

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

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, Ларами, 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., Ермасова 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

- Asanov K.D.* The role of the work of academician E. Buketov in the development of national journalism 8-15

THEORY AND PRACTICE JOURNALISM

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

THE MEDIA AND SOCIETY

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

PUBLISHING

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

TV AND RADIO JOURNALISM

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

NEW MEDIA

- Yessenbekova U.M., Kutym B.* Conceptual foundations of transmedia in the information space 89-95

PR TECHNOLOGIES

- Babazhanova D.M., Takhan S.Sh.* 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
--	---------------



ХҒТАР 19.01.11

Ұ.М. Есенбекова¹, Б. Құтым²

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

²Назарбаев университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан

(E-mail: ultmudde@mail.ru)

Ақпараттық кеңістіктегі трансмедияның тұжырымдық негіздері

Андатпа. Мақалада трансмедия ұғымының тұжырымдық негіздерінің күрделі табиғаты мен коммуникацияның жаңа формалары зерттелген. Трансмедиялық технологиялар мен жаңа медиалардың даму бағыттары, таралу тетіктері анықталған. Трансмедияның теориялық тұжырымдары мен телекоммуникация саласының даму кезеңдері сарапталған. Қоғамдағы ақпараттық коммуникативтік саланың маңызы мен оның әлеуетін өсіру бойынша ұсыныстар берілген.

Мақалада трансмедия тұжырымдарын салыстыру, трансмедия нарығындағы тенденциялар, трансмедиялық формалар; трансмедиялық стратегияның маңызы, аудиторияға әсері; медиалар қызметіндегі жарнаманың орны жүйеленіп, талданған.

Автор трансмедиялық тәсілдердің даму бағыттарын анықтап, болжау мақсатында тиімді әдістемелер қолданған. Трансмедиялық жобаларда ұлттық ерекшеліктерді сақтау арқылы оның тиімділігін өсіруге, адам мен қоғамның мүддесіне қызметке қою мәселелері де жан-жақты зерттеліп, нақты дәлелдермен тұжырымдалған.

Түйін сөздер: трансмедия, трансмедия феномені, франшиза, нарратив, интермәтін, цифрлық ұрпақ, инвайт, трансмедиялық сторителлинг, интерпретативтік қауымдастық.

DOI : <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2020-131-2-89-95>

Түсті: 19.04.20 / **Қайта түзетілді:** 06.05.20 / **Жарияланымға рұқсат етілді:** 09.06.20

Трансмедиялық баяндау – әртүрлі контентті бірнеше платформаларға жүктеп тарту арқылы кеңейтілген цифрлық дәуірдегі көрнекті медиалық тәжірибе. Бұл медиалық тәжірибенің ерекшелігі – олар түрлі сипаттағы медиалардың бір-бірімен жанасқан шекарасында пайда болып, сол шекараларды біріктіре отырып дамиды. Трансмедиялық жобалардағы франшизаның сипаттарын талдау арқылы осы форманың қазіргі медиаларда кеңінен қолданылу себептерін анықтауға болады.

Трансмедиядағы франшиза – кітап, фильм, компьютерлік ойындар сияқты бірнеше платформалар мен нарративтердің қиюласуынан туындаған өнім. Олар – негізгі оқиғаға кіретін қақпаның ролін орындайтын, бір-бірінен алшақ, бір-бірінен тәуелсіз мәдени өнімдер. Мысалы, Гарри Поттер туралы фильмнің сиквелдері негізгі оқиғаның желісіне байланып жазылған. Гарри Поттер туралы негізгі оқиға бар. Олардан басқа да өнімдер негізгі

оқиғаны дамытып, соған негізделіп жалғаса береді.

