

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**

№4(129)/2019

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, 2019

Nur-Sultan, 2019

Нур-Султан, 2019

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 редактор, компьютерде беттеген: Илияс Құрманғалиев

Жауапты хатшы: Гүлжазира 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: 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 editor, computer layout: Ilyas Kurmangalyev

Executive Secretary: Guljazira Yertasova

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: 25 copies

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 (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 редактор, компьютерная верстка: Ильяс Курмангалиев

Ответственный секретарь: Гульжазира 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: 25 экземпляров.

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

Мазмұны

ЖУРНАЛИСТИКА ТАРИХЫ

Баткеева Б.Т. Қошке Кемеңгеров көсемсөзінің сыншылық ерекшеліктері **8-13**

ӘЛЕМ ЖУРНАЛИСТИКАСЫ

Текенова Ә.М. Расталмаған ақпаратты құқықтық реттеу: әлемдік және отандық тәжірибесі **14-21**

БАҚ ЖӘНЕ ҚОҒАМ

Жұманбекова Н.З., Рыспаева Д.С. Әлеуметтік желілерде «мәдениет» түсінігін жүзеге асырудың тілдік ерекшеліктері **22-31**

Маркабаева Г.Т., Жусупова А.М., Султанбаева Г.С. Қазақ тілді БАҚ: аудитория талғамы контекстінде **32-38**

Тергембаева К.І. Экстремалды жағдайдағы бұқаралық ақпарат құралдарының рөлі **39-45**

Тулебаева С. Медиабілім берудің теориялық негіздері мен мәселелері **46-51**

Раджабов А.Р. Қоғамдық пікір БАҚ-тың әлеуметтік сұранымының индикаторы ретінде **52-59**

ТЕЛЕРАДИОЖУРНАЛИСТИКА

Алдабергенова Ж.Ж. Телевизиялық таңғы бағдарламалардың форматтық ерекшеліктері **60-64**

ЖАҢА МЕДИА

Есенбекова Ұ.М. Трансмедиалық жобаларды жоспарлау мен монетизациялау өлшемдері **65-70**

Қутпанбаева Ж., Қадырова Г.Р., Байгожина Д.О. Ақпараттық кеңістіктегі коммуникативті стратегиялар мен қолдану технологиялары **71-79**

Қожахметова Л.Т. Қазақстан масс-медиасындағы цифрлық технологиялар **80-87**

Contents

HISTORY OF JOURNALISM

<i>Batkeyeva B.T.</i> Features of Criticism in Koshke Kemengerov's Journalism	8-13
---	------

WORLD JOURNALISM

<i>Tekenova A.M.</i> Legal Regulation of Information Inexacte: World and Domestic Experience	14-21
--	-------

THE MEDIA AND SOCIETY

<i>Zhumanbekova N.Z., Ryspaeva D.S.</i> Features of the language implementation of the concept of «culture» in social networks	22-31
<i>Markabayeva G.T., Zhusupova A.M., Sultanbaeva G.S.</i> Kazakh-Language Media in the Context of Audience Preferences	32-38
<i>Tergembayeva K.I.</i> The Role of Mass Media in Extreme Situations	39-45
<i>Tulebayeva S.K.</i> Theoretical Foundations and Problems of Media Education	46-51
<i>Rajabov A.P.</i> Public Opinion as an Indicator of Mass Media Social Demand	52-59

TELERADIOJOURNALISM

<i>Aldabergenova Zh.Zh.</i> Format Features of Morning Television Programs	60-64
--	-------

NEW MEDIA

<i>Yessenbekova U.M.</i> Criteria for Planning and Monetization of Transmedia Projects	65-70
<i>Kutpanbayeva Zh., Kadyrova G.R., Baigozhina D.O.</i> Communication Strategies and Technologies in Mass Media	71-79
<i>Kozhakhmetova L.T.</i> Digital Technologies in Kazakhstan Mass Media	80-87

Содержание

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

<i>Баткеева Б.Т.</i> Особенности критики в публицистике Кошке Кеменгерова	8-13
---	-------------

МИРОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

<i>Текенова А.М.</i> Правовое регулирование недостоверной информации: мировой и отечественный опыт	14-21
--	--------------

