. 2017. № 2. С. 84-95
- 12 Барманкулов М.К. Возможности космического телевидения. – Алматы: Пособие. -1993. – С. 191.

Р.Д. Кертаяев¹, С. Гезгин²

¹ *Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева,
Нур-Султан, Казахстан*

² *Стамбульский университет, Стамбул, Турция*

Изучение интересов и потребностей аудитории телеканала «Хабар»

Аннотация. В статье представлены результаты социологического исследования по медиаповедению взрослого населения Казахстана, в частности, телезрителей телеканала «Хабар» в контексте вопроса мировоззренческих ориентаций в цифровую эпоху..... Описание медиаповедения взрослого населения Казахстана, телезрителей канала «Хабар», в фокусе развития и модернизации цифровой эпохи, определяет практическую и научную значимость данного эмпирического исследования..... Результаты исследования показывают, что на основе определения особенностей медиапредпочтений, доступа к информации, выявления социальных взглядов аудитории телеканала «Хабар» можно составить рейтинг средств массовой информации и уровень доверия к ним.

Основными задачами эмпирических исследований являются: определение механизмов доступа к основным техническим средствам коммуникаций и цифровым каналам информации, определение медиаповедения активных пользователей цифровых источников.

Выявление медиаповедения взрослого населения Казахстана, телезрителей канала

«Хабар» в фокусе развития и модернизации цифровой эпохи определяет практическую и научную значимость данного эмпирического исследования.

Методология исследования основана на количественных и качественных методах: опрос среди целевой группы и работа в фокус-группах.

Результаты исследования показывают, что по особенностям медиапредпочтений, доступа к информации и социальным взглядам аудитории телеканала «Хабар» можно определить рейтинг средств массовой информации и уровень доверия к ним.

Результаты исследования можно применить в прикладных работах по социальной журналистике.

Ключевые слова: телеканал «Хабар», цифровые медиа, цифровая трансформация, медиаактивность, медиаповедение, медиапотребление.

R.D. Kertayev¹, S. Gezgin²

¹*L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan*

²*Istanbul University, Istanbul, Turkey*

Studying the interests and necessity of the audience of the «Khabar TV channel»

Abstract. This research presents the results of a sociological study on the media behaviour of the adult population of Kazakhstan viewers of TV «Khabar» in the context of the issue of worldview orientations in the digital age. The aim of the research is to determine the specifics of media consumption of digital technologies of the population of Kazakhstan, as well as to identify media preferences of the adult population.

The research methodology is based on quantitative and qualitative methods. The results of the study show a segmentation of the Kazakh audience in terms of usage of digital channels, in terms of information consumption and in terms of media preferences. All regions of the country can be divided into two groups according to the dominant type of television connection into areas where rural population prevails and into areas with a higher level of urbanization. The analysis shows that digital television is being introduced in all areas, with mobile Internet having begun to compete with wired Internet.

The identification of media behavior of the adult population of Kazakhstan by television viewers of the Khabar channel in the focus of development and modernization of the digital era determines the practical and scientific significance of this empirical study.

The research methodology is based on quantitative and qualitative methods: interviewing the middle of the target group and working in focus groups.

The results of the study show that the segmentation of the Kazakhstan`s audience of digital information channels by style of consumption and the characteristics of the media preferences of the audience of the Khabar TV channel differ.

The results of the study can be used in applied work in on social journalism.

Keywords: TV «Khabar», digital media, digital transformation, media activity, media behaviour, media consumption.

References

- 1 Библиотека цифровых публикаций [Digital Implementation Index Publications Library] [Electronic resource] Available at: <https://unctad.org/en/> (Accessed: 01.09.2019)
- 2 Gosýdarstvennaia programma «Tsifrovoi Kazakhstan» [State Program “Digital Kazakhstan”]

