

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**

**№1(130)/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**  
*филология ғылымдарының кандидаты, профессор (Қазақстан)*

Бас редактордың орынбасары **Серік Тахан** *филол. ғылымдарының докторы, проф. (Қазақстан)*  
Бас редактордың орынбасары **Гүлнар Кендірбай** *PhD (АҚШ)*

#### Редакция алқасы

Алдабергенов Қырықбай	т. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Асанов Қойлыбай	ф. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Әбдіманов Өмірхан	ф. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Әбішева Вера	ф. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Әшірбекова Гүлмира	ф.ғ.к., доцент (Қазақстан)
Браун Михаил	PhD, проф. (АҚШ)
Дзялошинский Иосиф	ф. ғ. д., проф. (Ресей)
Жақып Бауыржан	ф. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Жусупова Алматы	ф.ғ.к., доцент (Қазақстан)
Ирназаров Кудрат	т. ғ. д., проф. (Өзбекстан)
Корконосенко Сергей	саяси ғ. д., проф. (Ресей)
Қара Әбдіуақп	т. ғ. д., проф. (Түркия)
Қозыбаев Сағымбай	т. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Лебедева Татьяна	ф. ғ. д., проф. (Франция)
Нұртазина Роза	саяси ғ. д., проф. (Қазақстан)
Омашев Намазалы	ф. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Ризун Владимир	ф. ғ. д. проф. (Украина)
Саид Агил бин Шех	PhD, проф. (Малайзия)
Саудбай Мадияр	PhD, проф. (Қазақстан)
Сердәлі Бекжігіт	ф. ғ. к., проф. м.а. (Қазақстан)
Есдәулетов Айтмұханбет	ф.ғ.канд., доцент (Қазақстан)
Тоқтағазин Мұратбек	ф. ғ. к., проф. м.а. (Қазақстан)
Халилов Әбдіғани	PhD, проф. (Қырғызстан)
Ченгел Хулия Касапоғлы	PhD, проф. (Түркия)
Шайхитдинова Светлана	филос.ғ.д., проф. (Ресей)
Шалахметов Ғаділбек	Халықаралық Еуразиялық телевидение және радио академиясының академигі (Қазақстан)
Шестеркина Людмила	ф. ғ. д., проф. (Ресей)
Шульцман Петр	өнертану ғ. к., доцент (Қазақстан)

Жауапты хатшы: **Гүлжазира Ертасова**

Компьютерде беттеген: **Гүлсім Базылхан**

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](mailto: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: 25 дана.  
Типографияның мекенжайы: 010008, Қазақстан, Нұр-Сұлтан қ., Қажымұқан к-сі, 13/1,  
тел.: +7(7172) 709-500 (ішкі 31413)

© Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

Editor-in-Chief **Kairat Sak**  
*Candidate of Philology, Professor (Kazakhstan)*

Deputy Editor-in-Chief **Serik Takhan** *Doctor of Philology, Prof. (Kazakhstan)*  
Deputy Editor-in-Chief **Gulnar Kendirbai** *PhD, Professor (USA)*

### **Editorial board**

Aldabergenov Kyrykbai	Doctor of Historical Sciences, Prof. (Kazakhstan)
Asanov Koilybay	Doctor of Philology, Prof. (Kazakhstan)
Abdimanov Omirkhan	Doctor of Philology, Prof. (Kazakhstan)
Abisheva Vera	Doctor of Philology, Prof. (Kazakhstan)
Ashirbekova Gulmira	Candidate of Philology, Assoc. Prof. (Kazakhstan)
Brown Michael	PhD, Prof. (USA)
Dzyaloshinski Iosif	Doctor of Philology, Prof. (Russia)
Jakyp Baurjan	Doctor of Philology, Prof. (Kazakhstan)
Zhussupova Almatay	Candidate of Philology, Assoc. Prof. (Kazakhstan)
Irnazarov Kudrat	Candidate of Philology, Assoc. Prof. (Uzbekistan)
Korkonosenko Sergei	Doctor of Political Sciences, Prof. (Russia)
Kara Abdulvahap	Doctor of Historical Sciences, Prof. (Turkey)
Kozybayev Sagymbai	Doctor of Historical Sciences, Prof. (Kazakhstan)
Lebedeva Tatiana	Doctor of Philology, Prof. (France)
Nurtazina Roza	Doctor of Political Sciences, Prof. (Kazakhstan)
Omashev Namazaly	Doctor of Philology, Prof. (Kazakhstan)
Rizun Volodymyr	Doctor of Philology, Prof. (Ukraine)
Syed Agil bin Shekh	PhD, Prof. (Malaysia)
Saubayev Madiyar	PhD, Prof. (Kazakhstan)
Bekzhigit Serdaly	Candidate of Philology, Assoc. Prof. (Kazakhstan)
Yesdauletov Aitmukhanbet	Candidate of Philology, Associate Prof. (Kazakhstan)
Toktagazin Muratbek	Candidate of Philology, Assoc. Prof. (Kazakhstan)
Khalilov Abdygani	PhD, Prof. (Kyrgyzstan)
Çengel Hülya Kasapoglu	PhD, Prof. (Turkey)
Shaikhitdinova Svetlana	Doctor of Philosophy, Prof. (Russia)
Shalakhmetov Ghadilbek	Academician of the International Eurasian Academy of Television and Radio (Kazakhstan)
Shesterkina Ludmila	Doctor of Philology, Prof. (Russia)
Shultsman Petr	Candidate of Art, Assoc. Prof. (Russia)

Executive Secretary: **Guljazira Yertassova**

Computer layout: **Gulsim Bazylkhan**

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](mailto: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: 25 copies

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

© L.N. Gumilyov Eurasian National University

Главный редактор: **Кайрат Сак**  
кандидат филологических наук, профессор (Казахстан)

Зам. главного редактора: **Серик Тахан** доктор филологических наук, проф. (Казахстан)  
Зам. главного редактора: **Гульнар Кендирбай PhD** (США)