Ғылыми тілмен бұл құбылысты «трансмедиалық интермәтіндік қасиеттердің коммерциялық супер жүйелердегі көрінісі» деп бағалай аламыз. Күрделі болып қисындалған тұжырымның әрбір сөзінің көтеретін жүгі де, мәні де терең. Интермәтіндік – мәтіннің басқа деңгейдегі мәтіндерде кездесуі, күрделі дискурстарда пайдаланылуы. Бұл жерде дискурсты – логикалық дәлел, ойлау мен пайымдауға түрткі болу, серпіліс беру деген аспектіде қолдандық. Басқаша айтсақ, «кез-келген мәтінді жоғары мәдениетті, танымы кең мәдени мәтіндердің бір бөлшегі» деп қарауға болады [1, 115-127 бб.].

Супер жүйелер – ықпал ету өрісі көптеген қоғамдарға таралатын ең жоғары дәрежедегі әлеуметтік-мәдени жүйе. Сипаттары ұқсас көптеген жүйелердің жиынтығы. Енді осы ғылыми терминдердің анықтамасы негізінде «трансмедиалық интермәтіндік қасиеттердің коммерциялық супер жүйелердегі көрінісін» түсіндірейік.

Трансмедиағы күрделі мәтіндердің қасиеттері коммерциялық жоғары деңгейдегі жүйелерде франшиза түрінде қолданылады. Қазақстандағы медиа кеңістікте трансмедиалық жобалар неге әлі аз деген сұраққа жауапты трансмедиа құбылысының тұжырымдық негіздерінің күрделі табиғатымен ғана түсіндіруге болмас.

Цифрлық дәуірдегі коммуникация саласындағы әрбір ғылыми жаңалық күрделі теориялық зерттеулерді, эмпирикалық ізденістерді қажетсінеді. Бұл жердегі эмпирика ұғымының дефинициясына тек тәжірибе жүзінде ғана дәлелденген, таза фактілерді бақылау жолымен, бірақ сараптаусыз, «өзара байланысы талданбай алынған білім мен мәліметтер жиынтығы» деген түйін алынған [2, 51-68 бб.].

Адамның әрбір іс-әрекеті тек қаржыға, пайдамен есептелетін заманда ғылыммен ешкім ақысыз айналысқысы келмейді. Аз табыс әкелетін жұмысқа жалданбайды. Сол сияқты нарықтық мәдениетпен ойлап, нарықтық категориялармен өмір сүретін, нарықтық менталитеті басым батыс елдеріндегі ғылыми қызметкерлер жаңа тақырып бойынша зерттеуді бастамас бұрын, алдымен, оның бюджетін, монетизация көлемін есептейді. Міне, батыстағы ғалымдар мен біздің отандық ғалымдардың қызметіндегі басты айырмашылық осында.

Батыс ғалымы өзінің ғылыми зерттеуінің бағыты мен тақырыбын нарықтың сұранысына, өзіне келетін пайданың мөлшеріне қарай таңдайды. Қазақ елінің ғалымы бюджеттен бөлінетін азғантай мемлекеттік тапсырысты орындауға ғана құлықты. Өйткені қазақ ғалымының деңгейі де, оның әлемдік ғылыми процестерге интеграциясы да, әзірше, шектеулі. Бұл жерде ғылыми дәстүр, ағылшын тілін білмеуі сияқты көптеген факторлар кедергі болуда.

Осыдан келіп Қазақ елінде трансмедиалық жобалар неге жоқ, бар болса неге аз деген сұрақтарға жауап беруге болады: біріншіден, елдегі технологиялық өрлеу сапалы мәдени және әлеуметтік өзгерістерге бастай алмауда. Екіншіден, трансмедиалық технологияларға қоғам тарапынан сұраныс төмен болса, үшіншіден, қаржылық мотивация жоқ.

Жоғарыда айтылған 3 себепке тағы бір көріністі қоса аламыз. Қазнеттегі мультимедиалық контенттің жылдам өсуі трансмедиалық баяндау үрдісін жігерлендіре алмады. Елдегі медиаландшафтың даму бағыты мен соңғы даму тенденциялары ТБ (трансмедиалық баяндау) жобалардың біздегі қоғамның ашықтық дәрежесіне сәйкес еместігін көрсетуде.