- [Electronic resource] Available at: https://digitalkz.kz/wp-content/uploads/2018/04/Digital-Kaz_ru.pdf (Accessed: 01.09.2019)
- 3 Veshchatelnye SMI [Broadcast media] [Electronic resource] Available at: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/199.html> (Accessed: 09.11.2019)
- 4 Bondal K. Kak uskorit tsifrovuiu transformatsiyu biznesa v Kazahstane [How to accelerate digital transformation of business in Kazakhstan] [Electronic resource] Available at: <https://kapital.kz/business/80976/kak-uskorit-tsifrovuyu-transformatsiyu-biznesa-v-kazahstane.html>. (Accessed: 09.11.2019)
- 5 Tsifrovaia identifikatsiya: Klúych k inkluzivnomu rostu [Digital identification: A key to inclusive growth] [Electronic resource] – Available at: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Digital%20identification%20A%20key%20to%20inclusive%20growth/MGI-Digital-identification-Report.ashx> (Accessed: 03.03.2020)
- 6 David H., Willnat W., Willnat L. Izmeneniya v amerikanskoj jurnalistike: kak jurnalisty dýmaut o sotsialnyh setyah? [Changes in the U.S. Journalism: How do journalists think about social media?] [Electronic resource] Available at: <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2016.1171162> (Accessed: 01.04.2020)
- 7 Rodjers D. Tsifrovaia transformatsiya [Digital transformation] (Moscow, Tochka, 2018, 153 p.). [in Russian]
- 8 Vail P., Vorner S. Tsifrovaia transformatsiya biznesa. Izmeneniye biznes-modeli dlia organizatsii novogo pokoleniya [Digital business information. Changes in the business model for organizing a new generation] (Moscow, Alpina Publisher, 2019, 219 p.). [in Russian]
- 9 Prohorov A., Konik L. Tsifrovaia transformatsiya. Analíz, trendy, mirovoj opyt [Digital transformation. Analysis, trends, world experience] (Moscow, ID Ridero, 2019, 169 p.). [in Russian]
- 10 Maxwell J.A. Vajnost kachestvennyh issledovanií dlia obiasneniya prichinno-sledstvennyh svyazei v obrazovanii [The Importance of qualitative research for causal explanation in education] [Electronic resource] – Available at: https://www.researchgate.net/publication/235752826_The_Importance_of_Qualitative_Research_for_Causal_Explanation_in_Education (Accessed: 19.05.2020)
- 11 Nazarov M. M., Kovalev P. A. Izmeneniye mediasredy i sovremennye praktiki chteniya [Changing the media and modern reading practices] Sotsiologicheskie issledovaniya [Sociological studies]. 2017, № 2. - P. 84-95
- 12 Barmankulov M.K. (1993) Vozmojnosti kosmicheskogo televıdeniya [The possibilities of space television] (Almaty, 1993, 191 p.). [in Russian]

Авторлар туралы мәлімет:

Кертаев Р.Д. - докторант, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Гезгин С. - доктор, Ақпарат факультетінің профессоры, Ыстамбұл Университеті, Ыстамбұл, Түркия.

Kertayev R.D. - PhD student, L.N Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan.

Gezgin C. - Doctor, Professor of the Faculty of Communication, Istanbul University, Istanbul, Turkey.

**«Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысы.
Журналистика сериясы» журналында мақала жариялау ережесі**

1. Журналдың мақсаты. Қазақ баспасөзінің тарихы, журналистиканың теориялық және қолданбалы ғылымдары, қоғаммен қатынасы, көсемсөзі, баспасөз қызметі туралы мұқият тексеруден өткен материалдарды жариялау.

2. Журналда мақаланы жариялаушы автор Ғылыми басылымдар бөліміне (мекенжайы: 010008, Қазақстан, Нұр-Сұлтан қаласы, Қ. Сәтбаев көшесі, 2, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Бас ғимарат, 402 кабинет) қолжазбаның қол қойылған 1 дана қағаз нұсқасын тапсырады және **Word** форматындағы нұсқасын **vest_journalism@enu.kz** электрондық поштасына жіберу қажет. Қағазға басылған мақала мәтіні мен электронды нұсқасы бірдей болулары қажет. Мақаламен бірге автордың жұмыс орнынан **Ілеспе хат** та тапсырылуы қажет. Мақалалар **қазақ, орыс, ағылшын** тілдерінде қабылданады.