#### Редакционная коллегия

Алдабергенов Кырыкбай	д. ист. н., проф. (Казахстан)
Асанов Койлыбай	д. ф. н., проф. (Казахстан)
Абдиманов Омирхан	д. ф. н., проф. (Казахстан)
Абишева Вера	д. ф. н., проф. (Казахстан)
Аширбекова Гульмира	к. ф. н., доцент (Казахстан)
Браун Михаил	PhD, проф. (США)
Дзялошинский Иосиф	д. ф. н., проф. (Россия)
Жакып Бауыржан	д. ф. н., проф. (Казахстан)
Жусупова Алматай	к. ф. н., доцент (Казахстан)
Ирназаров Кудрат	д. ист. н., проф. (Узбекистан)
Корконосенко Сергей	д. полит. н., проф. (Россия)
Кара Абдиуакап	д. ист. н., проф. (Турция)
Козыбаев Сагимбай	д. ист. н., проф. (Казахстан)
Лебедева Татьяна	д. ф. н., проф. (Франция)
Нуртазина Роза	д. полит. н., проф. (Казахстан)
Омашев Намазалы	д. ф. н., проф. (Казахстан)
Ризун Владимир	д. ф. н., проф. (Украина)
Саид Агил бин Шех	PhD, проф. (Малайзия)
Саудбай Мадияр	PhD, проф. (Казахстан)
Сердали Бекжигит	к. ф. н., асс. проф. (Казахстан)
Есдаулетов Айтмуханбет	к.ф.н., доцент (Казахстан)
Токтагазин Муратбек	к. ф. н., асс. проф. (Казахстан)
Халилов Абдигани	PhD, проф. (Киргизстан)
Ченгел Хулия Касапоглу	PhD, проф. (Турция)
Шайхитдинова Светлана	д. филос. н., проф. (Россия)
Шалахметов Гадильбек	академик Международной Евразийской академии телевидения и радио (Казахстан)
Шестеркина Людмила	д.ф.н., проф. (Россия)
Шульцман Петр	к. искусств. н., доцент (Казахстан)

**Ответственный секретарь: Гульжазира Ертасова**

**Компьютерная верстка: Гульсим Базылхан**

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](mailto: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: 25 экземпляров.  
Адрес типографии: 010008, Казахстан, г. Нур-Султан, ул. Кажымукана, 13/1, тел.: (7172) 709-500 (вн.31413)

© Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева

## Мазмұны

### **ЖУРНАЛИСТИКА ТАРИХЫ**

- Әшірбекова Г.Ш., Ертасова Г.Қ.** Мұстафа Шоқай публицистикасының жанрлық ерекшеліктері ..... **8-15**  
**Ермаганбетова З.Н.** Қызылорда облыстық газеті кеңестік кезеңде ..... **16-22**

### **ӘЛЕМ ЖУРНАЛИСТИКАСЫ**

- Высоцкая И.В.** Журналистердің кәсіби тілін зерттеу мәселелері ..... **23-32**

### **БАҚ ЖӘНЕ ҚОҒАМ**

- Тергембаева К.И., Топлу М.** Коронавирус туралы ақпараттың қоғамдық санаға ықпалы ..... **33-39**

### **ТЕЛЕРАДИОЖУРНАЛИСТИКА**

- Бельдибекова А.Т.** «Балапан» телеарнасындағы анимациялық фильмдердің көркемдік құралдары ..... **40-48**

### **PR ТЕХНОЛОГИЯ**

- Қасенов С.Т., Абдуллина Л.И.** Туризм индустриясындағы мәдени қатынастарды трансляциялау тәсілдері ..... **49-57**  
**Темирбаева Ж., Рыстина И.** Бедел капиталы ұғымы және негізгі өлшемдері .... **58-66**

### **ЖАҢА МЕДИА**

- Есенбекова Ұ.М., Тахан С.Ш.** Жарнамалық коммуникацияда трансмедиялық технологияларды қолдану ерекшеліктері ..... **67-72**  
**Молдабаев Х.С., Мехмет С.Т.** Жаңа медиа жағдайындағы аймақтық телеарналардың трансформациясы ..... **73-78**  
**Шайкенова А., Тілеубай Т.** Жаңа медианың аудиториясы: өзгерістер мен бәсеке ..... **79-84**

## Contents

### *HISTORY OF JOURNALISM*

- Ashirbekova G.Sh., Yertassova G.K.* Genre features of publicism of Mustafa Shokay 8-75  
*Yermaganbetova Z.N.* Kyzylorda regional newspaper is in the soviet period ..... 16-22

### *WORLD JOURNALISM*

- Vysotskaya I.V.* The problems of the research on the professional language of journalists ..... 23-32

### *THE MEDIA AND SOCIETY*

- Tergembayeva K.I., Toplu M.* The influence of coronavirus information on public consciousness ..... 33-39

### *TV AND RADIO JOURNALISM*

- Beldibekova A.T.* The artistic tools of animated films on the channel «Balapan» ..... 40-48

### *TECHNOLOGIES PR*

- Kasenov S.T., Abdullina L.I.* Cultural broadcasting techniques in the tourism industry..... 49-57  
*Temirbayeva Zh., Rystina I.* The concept and main criteria of reputation capital ..... 58-66

### *NEW MEDIA*

- Yessenbekova U.M., Takhan S.* Features of the use of transmedia technologies in advertising communication ..... 67-72  
*Moldabayev Kh.S., Mehmet S.T.* Transformation of regional television channels in the context of the development of new media ..... 73-78  
*Shaykenova A., Tleubay T.* New media Audience: the change and competition ..... 79-84

## Содержание

### **ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ**

<i>Аширбекова Г.Ш., Ертасова Г.К.</i> Жанровые особенности публицистики Мустафа Шокая .....	8-15
<i>Ермаганбетова З.Н.</i> Кызылординская областная газета в советский период .....	16-22

### **МИРОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА**

<i>Высоцкая И.В.</i> Проблемы изучения профессионального языка журналистов ....	23-32
---	-------