ТБ-жобалар үшін аудиторияның жобаға шынайы араласуы, қатысуы басты маңызға ие. Қазіргі жағдайда қазақстандық аудитория осы форматтағы жобаларды қолдап, оларға белсенді қызығушылық танытуға құлықсыз. Онсыз ТБ-жоба өзінің тиімділігін жоғалтады.

Ақпарат әлеміндегі трансмедиалық баяндаудың тұжырымдық негіздерін жасау үшін оның күрделі табиғатын ескеріп, халықаралық ғылыми қауымдастықтың жетістіктері негізінде кешенді тәсілдемелерді таңдап алған дұрыс. Трансмедиа феноменін (өмірде сирек кездесетін, таңғаларлық ерекше құбылыс) объективті түсіну үшін жинақталған тәжірибе-

лерді толық саралау және біртекті категориялық аппарат құру қажет.

Ғалымдар мен сарапшылардың пайымдауынша, трансмедиялық технологиялар бүгінгі медиа корпорациялардың аудиториямен қарым-қатынасты жетілдіретін және олардың ниеттестігін күшейтетін басты стратегиясы санатына айналууда. Қазақстандағы коммуникативтік зерттеулердің арасынан трансмедиялық технологиялар тақырыбы терең қамтылмаған. ТБ бойынша бізден ілгері тұрған ресейлік ғалымдардың өзі тұжырымдарын батыстық басылымдарға сүйеніп жасауда.

2010 жылдан бері трансмедияны зерттеп жүрген авторлардың басым бөлігі батыс теоретиктерінің интерпретацияларын қолданып келеді. Бұл еңбектерден ресейлік ғалым, философия ғылымдарының докторы Наталья Леонидовна Соколованың «Трансмедиа және «интерпретативтік қауымдастықтар» атты мақаласы өзгешеленіп тұр. Мақалада автор жаңа дәуірдегі аудитория контентті қабылдаушы, тұтынушы ғана емес, ол медиа мәтіндерді, оқиғаларды интерпретациялауға ашық, белсенді қатысушы болып өзгерген деген қорытынды жасайды. Соколова өз еңбегінде осы аудиторияны сипаттау үшін «интерпретативтік қауымдастықтар» деген ұғымды қолданған. «Интерпретативтік қауымдастықтардың» рөлінің өсуіне тиянақты сараптама берілген [3, 10-15 бб.].

Бүгінгі және бұрынғы зерттеу мақалаларымызда келтірілген дәйектерді қорыта келе қазірге дейін ұсынылып келген трансмедиа тұжырымдарындағы қарама-қайшылықтарды байқаймыз. Коммуникация заңдылықтарын зерттеуші батыс елдерінің тәжірибешіл сарапшылары мен ғалымдары трансмедияның жалпы теориясы мен әдістердің бірыңғай жүйесін жасай алмауда [4, 1004-1016 бб.].

Трансмедияның критерийлері мен бұл ұғымның шекарасын айқындауда олардың пікірлері мүлдем қарама-қайшы. Цифрлық дәуірдің ерекшеліктері трансмедиа тақырыбының қажеттігін көрсетіп, оған деген қызығушылықты өсіріп келеді. Болашақта осы еңбектердің арасынан жүйелі әдістемелердің көмегімен жасалған трансмедияның теориялық негізі тұжырымдалады деген сенім бар.

Теориялық негізі толық түзіліп болмаған трансмедиялық баяндаудың компоненттері мен жарнамалық коммуникацияның арасындағы байланыстың күрделі табиғаты бұл құбылыстың көпшілікке әлі де кең таралмауымен, түсініксіз болуымен түсіндіріледі [5, 197-211 бб.].

Бұқаралық аудиторияның қабылдауына трансмедиялық формалар ұнамды болуы үшін трансмедиялық баяндаудың қандай формада, қандай салада тиімділік дәрежесі жоғары болатынын анықтау, оны компоненттерге бөліп, әрбір компонентті сараптау нәтижелі болады. «Трансмедиялық коммуникацияның негізгі компоненттерін ажырату үшін маркетингтік теорияға жүгінгеніміз дұрыс. Дәстүрлі әдістемелерге сүйеніп, оларды өз талдауымызға бейімдей аламыз» [6, 401-426 бб.].