3. Авторлардың редакцияға мақалаларды жіберуі «Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысында» басуға және шет тіліне аударып, қайта басуға келісімін білдіреді. Автор мақаланы редакцияға жіберу арқылы өз туралы мәліметтің дұрыстығына, мақала көшірілмегендігіне (плагиаттың жоқтығына) және басқа да заңсыз көшірмелердің жоқтығына, барлық көшірмелердің, кестелердің, сұлбалардың, иллюстрациялардың тиісті түрде рәсімдеуіне кепілдеме береді.

4. Ұсынылатын мақала көлемі (жекедеректер мен әдебиеттер тізімін қоса):
- мақалалар үшін - 8 ден 16 бетке дейін;
- сын пікірлер (монографияға, кітапқа) және конференция туралы пікір - 6 дан 12 бетке дейін болуы керек.

5. Мақала мәтінінің пішіні:
– Microsoft Word (docx) форматындағы файлда;
– Times New Roman шрифінде;
– жақтау жолағы 2x2x2x2;
– 1 жоларалық интервалы;
– 14 кегл;
– мәтінді жақтау көлеміне сәйкестендіру керек;
– Әрбір азатжол қызыл сызықтан басталуы қажет (1 см шегініс);
– транслитерация **Library of Congress (LC)** жүйесінде жасалуы керек.

Мақаланы құру сұлбасы:

XҒТАР <http://grnti.ru/> - бірінші жолдың сол жақтауында;
Автор(лар) туралы метамәліметтердің мазмұны (Рәсімдеу үлгісі / Образец оформления статьи / Template қараңыз)

Автор(лар)дың аты-жөні – жолдың ортасында қою әріппен жазылады;

Мекеменің толық атауы, қаласы, мемлекеті (егер авторлар әртүрлі мекемелерде жұмыс істесе, онда автордың тегі мен тиісті мекеменің қасында бірдей белгіше қойылады)

Автор(лар)дың E-mail-ы – жақша ішінде (курсивпен);

Мақала атауы – жолдың ортасында (жартылай қоюмен)

Аңдатпа – (100-200 сөз) формуласыз, мақаланың атауын мейлінше қайталамауы қажет; әдебиеттерге сілтемелер болмауы қажет; мақаланың құрылысын (кіріспе, зерттеу әдіснамасы мен әдістемесі, зерттеу нәтижелері, қорытынды) сақтай отырып, мақаланың қысқаша мазмұны берілуі қажет.

Түйін сөздер («Түйін сөздер» сөз тіркесі жартылай қоюмен белгіленеді) (5-8 сөз немесе сөз тіркестері) - Түйін сөздер зерттеу тақырыбын өте дәл бейнелеу керек, сонымен қатар, ақпараттық-ізвестіру жүйелерінде мақаланы жеңіл табуға мүмкіндік беретін мақала мәтінінің терминдерін және де басқа маңызды ұғымдарды қамтуы қажет.

Мақаланың негізгі мәтіні кіріспені, мақсат пен міндеттерді қойылуын, зерттеу тақырыбы бойынша жұмыстардың шолуын, зерттеу әдістерін, нәтижелер/талқылау қорытынды қамтуы қажет (жоларалық интервал - 1, азат жол «қызыл жолдан» - 1 см, беттеу жолағы – еніне сай жасалады.

Кестелер, суреттер – аталғаннан кейін орналастырылады. Әр иллюстрация қасында оның аталуы болуы қажет. Сурет айқын әрі сканерден өтпеген болуы керек.

Мақаладағы формулалар тек мәтінде оларға сілтеме берілсе ғана нөмірленеді.

Жалпы қолданыста бар аббревиатуралар мен қысқартулардан басқаларына міндетті түрде алғаш қолданғанда түсініктеме берілуі қажет.

Қаржылай көмек туралы ақпарат бірінші бетте көрсетіледі.