### **СМИ И ОБЩЕСТВА**

<i>Тергембаева К.И., Топлу М.</i> Влияние информации о коронавирусе на общественное сознание .....	33-39
--	-------

### **ТЕЛЕРАДИОЖУРНАЛИСТИКА**

<i>Бельдибекова А.Т.</i> Художественные инструменты анимационных фильмов на телеканале «Балапан» .....	40-48
--	-------

### **ТЕХНОЛОГИИ PR**

<i>Касенов С.Т., Абдуллина Л.И.</i> Приемы трансляции культурного сообщения в индустрии туризма .....	49-57
<i>Темирбаева Ж., Рыстина И.</i> Понятие и основные критерии репутационного капитала .....	58-66

### **НОВЫЕ МЕДИА**

<i>Есенбекова У.М., Тахан С.Ш.</i> Особенности использования трансмедийных технологий в рекламной коммуникации .....	67-72
<i>Молдабаев Х.С., Мехмет С.Т.</i> Трансформация региональных телеканалов в условиях развития новых медиа .....	73-78
<i>Шайкенова А., Тлеубай Т.</i> Аудитория новых медиа: изменения и конкуренция .....	79-84

ӘЛЕМ ЖУРНАЛИСТИКАСЫ / WORLD JOURNALISM /  
МИРОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА



МРНТИ 16.21.27

**И.В. Высоцкая**

*Новосибирский национальный исследовательский государственный университет,  
Новосибирск, Россия*

*(E-mail: i.vysotskaia@g.nsu.ru)*

**Проблемы изучения профессионального языка журналистов**

**Аннотация.** В контексте проблемы взаимодействия СМИ и общества актуализируются вопросы исследования профессионального языка журналистов, в частности, - изучения речи и описания метаязыка современной российской журналистики. Анализ собственной картотеки и данных Национального корпуса русского языка позволил автору выделить актуальные процессы в социолекте журналистов: активизацию иноязычных заимствований (контент, ньюсмейкер) и изменения в семантической структуре слов, заимствованных ранее (спикер, эксперт). Отмечены случаи семантической аберрации собственно русских слов. Указанные явления демонстрируют пути пополнения профессионального языка как за счет внешних заимствований, так и за счёт внутренних ресурсов национального языка (полисемии), а также возможности последующего выхода профессионализмов за рамки социолекта. Представлен собственный опыт лексикографического описания метаязыка современного российского журналиста на материале исследования устной речи редакторов российских СМИ.

**Ключевые слова:** язык СМИ, профессиональный язык журналистов, социолект, метаязык, иноязычные заимствования, семантическая структура слова, семантическая аберрация.

**DOI:** <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2020-130-1-23-32>

**Поступила:** 07.03.20 / **Доработана:** 14.02.20 / **Допущена к опубликованию:** 17.03.20

В процессе осмысления проблемы взаимодействия СМИ и общества неизбежно встает вопрос об их взаимообусловленности и взаимовлиянии. Подчеркивая «сложный, многоуровневый характер» системы коммуникационных институтов, исследователи справедливо подчеркивают ведущее положение в этой иерархии «мегаинститута» масс-медиа [5, с. 34], «обслуживающего» все общественные процессы, и закономерно рассматривают современный медиатекст как «ресурс воздействия на сознание и поведение людей» [5].

Не менее интересной и актуальной проблемой видится нам вопрос взаимообусловленности и взаимовлияния двух языков: СМИ и общества в целом. Отвечая на вопрос, «что привносит журналистика в язык», Г.Я. Солганик отмечает сложность современной языковой ситуации и огромную роль массовой коммуникации в «новом членении, стратификации национального языка» [10, с. 12], а также в изменении языкового сознания носителей современного русского языка.

Мысль о влиянии языка средств массовой информации на национальный язык вряд ли нуждается в пояснении, поскольку она давно воспринимается как аксиома. Считается, что современные СМИ – это «мощный инструмент» воздействия на аудиторию. Причина

этого – в изменении иерархии социальных приоритетов. Именно СМИ выполняют сейчас ту роль, которая принадлежала прежде художественной литературе: служат образцом для подражания, формируют (по выражению В.Г. Костомарова) «языковой вкус эпохи».

Представляется, что язык массовой информации стоит на «трех китах», синтезируя речь власти, народа и собственно журналистов. В этом контексте масштабной исследовательской задачей являются изучение речи журналистов и описание метаязыка (языка «второго порядка»), средствами которого исследуются свойства предметной области) современной российской журналистики. Представим некоторые соображения на этот счет.

**Предварительные замечания.** Профессиональный язык журналистики был предметом ряда научных исследований, в которых он рассматривался в связи с общими вопросами описания профессиональной лексики [6] и специально [7]. Однако он, в отличие от языка СМИ, изучен крайне не достаточно. Обычная речь журналистов «характеризуется с точки зрения её соответствия/несоответствия литературной норме и функционирования в ней тех или иных единиц и конструкций, а также – и это одно из самых популярных направлений изучения речи журналистов – манипулятивных возможностей слова и непереносимости сегодня констатации «провинциализации» журналистской речи и постепенного «размывания» литературной нормы» [4, с.123].

Подчеркнем, что самоидентификация профессиональной группы осуществляется (наряду с другими атрибутами) с помощью языка, который трактуется как социолект (язык социальной группы).

Очевидно, что профессиональный язык журналистов – неоднородная система, сочетающая в себе элементы научного и делового языка, профессионального разговорного языка, жаргона (сленга). Журналистика долгое время развивалась как практическая деятельность. Теоретическое осмысление и становление ее как области научного знания началось сравнительно недавно (причем, под влиянием западной традиции). Это нашло отражение в метаязыке журналистики, в котором разговорные слова и профессионализмы (подвал, шапка, ляп, «молочный» план и т. п.) соседствуют с иноязычными заимствованиями (преимущественно американизмами английского происхождения: спичрайтер, хедлайн, линкмен, легмен и др.).