СМИ И ОБЩЕСТВА

<i>Жуманбекова Н.З., Рыспаева Д.С.</i> Особенности языковой реализации концепта «культура» в социальных сетях	22-31
<i>Маркабаева Г.Т., Жусупова А.М., Султанбаева Г.С.</i> Казахоязычные СМИ в контексте аудиторных предпочтений	32-38
<i>Тергембаева К.И.</i> Роль средств массовой информации в экстремальных ситуациях	39-45
<i>Тулебаева С.К.</i> Теоретические основы и проблемы медиаобразования	46-51
<i>Раджабов А.Р.</i> Общественное мнение как индикатор социальной востребованности СМИ	52-59

ТЕЛЕРАДИОЖУРНАЛИСТИКА

<i>Алдабергенова Ж.Ж.</i> Форматные особенности утренних телевизионных программ	60-64
---	--------------

НОВЫЕ МЕДИА

<i>Есенбекова У.М.</i> Критерии планирования и монетизации трансмедийных проектов	65-70
<i>Кутпанбаева Ж., Кадырова Г.Р., Байгожина Д.О.</i> Коммуникативные стратегии и технологии в СМИ	71-79
<i>Кожаметова Л.Т.</i> Цифровые технологии в казахстанских масс-медиа	80-87

ГРНТИ 19.01.07

А.Р. Раджабов

Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь
(E-mail: abdunasim.90@mail.ru)

Общественное мнение как индикатор социальной востребованности СМИ

Аннотация. В статье рассматривается влияние средств массовой коммуникации на формирование и воспроизводство национальной культуры и самосознания. Цель исследования – проанализировать существующие теории о влиянии СМИ на аудиторию и выявить, какая тематика медиасообщений наиболее востребована населением Республики Беларусь. Автор опирается на результаты социологического исследования, проведенного Институтом социологии НАН Беларуси при определении значимых для экономики республики отраслей, прослеживает тесную связь СМИ с обществом и отмечает проблемы, наиболее волнующие аудиторию. Делается вывод о том, что в силу своего авторитета и оперативности в донесении событий белорусские СМИ являются одним из важных источников воздействия на общественное мнение.

Ключевые слова: СМИ, общество, аудитория, медиавоздействие, сетка вещания, обратная связь.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2019-129-4-42-49>

В современных условиях информатизации мирового пространства усиливается и актуализируется влияние средств массовой коммуникации на формирование и воспроизводство национальной культуры и самосознания. Уже в первые годы исследований влияния СМИ на аудиторию были сформулированы определенные теории, которые активно используются в научной литературе. Так, К. Ховленд с коллегами в 1942–1945 гг. изучали воздействие пропаганды на солдат армии США: изменение мотивации солдат при просмотре пропагандистских фильмов. Неожиданно для многих результаты такого исследования показали, что подобные фильмы практически не влияли на мотивацию солдат [1]. В свою очередь, Х. Годэ, П. Лазарсфельд, и Б. Берельсон провели исследования электорального поведения, результатами которых стал аналогичный вывод о том, что влияние СМИ на выбор избирателей незначителен [2]. Дж. Клаппер в 1960 г. выпустил монографию, где представил обзоры нескольких сотен научных работ, связанных с проблемами медиавоздействия. Вывод был категоричен: СМИ оказывают на аудиторию ограниченное влияние [3].

В 1964 г. Мак-Лухан представил научному кругу книгу, где массовая коммуникация была представлена в совершенно новом свете. Суть состояла в том, что способ подачи информации, более чем ее содержание, определяет эффективность воздействия СМИ. Одновременно популярность обрели научные работы, в которых утверждалось, что степень воздействия СМИ детерминируется индивидуальными различиями получателей [4]. В результате статус утвержденной в то время получила новая модель умеренного воздействия, отличающаяся зависимостью от целого ряда факторов.

В сравнении с предыдущими десятилетиями 70-е гг. были отмечены бурным развитием телевидения и появлением множества работ, утверждавших об огромной силе воздействия его на аудиторию. Взять, к примеру, исследование М. Рокеша и С. Болл-Рокеша, доказывающее, что люди пересматривают свои модели поведения, убеждения и ценности при обнаружении в них несообразности с образцами, представленными на телеэкране [5]. Просмотр испытуемыми даже 30-минутной телепередачи, ставящей вопрос о жизненных ценностях, имел бурный эффект.