Әдебиеттер тізімі. Мәтінде әдебиеттерге сілтеме тікжақшаға алынады. Мәтіндегі әдебиеттер тізіміне сілтемелердің нөмірленуі мәтінде қолданылуына қатысты жүргізіледі: мәтінде кездескен әдебиетке алғашқы сілтеме [1, 153 б.] арқылы, екінші сілтеме [2, 185 б.] арқылы т.с.с. жүргізіледі. Мақаланың негізгі мәтініндегі кітапқа сілтеме қолданылған беттерді көрсету керек (мысалы, [1, 45 б.]).

Жарияланбаған еңбектерге сілтемелер жасалмайды. Сонымен қатар, рецензиядан өтпеген басылымдарға да сілтемелер жасалмайды (әдебиеттер тізімін, әдебиеттер тізімінің ағылшынша әзірлеу үлгісін төмендегі мақаланы рәсімдеу үлгісінен қараңыз).

Мақала соңындағы әдебиеттер тізімінен кейін библиографиялық мәліметтер орыс және ағылшын тілінде (егер мақала қазақ тілінде жазылса), қазақ және ағылшын тілінде (егер мақала орыс тілінде жазылса), орыс және қазақ тілінде (егер мақала ағылшын тілінде жазылған болса) беріледі.

Авторлар туралы мәлімет: аты-жөні, ғылыми атағы, қызметі, жұмыс орны, жұмысының мекенжайы, телефоны және e-mail – қазақ, орыс және ағылшын тілінде толтырылады.

6. Қолжазба мұқият тексерілген болуы қажет. Техникалық талаптарға сай келмеген қолжазбалар қайта өңдеуге қайтарылады. Қолжазбаның кейін қайтарылуы, оның журналда басылуына жіберілуін білдірмейді.

7. Электронды корректурамен жұмыс істеу. Ғылыми басылымдар бөліміне түскен мақалалар жабық (анонимді) тексеруге жіберіледі. Эксперттер ұсынылған мақалаға оның жариялау мүмкіндігі, жақсарту қажеттілігі немесе қабылданбауы туралы дәлелді қорытындысын қамтитын жазбаша сын пікір береді. Жарамсыз деп таныған мақала қайтара қарастырылмайды. Мақаланы түзетуге ұсыныс берген жағдайда авторлар үш күн аралығында мақаланың корректурасын жіберу керек. Мақаланың түзетілген нұсқасы мен автордың рецензентке жауабы редакцияға жіберіледі. Оң сын пікірлер алған мақалалар оларды талқылау және басылымға бекіту үшін журналдың редакциялық алқасына ұсынылады.

Журнал жиілігі: жылына 4 рет.

8. Төлемақы. Басылымға рұқсат етілген мақала авторларына келесі реквизиттер бойынша төлем жасау қажет (ЕҰУ қызметкерлері үшін - 4500 теңге; басқа ұйым қызметкерлеріне - 5500 теңге).

Реквизиттері:

1) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»

БИН 010140003594

АО «Банк ЦентрКредит»

БИК Банка: KСJBKZKX

KZ978562203105747338

Кбе 16

Кнп 859

- 2) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «Bank RBK»
БИК Банка: KINCKZKA
ИИК: KZ498210439858161073
Кбе 16
Кнп 859
- 3) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «ForteBank»
БИК Банка: IRTYKZKA
ИИК: KZ599650000040502847
Кбе 16
Кнп 859
- 4) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «НародныйБанкКазахстан»
БИК Банка: HSBKKZKX
ИИК: KZ946010111000382181
Кбе 16
Кнп 859

«За публикацию ФИО автора»

Provision on articles submitted to the journal “Bulletin of L.N. Gumilyov Eurasian National University. Journalism Series”

1. Publication of carefully selected original scientific works in the field of journalism, publication of materials devoted to the scientific issues of the direction of historical, theoretical and applied research of journalism, public relations, journalism, publishing.

2. An author who wishes to publish a paper in the journal must submit the paper in one hard copy (printed version), signed by the author, to the scientific publication office (at the address: 010008, the Republic of Kazakhstan, Nur-Sultan, Satpayev St., 2. The L.N.GumilyovEurasianNationalUniversity,MainAdministrativeBuilding,Office402)andbye-mail vest_journalism@enu.kz in Word format. At the same time, strict compliance between Word-version and the hard copy is required. And also the authors need to submit a cover letter.