Неоднородность проявляется не только в стилистике, но и в тематике: в терминологическую систему современной журналистики входят как терминологическая лексика сфер печати, радио, телевидения, интернет-коммуникации, так и термины других областей: общественно-политические, экономические, культурные, научные и т. д., а также разговорные слова. Важно, что, обладая профессиональными (научными) знаниями, журналист создает информационную картину мира, формирующую общественное (обыденное) сознание. Постоянное обновление социолекта обусловлено самой природой профессии: установка на сенсацию диктует внимание и к содержанию, и к форме журналистского «продукта». К тому же эксперименты со словом позволяют проявить индивидуальный авторский стиль и поддерживать интерес аудитории.

## **I. Инновации в социолекте журналистов и языке современных российских СМИ**

Материал исследования составили данные Национального комплекса русского языка (далее – НКРЯ) (<http://www.ruscorgo.ru>), а также картотеки, собранной методом включенного наблюдения из разных источников: СМИ разного уровня, письменной и устной речи студентов отделения журналистики гуманитарного института Новосибирского государственного университета (далее – ОЖ ГИ НГУ).

Основные методы исследования – медиастилистика и лингвистический анализ – позволили выявить актуальные процессы в профессиональном языке современной российской журналистики:

- 1) активизация иноязычных заимствований (преимущественно американизмы английского происхождения);
- 2) изменения в семантической структуре слов, заимствованных ранее (и собственно русских слов).

#### **Охарактеризуем их.**

1. Прежде всего следует назвать иноязычные заимствования, которые «мигрируют» из языка профессионального общения в тексты СМИ, рассчитанные на самую широкую аудиторию.

**Контент.** Обычно это слово употребляется в значении ‘информационное наполнение сайта, издания’:

С каждым днём медиа-контента в мире становится всё больше – будь то материалы в газете или реклама. Увеличивается количество информации. А вместе с тем – и стремление производителей контента заинтересовать аудиторию... (студентка ОЖ ГИ НГУ, 2016).

НКРЯ содержит примеры употребления этого слова (не зафиксированного в словарях иностранных слов) в общей (28) и газетной (529) его разновидностях (2004–2012 гг.):

Но я не королева Англии, я действующий главный редактор, который отвечает за контент канала (Евгений Киселев: «Таганка прошла через мою судьбу» (2003) // «Известия», 2003.01.24).

#### **Ср. с авторским пояснением:**

Мотивы, причины, по которым они возникли, не были тоталитарными, но весь инструментарий и контент (язык) был тоталитарным (Г. Павловский и др. Агитпроп или самиздат // «Отечественные записки», 2003).

Обратим внимание на сочетаемость слова контент с прилагательными, обозначающими различные типологические характеристики: канал распространения (газетный, телевизионный, мобильный); целевое назначение (информационный, развлекательный, учебный, коммерческий); степень новизны (старый, новый); фактор адресата («взрослый») и адресанта (чужой); оценка (нужный пользователю, сильный). Отметим метафорическое сочетание: Ложка дегтя — тухленький контент (не работают ссылки) и малая заполненность (Автоинтернет // «Автопилот», 2002).

**О «депрофессионализации» слова свидетельствует его употребление в художественном тексте:**

– Всё равно уже времени нет, да и не пристало писателю пользоваться неавторский-контент. <...> Коты, испугавшись слова «контент», принесли мне жирную полёвку в знак примирения (Т. Соломатина. Мой одесский язык, 2011).

Формируется представление о контенте как некой «оболочке», в которую можно «залить» совершенно разное [8, с. 20]. Это тонкое наблюдение И.Б. Левонтиной подчеркивает уникальность значения, которое формируется у слова в русском языке: «Новое значение слова контент отразило важную идею: развитие информационных технологий привело к отрыву формы от содержания» [Там же].

Заметим, что распространению слова способствовало также его употребление в описаниях компьютерных игр.

**Ньюсмейкер.** Этот журналистский профессионализм (от англ. newmaker <news новости + maker тот, кто делает что-либо) проникает в телеэфир:

...Даже в тюрьме Юлия Тимошенко продолжает оставаться главным ньюсмейкером Украины (Новости, Россия-24, 2011).

Это слово встречается в НКРЯ и в основном (5), и в газетном (23) корпусах (1996–2010 гг.):

Среди гостей были друзья и коллеги г-на Свирского, а также наш светский ньюсмейкер Феликс Соловьев, московский денди, в каком качестве он, быть может, даже более из-

вестен, нежели как фотограф (Н. Климонтович. Laviedejour (1996) // «Коммерсантъ-Daily», 1996.01.20); Мерингер, опытный ньюсмейкер, журналист и руководитель, организовал все довольно грамотно (А. Грачев. Ярый-3. Ордер на смерть, 2000).

Интересен авторский метатекстовый комментарий, выражающий субъективную оценку этого слова:

Лариса Рубальская, говоря шершавым языком бульварных изданий, – ньюсмейкер (Постскриптум от И. Горе-Хамийлова (2002) // «Витрина читающей России», 2002.08.02).

Слово обозначает лицо и сочетается с широким кругом характеризующих его прилагательных: главный, номер один, единственный, не последний, российский, неизвестный, неординарный, неумолимый. Ср. также:

Тем более что по виду наш учтивый, обаятельный и прагматичный ньюсмейкер ну никак не вписывается в незамысловатую категорию городских чудаков (Детей лейтенанта Шмидта сменяют сыновья президента? // Комсомольская правда, 2002.08.14).

Показательны статистические данные, демонстрирующие частотность употребления слов в разных языковых сферах. Вполне закономерно, что журналистские профессионализмы чаще встречаются в газетном корпусе НКРЯ (по сравнению с общим), хотя использование их в языке СМИ знаменует выход за рамки социолекта.

2. Наряду с активностью процесса новейшего заимствования отметим и изменение (обычно расширение) в семантической структуре слов, заимствованных ранее.