Теориялық тұрғыда коммуникацияның тиімділігін анықтау үшін оның компоненттерін (құрамдас бөліктер) жіктеп, релеванттылығын (өзектілігі мен реттілігі) талдау қажет. Коммуникация – ақпараттық хабарламаны тарату процесі. Процестің сапалық дәрежесі – қабылдаушы мен жіберушінің түсіну деңгейлеріне байланысты. Екі жақтың да қабылдау мен түсіну деңгейлері жоғары болса, онда коммуникацияны табысты деп бағалаймыз. Қарапайым мысалмен түсіндірер болсақ, филологтардың алдында жоғары математиканың теоремаларын дәлелдеудің, күрделі математикалық құралдарды игеруге мәжбүрлеудің қажеті жоқ [7, 310-343 бб.]. Яғни, «коммуникациялық желілер арқылы таралған ақпарат өзінің адресатын тапсын десек ақпаратты жасаушының да, оны қабылдаушының да білім мен таным деңгейі қатарлас болуы шарт». Бұл тезисті жарнамалық коммуникацияға қатысты қолдансақ, онда бренд пен аудиторияның арасындағы коммуникация бір тілде жүруі тиіс [8, 783-804 бб.].

Коммуникацияның объектісі 5 компоненттен тұрады:

- хабар таратушы (ақпарат көзі) – бұл адам, адамдардың тобы, медиа компания, бұқаралық ақпарат құралдары. Олар ақпаратты дайындап, тарату арналарын таңдайды және таратады.

- код – бұл ақпараттық хабарламаның форматы. Формат ақпараттың тілі мен коммуникацияның мақсатына байланысты таңдалады. Ақпараттық хабарламаның коды баспа түрінде, видео, фото немесе басқа мультимедиалық форматта болуы мүмкін.

- каналдар (ақпараттық хабарламаны тарату мен қабылдау) – бұл хабарламаны таратуға арналған құралдар (газет-журнал, телевизия мен радио, цифрлы коммуникациялар болуы мүмкін).

- қабылдаушы – хабарламаны қабылдайтын, мазмұнын сараптайтын және кері байланыс орнататын адам, адамдардың тобы, медиа компаниялар, бұқаралық ақпарат құралдары.

- шуыл – хабарламаны қабылдаушыға дейін жеткізуге кедергі жасайтын немесе оның мазмұнын өзгертіп жіберетін физикалық, техникалық, ақпараттық ақаулар.

Енді коммуникацияның 5 компонентін трансмедиалық коммуникацияның ерекшеліктеріне қарай бейімдейтін болсақ төмендегі элементтердің жиынтығын аламыз:

- бренд – бұл тауар немесе қызмет көрсетуші компания немесе өндіруші. Жарнамалық хабарлама жасайды, тарататын каналды таңдап, жібереді.

- код – жарнамалық хабарламаның форматы. Ол баспа түрінде, видео, фото немесе басқа мультимедиалық форматтар болуы мүмкін. Трансмедиалық коммуникация жағдайында код деп – бір жарнамалық науқанның ішінде бірнеше жарнамалық форматты айтамыз. Трансмедиалық баяндау функциясына хабарламаны барынша көп және әралуан форматтар арқылы жеткізу жатады.

- канал (ақпараттық хабарламаны тарату мен қабылдау) – бұл жарнаманы таратуға арналған құралдар (газет-журнал, телевизия мен радио, цифрлы коммуникациялар болуы мүмкін). Трансмедиалық жобалардың негізгі критерийлеріне көп каналды болуын жатқызамыз. Жарнамалық науқанда бір-бірінен тәуелсіз бірнеше каналдар қолданылады.

- қабылдаушы – бұл брендтің (жарнамалық хабарлама жіберуші) мақсатты аудиториясы. Олар хабарламаны қабылдайды, мазмұнын сараптайды және кері байланыс орнатады. Трансмедиалық науқандарда осы канал мен кодтар мақсатты аудиторияның сипатына байланысты анықталады.