Language of publications: Kazakh, Russian, English.

3. Submission of papers to the scientific publication office means the authors’ consent to the right of the Publisher, the L.N. Gumilyov Eurasian National University, to publish papers in the journal and their re-publication in any foreign language. By submitting the text of the paper for publication in the journal, the author guarantees the correctness of all information about themselves, lack of plagiarism and other forms of unauthorized use in the article, proper formulation of all borrowings of text, tables, diagrams, and illustrations.

4. The recommended volume of the paper (including metadata and references):

- for papers – between 8-16 pages;
- for reviews (of monographs, books), reviews on conferences – between 6-12 pages.

5. Text formatting requirements:

- Microsoft Word file format (docx);
- Times New Roman font;
- the size of the fields 2 * 2 * 2 * 2;
- line spacing 1,
- size 14;
- text alignment in width;
- each paragraph beginning with the main line (indent 1 cm);
- transliteration is carried out according to the Library of Congress (LC) system.

Structure of the article:

IRSTI <http://grnti.ru/> – first line, left

The content of the metadata about the author (see Рәсімдеу үлгісі / Paper template)

Initials and Surname of the author (s) – center alignment, italics

Full name of the affiliation, city, country (if the authors work in different organizations, you need to put the same icon next to the name of the author and the corresponding organization)

Author’s e-mail (s) – in brackets (italics)

Paper title – center alignment (bold)

Abstract (100-200 words) must not contain formulas or repeat the content of the paper; it must not contain bibliographic references; it must reflect the summary of the paper, preserving the structure of the paper – introduction, methodology and research methods, research results, conclusion.

Keywords (the phrase «Keywords» is bold) (5-8 words/word groups). Keywords must be extremely accurate to reflect the subject area of the study, include terms from the text of the paper and other important concepts that make it possible to facilitate and expand the possibilities of finding the paper by means of an information retrieval system).

The main text of the paper must contain an introduction, setting goals and objectives, a review of works on the research topic, research methods, results / discussions conclusion / conclusions – line spacing – 1, «main line» indent – 1 cm, justified alignment.

Tables, figures must be placed after the mention. Each illustration must be followed by the inscription. Figures should be clear, clean, and unscanned. Only those formulas referenced in the text are subjected to numbering.

All abbreviations and shprtenings, with the exception of obviously well-known, must be decoded when first used in the text.

Information about the financial support of the work is indicated on the first page in the form of a footnote.

References. In the text, references are indicated in square brackets. References must be numbered strictly in the order of mention in the text. The first reference in the text to a reference must have the number [1, 153 p.], the second – [2, 185 p.], Etc. The reference to the book in the main text of the article should be accompanied by an indication of the pages used (for example, [1, 45 p.]). Links to unpublished works are not allowed. Undesirable references to unlicensed publications are not recommended (examples of the description of the list of references, descriptions of the list of references in English, see below in the sample article).

At the end of the paper, after the list of references, it is necessary to indicate bibliographic data in Russian and English (if the paper is in Kazakh), in Kazakh and English (if the paper is in Russian) and in Russian and Kazakh (if the paper is in English language).

Information about the authors: last name, first name, patronymic, scientific degree, position, affiliation, full business address, telephone, e-mail – in Kazakh, Russian and English.

6. The manuscript must be carefully verified. Non-compliant manuscripts will be returned for revision. Returning for revision does not mean that the manuscript has been accepted for publication.

7. Work with electronic proofreading. Papers submitted to the Department of Scientific Publications (editing office) are sent for anonymous review. Experts give a written review of the submitted paper with a reasoned conclusion about the possibility of its publication, the need to send for revision or (rejection) of the paper. Papers that have received a negative review are not accepted for reconsideration. Authors should, within three days, send the proofreading of the paper if it is decided to finalize the paper. Corrected versions of papers and the author's response to the reviewer are sent to the editor. Papers with positive reviews are submitted to the editorial board of the journal for discussion and approval for publication.