Спикер. Этим словом обозначают не только председателя палаты парламента, но и любого выступающего:

Лучший спикер на данный момент – участник команды Noplan В Владимир Никул (К. Рогачева. Дебаты о конопле // «Русский репортер», № 22 (200), 9 июня 2011, 2011); – Ни секунды не посмотрел кино, – говорит главный спикер форума Игорь Манн, бывший директор по маркетингу компании Alcatel в России, автор популярных книг по маркетингу (В. Лейбин, Г. Тарасевич. Новосибирск 24 // «Русский репортер», № 45 (223), 17 ноября 2011, 2011).

Такое употребление встречаем в современной русской речи достаточно часто (примером могут служить программы некоторых научных конференций и анонсы др. мероприятий). Спикером могут называть докладчика (в отличие от модератора):

Я настрою технику, а пока уступлю место следующему спикеру (студентка ОЖ ГИ НГУ, июнь 2015).

Однако у этого слова формируется профессиональное значение, для журналиста-интервьюера спикер – это герой интервью:

Публикация в журнале – обычное дело. По крайней мере, для меня и моих коллег. У нас, честно говоря, все просто. Придумываешь тему, с помощью редактора раскручиваешь ее в нужном направлении, ищешь спикеров, пишешь текст, отправляешь редактору. Готово! Открываешь журнал и с нежностью смотришь на собственные строчки (студентка ОЖ ГИ НГУ, сентябрь 2016).

**Эксперт.** Теперь это не только специалист, привлекаемый органами расследования, судом или иными государственными и общественными органами для проведения экспертизы (в соответствии со словарным значением), но и специалист, приглашенный журналистом:

Теперь рассмотрим другую сторону дела. Современный эксперт — не просто знаток. Это часто еще и публичная фигура, а ссылки на его мнение — фигура публичной аргументации. И здесь возникают те же вопросы: во-первых, кто и как в состоянии отобрать доброкачественного публичного эксперта, а во-вторых, почему эксперт может внушать доверие публике. Сегодня всякий, кто нанимает эксперта, — тоже профессионал. Но профессионал он в чем-то одном, а эксперты ему нужны самые разные. Разумеется, как мы знаем, можно опереться на помощь одних экспертов, чтобы подобрать других. Так появляются эксперты

по экспертам. Но ведь их тоже надо отобрать! <...> Правда, задача публичного эксперта - не столько обеспечить качество решения, сколько сообщить публике определенную степень доверия к системам коммуникации (А. Филиппов. *Участь эксперта // «Отечественные записки»*, 2003).

**Эксперт** – определенная коммуникативная роль в современном медиапространстве. Вряд ли, однако, правомерно называть экспертом сотрудника колл-центра (даже при условии, что он является специалистом в определенной сфере):

Очевидно, если все звонки в компанию может обслужить один эксперт, то внедрение центра телефонного обслуживания, да с интеллектуальным роботом впридачу, только увеличит стоимость обслуживания (В. Коржов. *Банк с роботизированным лицом // «Computerworld»*, 2004).

Семантические изменения сопровождаются изменениями сочетаемости слова. Нормативным считается употребление слова с постпозитивным предлогом по и существительным в форме дательного падежа:

Эксперт по операциям с ценными бумагами (не учёный-экономист, но опытный биржевой спекулянт), эксперт по разведению редких пород собак, по огранке драгоценных камней, по оценке недвижимости, наконец, эксперт по созданию привлекательного публичного облика влиятельных персон (имиджмейкер) вряд ли могут быть отнесены к категории учёных в традиционном смысле слова (А. Филиппов. *Участь эксперта // «Отечественные записки»*, 2003).

В генитивных сочетаниях слово употребляется в значении ‘сотрудник’:

Александр Кынев, эксперт Института гуманитарно-политических исследований сказал ГАЗЕТЕ: «Всё, что говорит Вешняков по поводу жёсткого финансового контроля на выборах — это демагогия» (Р. Фаляхов, А. Матвеева. *Новая Дума будет стоить миллиард долларов (2003) // «Газета»*, 2003.06.20); «Насколько я знаю, в случае с пенсионными деньгами ответственность управляющего весьма ограничена», - говорит Олег Солнцев, ведущий эксперт Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования (ЦМАКП) (А. Полухин, С. Рябов. *Очередь у копилки (2003) // «Время МН»*, 2003.08.09).

Ср. с употреблением в рекламном тексте:

Станьте экспертом в ежедневном уходе за зубами с новой Blend-a-Med Pro-Expert ВСЁ В ОДНОМ!

Станьте экспертом с новым blend-a-med PRO-EXPERT!

Семантическая аберрация может распространяться не только на заимствованные, но и на собственно русские слова. Лингвисты не раз квалифицировали как грубое нарушение нормы употребление глагола озвучить [9, 22] в значении «огласить, сообщить» в публицистической речи и управленческом социолекте. Заметим, что речь чиновников тиражируется СМИ, так что нередко трудно понять, кто кому подражает – журналисты чиновникам или наоборот. Часто СМИ и власть вместе воспроизводят одни и те же речевые стандарты, определяют языковую моду и формируют тем самым определенное видение мира. Интересно, что если приведенные выше процессы иллюстрировали возможности пополнения профессионального языка, то новое значение слова озвучить демонстрирует противоположный вектор языковых изменений: выход профессионализма за пределы социолекта.

Подчеркнем также, что в современной медийной речи активно употребляется в качестве распространенного журналистского «штампа» глагол стартовать, которому все чаще отдают предпочтение, забывая о других глаголах со значением начала действия. Анализ словарных толкований этого глагола показывает, что С.И. Ожегов и Д.Н. Ушаков связывают его употребление исключительно со сферами спорта и авиации. И только в словаре С.А. Кузнецова отмечается значение начала движения, развития применительно к мероприятиям. Нами подробно рассмотрены [1] особенности употребления слова в общем и газет-

ном корпусах НКРЯ (2004–2012 гг.). Несмотря на существенные количественные различия (в основном корпусе найдено 251, в газетном – 11 637 примеров), доля случаев употребления стартовать применительно к мероприятиям в основном (41 %) и газетном (54 %) корпусах сопоставима. Стартовать сейчас могут самые разные мероприятия в разных же сферах деятельности: не только проект, эксперимент, процесс, прецедент, конкурс, фестиваль, фильм, марафон, сайт (основной корпус), но и сериал, сезон, месячник, паводок, призыв, саммит, распродажа (газетный корпус).