Обобщая сказанное выше, можно выделить основные этапы развития теорий медиавоздействия.

Первый этап, который пришелся на 20–40-е гг. XX в., можно обозначить как «период теорий безграничного воздействия СМИ». Именно в эти годы появляется новый и еще не совсем знакомый массовой аудитории вид средства коммуникации – радио. Радио изменило направление СМИ и технологические приемы подачи информации, но так как все новое достаточно часто воспринимается критично, то радио не стало исключением и его воздействие подвергалось серьезным исследованиям, хоть и оказавшимися после необоснованными и «сырыми».

Доминирующим подходом в исследованиях влияния средств массовой информации на аудиторию стал необихевиоризм. Это направление возникло в 30-е гг. прошлого столетия в качестве ответа на некомпетентность классического бихевиоризма в отношении объяснения целостности поведенческих особенностей людей и животных. Наиболее видными деятелями необихевиоризма принято считать Эдварда Ч. Толмена, Кларка Л. Халла и Берреса Ф. Скиннера.

Необихевиоризм был создан для расширения идеи классического бихевиоризма, смысл которого заключался в том, что реакции (R) человека обусловлены воздействием стимулов (S). Другими словами, сторонники классического бихевиоризма представляли поведение в качестве множества цепочек, каждая из которых была сформирована вследствие подкрепления. Необихевиористы, в свою очередь, рассматривали еще и понятие промежуточных факторов (переменных) V. Они считали, что каждый из этих факторов оказывал влияние на процесс формирования привычек S–R: замедлял его, усиливал или же вовсе препятствовал подкреплению [6].

Именно в этот период проводились первые исследования медиавоздействия. Среди видных деятелей периода необихевиоризма выделяются К. Ховленд, П. Лазарсфельд, Г. Лассуэлл, Л. Кейлин, К. Левин, А. Лацис, С. Стауффер, Д. Уэлпс. В это время главенствовала теория «пули» или, как ее еще называли, «теория шприца». Основная идея этой теории заключалась в рассмотрении всех возможных реципиентов в качестве одинаково реагирующей на массмедийные сообщения группы. Сторонники теории предполагали, что всеми членами аудитории такие сообщения воспринимаются одинаково и впоследствии вызывают подконтрольные массмедиа реакции общества.

Второй этап – конец 1940-х – 1960-е гг. Этот период исследований воздействия массмедиа на аудиторию можно охарактеризовать как период сомнений по отношению к неограниченности влияния СМИ на умы масс. Появлению новых теорий способствовали эмпирические исследования о влиянии СМИ на аудиторию, которые поддержали деятели сферы бизнеса, увидев в них практическую выгоду. Основой новой концепции об ограниченном воздействии массмедиа на массы стала компиляция результатов исследований, проведенных в период с 1945 по 1960-е гг.:

- исследователи установили, что массмедиа оказывают прямое воздействие на реципиентов гораздо реже, чем это было принято считать ранее. Вне зависимости от типа манипуляции в информационном сообщении реципиенты все равно не принимают это как аксиому – они советуются с людьми, которым доверяют, обсуждают информацию в своих кругах и прислушиваются к мнению специалистов в представленной области;
- существует двухшаговое воздействие на респондентов через лидеров мнений;
- достаточно большая часть аудитории подвержена сильному влиянию со стороны политических партий и религиозных организаций;
- прямое воздействие медиаэффектов все же имеет место, но оно значительно скромнее в своих масштабах, чем считалось ранее. Во время кризисов это воздействие возрастает, вовлекая в себя большее количество людей, но в обычное время оно ослаблено, по большей части распространяя свое воздействие лишь на небольшие группы по интересам. Вторая ключевая особенность этого периода – появление массового телевидения, которое

быстро заняло лидирующие позиции в разработках манипуляционных технологий средств массовой информации. Телевидение стремительно появлялось в каждом доме, и теперь внимание исследователей привлекли именно технологии воздействия через это средство коммуникации. Особую роль сыграл предложенный Полом Лазарсфельдом метод исследований медиавоздействия, который был представлен при Колумбийской школе и разрабатывался в течение 40–50-х гг. XX в. Он получил название «панельный». Его суть состояла в повторном проведении исследований над одним и тем же объектом, с использованием идентичных программ, но чередуя опыты через определенный временной интервал.