Periodicity of the journal: 4 times a year.

8. Payment. Authors who have received a positive opinion on publication must pay to the following banking details (for ENU employees – 4,500 KZT, for outside organizations – 5,500 KZT):

Requisites:

- 1) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
БИН 010140003594
АО «Банк ЦентрКредит»
БИК Банка: КСЖВКЗКХ
KZ978562203105747338
Кбе 16
Кнп 859

- 2) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «Bank RBK»
БИК Банка: KINCKZKA
ИИК: KZ498210439858161073
Кбе 16
Кнп 859

- 3) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «ForteBank»
БИК Банка: IRTYKZKA
ИИК: KZ599650000040502847
Кбе 16
Кнп 859

- 4) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «НародныйБанкКазахстан»
БИК Банка: HSBKKZKX
ИИК: KZ946010111000382181
Кбе 16
Кнп 859

«For the publication of the name of the author»

Положение о рукописях, представляемых в журнал «Вестник Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева. Серия: Журналистика»

1. Цель журнала. Публикация тщательно отобранных оригинальных научных работ в областях журналистики, связи с общественностью, публицистики, издательского дела.

2. Автору, желающему опубликовать статью в журнале, необходимо представить рукопись в твердой копии (распечатанном варианте) в одном экземпляре, подписанном автором, в Отдел научных изданий (по адресу: 010008, Казахстан, г. Нур-Султан, ул. Сатпаева, 2, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, учебно-административный корпус, каб. 402) и по e-mail vest_journalism@enu.kz. При этом должно быть строго выдержано соответствие между Word-файлом и твердой копией. Также авторам необходимо представить сопроводительное письмо.

Язык публикаций: казахский, русский, английский.

3. Отправление статей в редакцию означает согласие авторов на право Издателя – Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева – публикации статей в журнале и переиздания их на любом иностранном языке. Представляя текст работы для публикации в журнале, автор гарантирует правильность всех сведений о себе, отсутствие плагиата и других форм неправомерного заимствования в рукописи, надлежащее оформление всех заимствований текста, таблиц, схем, иллюстраций.

4. Рекомендованный объем (включая метаданные и список литературы):

- для статей – от 8 до 16 страниц;
- для рецензий (на монографии, книги), отзывов о конференциях – от 6 до 12 страниц.

5. Требования к форматированию текста:

- формат файла Microsoft Word (docx); – шрифт Times New Roman;
- размер полей 2*2*2*2; – междустрочный интервал 1; – кегль 14;
- выравнивание текста по ширине;
- каждый абзац должен начинаться с красной строки (отступ 1 см);
- транслитерация осуществляется по системе Library of Congress (LC).

Схема построения статьи:

ГРНТИ <http://grnti.ru/> – первая строка, слева

Содержание метаданных об авторе (см. Рәсімдеу үлгісі / Образец оформления статьи / Template)

Инициалы и фамилия автора(ов) – выравнивание по центру (жирным)

Полное наименование организации, город, страна (если авторы работают в разных организациях, необходимо поставить одинаковый значок около фамилии автора и соответствующей организации)

E-mail автора(ов) – в скобках (начертание курсивом)

Название статьи – выравнивание по центру (начертание полужирным)

Аннотация (100-200 слов) не должна содержать формулы, по содержанию повторять название статьи; не должна содержать библиографические ссылки; должна отражать краткое содержание статьи, сохраняя структуру статьи – введение, методологию и методику исследования, результаты исследования, заключение.

Ключевые слова (словосочетание «Ключевые слова» выделяется полужирным) (5-8 слов/словосочетаний). Ключевые слова должны предельно точно отражать предметную область исследования, включать термины из текста статьи и другие важные понятия, позволяющие облегчить и расширить возможности нахождения статьи средствами информационно-поисковой системы).

Основной текст статьи должен содержать введение, постановку цели и задач, об-

зор работ по теме исследования, методы исследования, результаты/обсуждение, заключение/выводы – межстрочный интервал – 1, отступ «красной строки» – 1 см, выравнивание по ширине.