Отметим явную делексикализацию глагола, особенно в сочетании со словом проект, значение которого в последние годы тоже претерпело изменения. Проект, по выражению И.Б. Левонтиной, «слово для успешного человека, нацеленного на социальное признание» [8, 21 стр.] («Видимо, как то не хватало в нашей жизни и в нашем языке такой бодрой конструктивности, оптимистической деловитости» [Там же]). По нашим наблюдениям, в выпусках «Вестей» («Россия-1») сочетание проект стартовал употребляется применительно к мероприятиям, несопоставимым по масштабу и значимости: и к пуску газопровода «Сила Сибири», и к открытию кафе на Казанском вокзале в Москве (а в детских садах и школах проектом называют любое творческое задание, вплоть до изготовления кормушки для птиц и т.п., поскольку сочетание проектная деятельность закреплена в нормативных документах педагогических учреждений). Механическое калькирование иноязычных конструкций (проект стартовал, запуск проекта и т.п.) порождает «модную» тенденцию практически полного отказа от других глаголов со значением начала действия в пользу наиболее конкурентно способного глагола стартовать [3]. Ср. также и неоправданно широкое употребление прилагательного финальный в значении ‘последний’ и т. д.

Таким образом, профессиональный язык журналистов пополняется не только за счёт внешних заимствований, но и за счёт внутренних ресурсов национального языка (полисемии). Заметим, что описанные выше языковые инновации связаны с обозначением как участников медиакоммуникации (нюсмейкер, спикер, эксперт), так и ее объекта (контент). Мы рассмотрели лишь некоторые примеры, однако выделенные тенденции можно проиллюстрировать и на другом материале.

## II. Лексикографическое описание языка современного российского журналиста

Профессиональная семантическая аберрация часто не осознается журналистами, и употребление известных слов в новых контекстах может привести к коммуникативной неудаче (непониманию), если интересы широкой читательской / зрительской аудитории приносятся в ущерб интересам узкопрофессионального сообщества.

Необходимость пояснения некоторых терминов обуславливает попытки лексикографического описания языка журналистов. Отметим «Толковый словарь. Язык газеты, радио, телевидения» Г.Я. Солганика (2002) и «Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности» (сост. А.В. Федоров, 2010), а также интернет-сайт, созданный аналитической компанией Mediatoolbox «в помощь начинающим специалистам», «Словарь новых медиа» (<http://mediatoolbox.ru/dictionary/>), и размещенный в Сети «Словарь-справочник ГлоссПресс: журналистика, реклама, PR для журналистов, рекламщиков, студентов, преподавателей, практиков» (<http://glosspress.ru/>).

Поделимся опытом описания метаязыка журналистики и приведем в качестве примера «Словарь современного российского журналиста» [2], составленный на основе анализа устной профессиональной речи: интервью и мастер-классов главных редакторов российских СМИ: А. Венедиктова, А. Потапова, Е. Осетинской, В. Мамонтова, А. Сулейманова, Н. Ускова и др. (всего 16 материалов). Словник словаря насчитывает около двухсот единиц. Словарная статья содержит толкование слова и контекст, который иллюстрирует его употребление в профессиональной речи журналистов:

ДЖИНГЛ – элемент представления радиостанции, короткая музыкальная фраза (см. ПОЗЫВНЫЕ)\*И он сам записал эти джинглы (В. Мамонтов).

В словаре отражены профессионализмы разного происхождения (в соответствии с описанными выше динамическими процессами в социолекте журналистов). Ср:

ДЕСИДЖМЕЙКЕР – (от англ. decisionmaker<decision‘решение’+ maker ‘тот, кто делает что-либо’) человек, принимающий решения\*На репутацию приходят слушатели, приходит аудитория, приходят, извините за дурацкое слово – «десиджмейкеры» – люди принимающие решения (А. Венедиктов);

ЖЕЛЕЗО – телевизионное оборудование\*Направить на место происшествия как можно больше «железа» – все ПТС, ТЖК, трансляционное оборудование (Е. Бекасов). Наиболее неоднозначным является описание фразеологизмов. Ср.:

СДЕЛАТЬ ТЕМУ – сделать материал на тему\*Писать на тему, о которой вы ничего не знаете и которая вам в первом приближении ни разу не интересна, но вам нужно ее сделать (Р. Баданин);

РОЛИК В СТИЛЕ «ПОСТИРАЕМ НА ПЯТИ СТИРАЛЬНЫХ МАШИНАХ ПЯТЬЮ СТИРАЛЬНЫМИ ПОРОШКАМИ» – отсылка к рекламе (может быть также отсылкой к программам типа «Контрольная закупка»). Здесь: противопоставлено качественному видеоконтенту, который может быть на сайте СМИ \*Мы с ужасом думаем о появлении роликов в стиле «постираем на пяти стиральных машинах пятью стиральными порошками» (А. Гореславский).

Ср. также: 12/24/7 – работа двенадцать месяцев году, двадцать четыре часа в сутки, семь дней в неделю, \*Работа в онлайн издании, это, как называют в Англии, «12/24/7» – это уже никаких выходных (С. Бабаева).

В состав словаря включены некоторые английские слова:

SEO– продвижение сайта за счет оптимизации информации, благодаря чему сайт выходит на первые места в поисковых системах \*Могу рассказать о ключевых словах, SEO, сммэмах, всех тех прекрасных правилах, в которых мы живем (С. Бабаева).

Обилие ряда англицизмов в профессиональном языке журналистов (онлайн, пост, лайк, Wordi т.п.) объясняется технологизацией профессии, т.е.широким внедрением информационных технологий в производство и распространение материалов. И это объединяет профессиональных журналистов как со специалистами из компьютерной сферы, таки с аудиторией(часть которой составляют «продвинутые» пользователи интернета). Наконец, важно и то обстоятельство, что авторами текстов для социальных медиа становятся не только профессиональные, но и т.н. «народные» журналисты, которые осваивают и приемы работы, и соответствующую терминологию.