На третьем этапе (1970–1980-е гг.) развития медиаисследований телевидение закрепило за собой роль ведущего способа для осуществления технологий влияния СМИ. Ввиду бурного развития телевидения и преобладания уже более искушенных видов исследований, доминирующие позиции занял когнитивный подход, и фокус исследований сместился именно на когнитивную активность аудитории. С использованием когнитивного подхода стало возможно делать акцент непосредственно на изучение более сложных процессов, где использование языка напрямую связано с передачей и обработкой информации с целью построения наиболее актуального представления об окружающей действительности и организации современного знания.

В этот период когнитивный метод определяли как предпочтительный подход для решения проблем медиавоздействия, так как он характеризовал поведение человека по отношению целого ряда содержательных областей и ситуаций, однако вне отношения к «компетенции» индивида и его интеллектуального уровня. Для данного вида медиаисследований более существенным оказался вопрос – как достигается цель, нежели – достигается ли она в целом.

Стоит отметить, что именно в это время теория «социального научения» стала определенным рубежом между классическим и современным этапами развития исследований медиавоздействия. Особенную популярность обрели социально-когнитивный подход и теория социального научения А. Бандуры.

Четвертый этап - 90-е гг. XX в. - по настоящее время. Появляется Интернет, который очень скоро займет основное место в потребительском использовании средств массовой информации. Внедряются разнообразные электронные СМИ, аналоговые переходят на online как способ сообщения наиболее актуальной и оперативной информации.

Появляются микрокомпьютеры, видеотекст, телетекст, спутники связи, телеконференции и интерактивное кабельное телевидение. Особую популярность у пользователей получают интерактивное телевидение и телевидение высокой четкости, которые становятся одними из основных способов донесения информации до аудитории. Количество каналов в пользовательских подписках быстро растет, появляется огромное количество новых радиостанций, как аналоговых, так и интернет-радио. Обретает популярность такой вид медиа, как блоги. Теперь влиять на умы массы могут не только СМИ, подконтрольные определенным организациям, но и обычные люди, блог которых обрел популярность среди широкой аудитории.

Сегодня интерактивность и расширенные возможности пользователя в использовании информации являются, пожалуй, основным фактором успеха СМИ у аудитории. Смартфоны, ноутбуки, радиоприемники в часах, планшетные компьютеры – все это способствует переходу к новому, цифровому периоду, который охарактеризован и новыми методами влияния на аудиторию. Вместе с эволюцией СМИ неизбежно происходит эволюция методов воздействия и технологий влияния на аудиторию.

Именно в этот период популярность обрели когнитивизм и развитие постмодернистского направления. Например – теория «лидера мнений» (когнитивистская школа). Суть теории заключается в том, что у каждой определенной группы людей есть некий авторитет,

который может распространять свои взгляды и идеи на эту группу, корректируя при этом направление их мышления и действий. Легко заметить, что сегодня у подростков в спальнях висят разнообразные постеры, молодежь подражает героям из фильмов, и даже популярные видеоблогеры являются устойчивым примером для подражания среди определенных субкультурных групп. Этих героев создают не только разнообразные художественные образы, но и средства массовой информации. Это еще раз доказывает актуальность теории «лидера мнений» для современной эпохи медиавоздействия.

Также приобретает популярность мозаично-резонансный эффект восприятия медиавоздействия и социальный конструкционизм К. Гергена. Основная суть социального конструкционизма состоит в том, что теории должны сами производить генерацию новых форм социального поведения. Как видим, ученые все время находились и находятся в поисках новых концепций и эффективном развитии старых. Благодаря непрерывному изучению медиавоздействия, теории постоянно находятся в стадии прогрессии.

Средства массовой информации Республики Беларусь имеют широкую аудиторию, стремятся наиболее полно отражать актуальные проблемы развития страны. В числе приоритетных тем телекомпаний – экономические и социальные проблемы, вопросы интеграции в ЕАЭС, задачи развития сельского хозяйства и промышленного производства, социальной защиты населения, культуры, образования и др. Социологическим индикатором представлений белорусов о структуре экономики страны является общественное мнение жителей страны об иерархии отраслей в контексте их значимости для экономики страны.