Аудитория бренспен орнайтын байланыс тілін таңдаса, бренд өз аудиториясына бейімделіп, оған ұнамды каналдар мен форматтарды ұсынады. Аудиторияның сұранысын терең зерттеу мен инвайт (шақыру, қандай да бір Интернет ресурсқа, жүйеге шақыру) арқылы жайғастыру жарнамашыларға брендтен аудиторияға бағытталған хабарламаны дәл тұжырымдауға мүмкіндік береді. Формат пен тіл аудитория үшін түсінікті, қолайлы таңдалады.

- «ақпараттық шуыл» – ақпараттың шамадан тыс көптігі аудиторияны дұрыс бағыттан адастырып, оның жауап беру қабілетін шектейді. Ақпараттың көлемі ұлғайып, оған қолжетімділік өскен сайын, ақпарат – кеңістікті ауырлатып, құнсызданып аудиторияға жетпейді. Ақпараттық шуылдың мағынасы осындай.

Ақпараттық коммуникацияның моделін трансмедиалық технологияларды қолданатын жарнамалық коммуникацияға икемдеуге қатысты мынандай гипотеза жасауға болады. Трансмедиа технологиясын қолданудың тиімділігі «код» және «канал» сияқты 2 категорияда көрінеді, «бренд» және «аудитория» сияқты 2 объектімен анықталады. Трансмедиалық жобадағы брендтердің категориялары мен аудиторияның сегментін айқындау және талдау – трансмедиалық баяндау форматының барлық артықшылықтары мен мүмкіндіктерін қолдануға жол ашады.

Трансмедиалық баяндаудың элементтеріндегі идея, продюсерлеу мәнері мен сценарийлік жұмыстардың сапасы жоғары дәлдікпен жасалуы шарт. Жарнамалық коммуникацияда идеядан басқа әрбір сөз, әрбір бейнекөрініс қымбат бағаланады. Телевизиядағы

продакшнның ең басты активі – адамдар, ниеттестер командасы, олардың миы. Сценарий авторлары – шығармашылық команданың өте маңызды бөлшегі. Қазақстанға мұнай мен газ қаншалықты маңызды болса, телевизия үшін идеялары бар, генерацияға (өндіру, жасау) қабілетті авторлар да соншалықты қажет.

Трансмедиялық жобалардағы шығармашылық топқа қойылатын талаптардың қатал болуы заңдылық. Төтенше бәсекеге толы медиа кеңістікте ең үздік, талантты және еңбексүйгіштер командасы ғана жеңімпаз атанады. Медиа саланы зерттеуші болашақ мамандарға осы тұжырымдық ұстанымдарды бойларына сіңіре бергені дұрыс.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Burns, Kelli S. Social Media: A Reference Handbook. Santa Barbara, CA: ABC-CLIO., -2017 – P. 203.
- 2 Jenkins, H. The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling [Электрон. ресурс] – URL:http://henryjenkins.org/2009/12/of_the_origami_uni.html). -2009, – P. 51-68. (Accessed: 09.04.2020)
- 3 Pratten, R. Getting Started in Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners. –Seattle: CreateSpace. -2011.– Pp.10-15.
- 4 Eastwood, John D., Smilek, D., & Merikle. Differential Attentional Guidance by Unattended Faces Expressing Positive and Negative Emotion. Perception & Psychophysics, 63(6). -2001. – P .1004-1016.
- 5 Gazzaniga, Michael S. The Social Brain: Discovering the Networks of the Mind. New York, NY: Basic Books.1989. – P. 325.
- 6 Miller C.H. Digital storytelling: A creator’s guide to digital entertainment. Amsterdam: Focal Press. -2004. – P. 453.
- 7 Rutledge, Pamela. Transmedia Storytelling: Neuroscience Meets Ancient Practices. Retrieved June 18, 2011. – P. 310-343.
- 8 Teixeira, Thales, Michel Wedel and Rik Pieters. «Moment-to-Moment Optimal Branding in TV Commercials: Preventing Avoidance by Pulsing», Marketing Science, 29 (5). -2010. – P.783– 804.