Отдавая себе отчет в дискусионности представленных нами словарных материалов, обращаем внимание на то, что мы стремились прежде всего продемонстрировать один из возможных подходов к изучению профессионального языка и обобщению яркого речевого материала. Этот опыт призван стать «точкой роста» и наметить новые пути для дальнейших исследований профессиональной речи журналистов.

После выхода нашего небольшого словарика появился «Словарь языка интернета.ru» (под ред. М.А. Кронгауза, 2018), в котором наряду с новыми актуальными для журналистов терминами представлены также типичные для интернет-коммуникации слова и выражения, в том числе и субкультурные знаки. Лексикографирование затрудняется стремительным обновлением и журналистского социолекта, и языка СМИ (в качестве совсем «свежих» заимствований можем отметить харассмент, буллинг, абьюз, факап и др.).

### **Некоторые итоги.**

1. Журналистика, активно развиваясь, формирует собственный профессиональный язык (социолект). Важная роль в иерархии социальных (и стиливых) приоритетов обуслов-

ливают влияние языка журналистики на язык СМИ, который определяет «языковой вкус» общества в целом.

2. Существуют разные пути пополнения профессионального языка журналистов: как за счет внешних заимствований, так и за счёт внутренних ресурсов национального языка (прежде всего – полисемии). С другой стороны, возможен последующий выход профессионализмов за пределы социолекта («депрофессионализация» термина). Профессиональный и национальный языки активно взаимодействуют, причем социолект журналистов гораздо более (по сравнению с языками других социальных групп) вовлечен в это взаимодействие.

3. Бесспорно, профессиональный язык журналистов заслуживает дальнейшего изучения и описания. Это важно как для лингвистической теории, так и для повседневной речевой практики. Подчеркнем, что профессионализмы, уместные и вполне приемлемые в производственном процессе при подготовке журналистских материалов, вовсе не так безобидны при их трансляции на широкую аудиторию и могут снизить эффективность взаимодействия журналиста и его аудитории.

### Список литературы

1. Высоцкая И.В. Об одном «штампе» в языке современных российских СМИ // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. 2015. - Т. 14. Вып. 6: Журналистика. – С. 176-183.
2. Высоцкая И.В., Левунова М.В. Словарь современного российского журналиста (из опыта изучения профессионального языка): учеб. пособие /- Новосиб. гос. ун-т. Новосибирск: ИПЦ НГУ, 2016. – 47 с.
3. Высоцкая И.В. Глагол стартовать – неужели вне конкуренции? // Конкуренция в языке и коммуникации / коллективная монография, отв. ред. Л.Л. Федорова. – Москва: РГГУ, 2017. - С.141-153.
4. Гуськова Т.П. Рецензия на книгу: Высоцкая И.В., Левунова М.В. Словарь современного российского журналиста (из опыта изучения профессионального языка): учеб. пособие / Новосиб. гос. ун-т. Новосибирск, 2016. -47 с. // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. - 2017. - Т. 16. - Вып. 6: Журналистика. – С. 123–126.
5. Дзялошинский И.М. Текст как ресурс воздействия на сознание и поведение людей: аналитический потенциал теории коммуникационных матриц // Вопросы журналистики. -2019. -№ 6. – С. 5–44. DOI: 10.17223/26188422/6/1
6. Коровушкин В.П. Англоязычные заимствования в лексиконах русских субкультур // Вестник Череповецкого государственного университета. - 2014. - Т. 56. - №3. – С. 85–90.
7. Круглова А.В. Специфика формирования специальной лексики языка средств массовой информации конца XX – начала XXI вв. – Краснодар: АКД, 2009. – 22 с.
8. Левонтина И.Б. О чём речь. - Москва: Corpus (АСТ), 2016. – 512 с.
9. Мкртычян С.В. Управленческий лексикон как ядерная зона устной деловой речи // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. -2010. - Т. 1. - № 2. – С. 19–24.
10. Солганик Г.Я. Место языка СМИ в литературном языке. Перспективы развития // Мир русского слова. - 2008. - №2. – С. 9–18.

**И.В. Высоцкая**

*Новосібір ұлттық зерттеу мемлекеттік университеті, Новосібір, Ресей*

**Журналистердің кәсіби тілін зерттеу мәселелері**

**Аңдатпа.** БАҚ пен қоғамның өзара ықпалдастығы мәселелерінің контекстінде журналистердің кәсіби тілін зерттеудің өзектілігі артады, атап айтқанда – ауызша сөзді зерттеу мен қазіргі заманғы ресейлік журналистиканың метатілін сипаттау. Жекеменшік картотека мен орыс тілінің Ұлттық корпусының мәліметтерін талдау арқылы автор журналистердің социолектісіндегі өзекті процестерді айқындаған: басқа тілден ауысқан кірме сөздердің белсенділігінің артуы (контент, ньюсмейкер) және ертеректе енген сөздің семантикалық құрылысындағы өзгерістер (спикер, эксперт). Орыстың төл сөздерінің семантикалық аберрациясы жағдайлары көрсетілген. Аталған құбылыстар кәсіби тілдің сырттан енген, ұлттық тілдің ішкі ресурстары (полисемия), сонымен қатар кейін келе кәсіби тілдің социолектаның аясынан шығу мүмкіндігі арқасында толығу жолдарын көрсетеді. Ресейлік БАҚ редакторларының ауызша сөздерін зерттеу материалдарынан егізделген қазіргі заманғы ресейлік журналисінің метатілінің лексикографиялық сипаттамасының өзіндік төл тәжірибесі ұсынылған.

**Түйін сөздер:** БАҚ тілі, журналистердің кәсіби тілі, социолект, метатіл, шет тілден енген кірме сөздер, сөздің семантикалық құрылымы, семантикалық аберрация.