По данным социологического исследования, проведенного Институтом социологии НАН Беларуси в 2016 г., значимые для экономики Беларуси отрасли распределились следующим образом (рис. 1). Так, первые три ранговые места занимают: электроэнергетика; химическая и нефтехимическая промышленность; машиностроение и металлообработка. Следует отметить, что услуги, сфера услуг по эффективности для экономики занимает 17 место из 22, что является хорошим показателем, свидетельствующим о росте значимости данной отрасли.

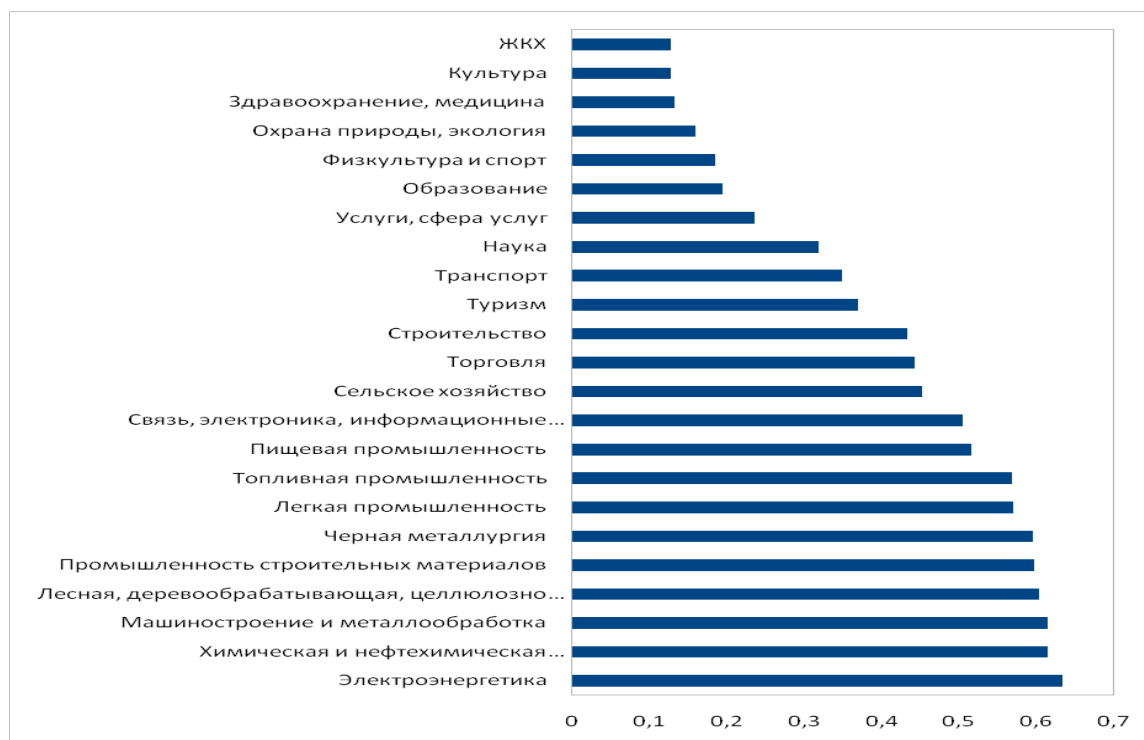


Рис. 1. Иерархия значимых для экономики Беларуси отраслей, %

Структура отраслей экономики статистически значимо различается у сельских и городских жителей (рис. 2). Так, сферу услуг, электроэнергетику и некоторые другие отрасли выше оценивают именно городские жители, что свидетельствует об их большем осознании возможности и необходимости структурных изменений в экономике Беларуси.