У.М. Есенбекова¹, Б. Кутым²

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

²Назарбаев университет, Нур-Султан, Казахстан

Концептуальные основы трансмедиа в информационном пространстве

Аннотация. В статье рассмотрены концептуальные основы трансмедиа и новые формы коммуникации. Определены направления и способы распространения трансмедийных технологий и новых медиа. Изучены эволюция теоретических концепций трансмедиа и этапы развития телекоммуникационной сферы. Сформулированы рекомендации по совершенствованию инфо-коммуникационной отрасли и повышению ее потенциала.

Исследованы тенденции на рынке трансмедийных технологий, формы трансмедиа, важность трансмедийной стратегии, ее влияние на аудиторию, место рекламы в деятельности медиа.

Автором использованы разные методологии для определения и прогнозирования

путей развития трансмедийных технологий. Аргументирована возможность повышения эффективности трансмедийных коммуникаций с учетом особенностей национальной аудитории. В этих условиях трансмедийные технологии могут эффективно служить интересам общества.

Ключевые слова: трансмедиа, феномен трансмедиа, франшиза, нарративы, интертекст, цифровая генерация, инвайт, трансмедиа-сторителлинг, интерпретативное сообщество.

U.M. Yessenbekova, B. Kutym

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

Conceptual foundations of transmedia in the information space

Abstract. The article discusses the conceptual foundations of transmedia and new forms of communication. Directions and ways of disseminating transmedia technologies and new media have been identified. The evolution of the theoretical concepts of transmedia and the stages of development are studied in the telecommunication sphere. The recommendations are formulated for improving the information and communications industry and increasing its potential.

The trends are studied in the market of transmedia technologies, the form of transmedia, the importance of the transmedia strategy, its influence on the audience, the place of advertising in the media activity.

The author used different methodologies for determining and predicting the ways of development of transmedia technologies. The possibility of improving the effectiveness of transmedia communications are argued, taking into account the peculiarities of the national audience. Under these conditions, transmedia technologies can effectively serve the interests of society.

Keywords: transmedia, transmedia phenomenon, franchise, narratives, intertext, digital generation, invite, transmedia-storytelling, interpretive community.

References

- 1 Burns, Kelli S. Social Media: A Reference Handbook. Santa Barbara, CA: ABC-CLIO. - 2017. – P.203. [in English]
- 2 Jenkins, H. The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling – Available at: http://henryjenkins.org/2009/12/of_the_origami_uni.html). -2009.– P.51-68. (Accessed: 09.04.2020) [in English]
- 3 Pratten, R. Getting Started in Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners. –Seattle: CreateSpace. -2011. – P.10-15. [in English]
- 4 Eastwood, John D., Smilek, D., & Merikle P. Differential Attentional Guidance by Unattended Faces Expressing Positive and Negative Emotion. Perception & Psychophysics, 63(6). -2001. – P.1004-1016. [in English]
- 5 Gazzaniga, Michael S. The Social Brain: Discovering the Networks of the Mind. New York, NY: Basic Books. 1989. – P. 325. [in English]
- 6 Miller C.H. Digital storytelling: A creator's guide to digital entertainment. Amsterdam: Focal Press. 2004. – P. 453. [in English]

7 Rutledge, Pamela. Transmedia Storytelling: Neuroscience Meets Ancient Practices. Retrieved June 18, 2011. – P. 310-343. [in English]

8 Teixeira, Thales, Michel Wedel and Rik Pieters. «Moment-to-Moment Optimal Branding in TV Commercials: Preventing Avoidance by Pulsing», Marketing Science, 29 (5). -2010. – P.783–804. [in English]

Авторлар туралы мәлімет:

Есенбекова Ұ.М. – филология ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, Телерадио және қоғаммен байланыс кафедрасы профессорының м.а., Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Yessenbekova U.M. – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Acting Professor of the Tele radio and Public Relations Department, L.N.Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan.

Құтым Б. - Назарбаев университетінің студенті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Kutym B. - Student of Nazarbayev University, Nur-Sultan, Kazakhstan.

**«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: КСJBKZKX

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