**I.V. Vysotskaya**

*Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russia*

**The problems of the research on the professional language of journalists**

**Abstract.** In the context of the problem of interaction between the media and society, the issues of researching the professional language of journalists, in particular, are studying speech and describing the metalanguage of modern Russian journalism, are relevant. The analysis of the author's own file cabinet and the data of the National Corps of the Russian Language allowed to highlight the actual processes in the sociolect of journalists: activation of new foreign language borrowings (kontent, n'yusmejker) and changes in the semantic structure of words borrowed earlier (speaker, expert). Some cases of semantic aberration of the actual Russian words are noted. These phenomena demonstrate the ways of replenishing the professional language both due to external borrowing, and due to the internal resources of the national language (polysemy), as well as the possibility of the subsequent exit of professionalism beyond the scope of sociolect. The author's own experience is presented in lexicographic description of the metalanguage of the modern Russian journalist on the basis of spoken speech research of the editors of Russian media.

**Keywords:** language of mass media, professional language of journalists, sociolect, metalanguage, foreign borrowing, semantic structure of the word, semantic aberration.

**References**

1. Vysotskaya I.V. Ob odnom «shtampe» v yazyke sovremennyh rossijskih SMI [A cliché in the language of contemporary Russian media], Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istoriya, filologiya [Bulletin of Novosibirsk State University] V. 14, no. 6: Journalism, 176–183 (2015) [in Russian]
2. Vysotskaya I.V., Levunova M.V. Slovar' sovremennogo rossijskogo zhurnalista (iz opyta izucheniya professional'nogo yazyka): ucheb. Posobie [Dictionary of the modern Russian journalist (the experience of studying a professional language): textbook], (Novosib. state un-t.: CPP NSU, Novosibirsk, 2016, 47 p.) [in Russian]

3. Vysockaya I.V. Glagolstartovat' – neuzhelivnekonkurencii? [The verb startovat' – is it really out of competition?], Konkurenciya v yazykeikommunikacii [Competition in language and communication] coll. monograph, resp. ed. L.L. Fedorova. (M.: Russian State Humanitarian University, 2017, pp. 141–153.) [in Russian]
4. Gus'kova T.P. Recenziyanaknigu: Vysockaya I.V., Levunova M.V. Slovar' sovremennogoro ssijskogozhurnalista (izopytaizucheniyaprofessional'nogoyazyka): Ucheb. Posobie / Novosib. gos. un-t. Novosibirsk, 2016. 47 s. [Book review: Vysotskaya I.V., Levunova M.V. Dictionary of the modern Russian journalist (the experience of studying a professional language): Textbook / Novosib. state un-t.: CPP NSU, Novosibirsk, 2016, 47p.], VestnikNovosibirskogogosudarstvennogouniversiteta. Seriya: Istoriya, filologiya [Bulletin of Novosibirsk State University], V. 16, no. 6: Journalism, 123–126 (2017) [in Russian].
5. Dzyaloshinskij I.M. Tekstkakresursvozdjeystviyanasoznanieipovedenielyudej: analiticheskiipotencialteoriikommunikacionnyh matric [Text as a Resource of Influence on People's Consciousness and Behavior: The Analytical Potential of the Theory of Communication Matrices], Voprosyzhurnalistiki [Journalism issues] 2019, No. 6. pp. 5–44. DOI: 10.17223 / 26188422/6/1
6. Korovushkin V.P. Angloyazychnyezaimstvovaniya v leksikonahrusskihsukkul'tur [English-language borrowing in the vocabulary of Russian subcultures], Vestnik Cherepoveckogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of Cherepovets State University], 3 (56), 85–90 (2014) [in Russian].
7. Kruglova A.V. Specifika formirovaniya special'noj leksiki yazyka sredstv massovoj informacii konca XX – nachala XXI vv. [The specifics of the formation of special vocabulary of the language of the media of the late XX - early XXI centuries], AKD [Ph.D. thesis abstract], Krasnodar, 2009.
8. Levontina I.B. O chyomrech' [What are we speaking about?], Corpus (AST), Moscow, 2016. [in Russian]
9. Mkrtychyan S.V. Upravlencheskij leksikon kak yadernaya zona ustnoj delovoj rechi [Management vocabulary as the nuclear zone of oral business speech], Vestnik Vyatskogogosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta [Bulletin of Bulletin of Vyatka State Humanitarian University], V. 1, № 2, 19–24 (2010). [in Russian].
10. Solganik G.YA. Mestoyazyka SMI v literaturnomyazyke. Perspektivy razvitiya [The place of the language of the media in the literary language. Development prospects], Mir russkogoslova [The world of Russian words], 2, 9–18 (2008) [in Russian].

#### Сведения об авторе:

**Высоцкая И.В.** – доктор филологических наук, профессор кафедры теории и истории журналистики, Новосибирский национальный исследовательский государственный университет, ул. Пирогова, 1, Новосибирск, 633010, Россия.

**Vysotskaya I.V.** – Doctor of Philological Sciences, Professor of the Department of theory and history of journalism, Novosibirsk State University, Pirogova str., 1, Novosibirsk, 633010, Russia.

---

---

**«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 кепл;
- 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 әрішпен 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

*«Басылым үшін Автордың аты-жөні»*

## **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. Gumilyov Eurasian National University, Main Administrative Building, Office 402) and by e-mail [vest\\_journalism@enu.kz](mailto: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.

**Key words** (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: 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

*«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](mailto: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, обзор 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 хатшы: **Гүлжазира Ертасова**  
Компьютерде беттеген: **Гүлсім Базылхан**

**Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің**  
**ХАБАРШЫСЫ. Журналистика сериясы.**  
- 2020. - 1 (130). - Нұр-Сұлтан: ЕҰУ. - 94 бет.  
Шартты б.т. - 7.5   Таралымы - 25 дана  
Электронды нұсқа: [http:// buljorn.enu.kz](http://buljorn.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.: (87172) 709-500 (ішкі 31-413)

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің  
баспасында басылды