Таблицы, рисунки необходимо располагать после упоминания. Каждой иллюстрации должна следовать надпись. Рисунки должны быть четкими, чистыми, несканированными. В статье нумеруются лишь те формулы, на которые по тексту есть ссылки.

Все аббревиатуры и сокращения, за исключением заведомо общеизвестных, должны быть расшифрованы при первом употреблении в тексте.

Сведения о финансовой поддержке работы указываются на первой странице в виде сноски.

Список литературы. В тексте ссылки обозначаются в квадратных скобках. Ссылки должны быть пронумерованы строго по порядку упоминания в тексте. Первая ссылка в тексте на литературу должна иметь номер [1, 153 с.], вторая - [2, 185 с.] и т.д. Ссылка на книгу в основном тексте статьи должна сопровождаться указанием использованных страниц (например, [1, 45 с.]). Ссылки на неопубликованные работы не допускаются. Нежелательны ссылки на нецензурируемые издания (примеры описания списка литературы, описания списка литературы на английском языке см. ниже в образце оформления статьи).

В конце статьи, после списка литературы, необходимо указать библиографические данные на русском и английском языках (если статья оформлена на казахском языке), на казахском и английском языках (если статья оформлена на русском языке) и на русском и казахском языках (если статья оформлена на английском языке).

Сведения об авторах: фамилия, имя, отчество, научная степень, должность, место работы, служебный адрес, телефон, e-mail – на казахском, русском и английском языках.

6. Рукопись должна быть тщательно выверена. Рукописи, не соответствующие техническим требованиям, будут возвращены на доработку. Возвращение на доработку не означает, что рукопись принята к опубликованию.

7. Работа с электронной корректурой. Статьи, поступившие в Отдел научных изданий (редакция), отправляются на анонимное рецензирование. Эксперты дают письменную рецензию на представленную статью с мотивированным заключением о возможности ее опубликования, необходимости направить на доработку или (отклонении) статьи. Статьи, получившие отрицательную рецензию, к повторному рассмотрению не принимаются. Авторам в течение трех дней необходимо отправить корректуру статьи в случае принятия решения о доработке статьи. Исправленные варианты статей и ответ автора рецензенту присылаются в редакцию. Статьи, имеющие положительные рецензии, представляются редколлегии журнала для обсуждения и утверждения для публикации.

Периодичность журнала: 4 раза в год.

8. Оплата. Авторам, получившим положительное заключение к опубликованию, необходимо произвести оплату по следующим реквизитам (для сотрудников ЕНУ – 4.500 тенге, для сторонних организаций – 5.500 тенге):

Реквизиты:

- 1) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
БИН 010140003594
АО «Банк ЦентрКредит»
БИК Банка: КСЖВКЗКХ
KZ978562203105747338
Кбе 16
Кнп 859

-
-
- 2) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «Bank RBK»
БИК Банка: KINCKZKA
ИИК: KZ498210439858161073
Кбе 16
Кнп 859
- 3) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «ForteBank»
БИК Банка: IRTYKZKA
ИИК: KZ599650000040502847
Кбе 16
Кнп 859
- 4) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «НародныйБанкКазахстан»
БИК Банка: HSBKKZKX
ИИК: KZ946010111000382181
Кбе 16
Кнп 859

«За публикацию ФИО автора»

Редактор: **Қайрат САҚ**
Жауапты редактор: **Гүлсім БАЗЫЛХАН**
Жауапты хатшы: **Гүлжазира ЕРТАСОВА**

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің
ХАБАРШЫСЫ. Журналистика сериясы.
- 2020. - 2 (131). - Нұр-Сұлтан: ЕҰУ. - 118 бет.
Шартты б.т. - 7.5 Таралымы - 25 дана
Электронды нұсқа: [http: // buljourn.enu.kz](http://buljourn.enu.kz)

Мәтін мазмұнына типография жауап бермейді.

Редакция мекенжайы: 010008, Қазақстан Республикасы,
Нұр-Сұлтан қаласы, Қ. Сәтбаев көшесі, 2.
Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
Тел.: +7(7172) 709-500 (ішкі 31-413)

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің
баспасында басылды