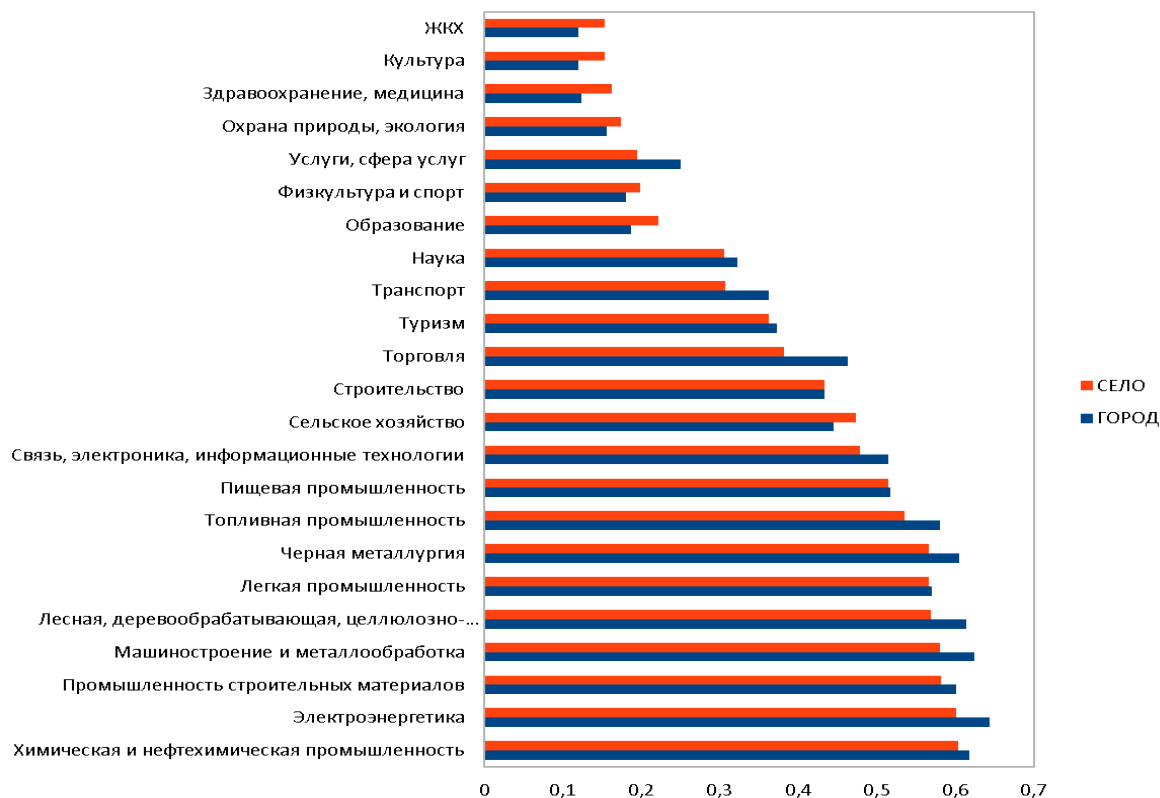


Рис. 2. Иерархия значимых для экономики Беларуси отраслей в зависимости от типа населенного пункта, %

Деятельность журналиста при освещении социально-экономических проблем заключается в подготовке и трансляции содержания, основанного на анализе конкретного вида социальных и экономических проблем.

Можно выделить следующие этапы осознания и профессионального освещения социально-экономических проблем:

- 1) изучение проблемы и ее осмысление, анализ условий и взаимосвязанных с ее наличием факторов;
- 2) выбор объекта журналистского анализа, которому присуще противоречие, определение предмета исследования, представляющего собой те свойства и стороны объекта, которые наиболее полно отражают данное противоречие;
- 3) конкретизация разрыва между сторонами противоречия, поиск методов разрешения проблемы.

Современный журналист использует парадигмальный диалектический комплексный подход в освещении социально-экономических вопросов.

Белорусская социально-экономическая модель предполагает эффективное использование государственных институтов во всех сферах жизнедеятельности общества, включая информационный сегмент. Поскольку значимой доминантой социальных проблем являются социальные институты, в первую очередь, государственные, то развитие и совершенствование деятельности телевидения направлено на предоставление достоверной и

объективной информации населению. При этом – как разновидность СМИ – телевидение аккумулирует общественное мнение, является трибуной для различных сегментов общества и создает условия для обсуждения экономических и социальных интересов населения.

Реализуя принцип обратной связи, телевидение при анализе экономических и социальных проблем привлекает зрителей к участию в обсуждении разного рода вопросов. Например, программа «Белорусское времечко» телеканала «Беларусь 1» в своих сюжетах активно использует вопросы, представляющие интерес для большинства телезрителей, включая различные социальные группы.

Опираясь на этот принцип обратной связи, телевизионная журналистика повышает уровень взаимодействия государства и общества. Освещение социальных вопросов требует знания потребностей населения. Социально-экономические проблемы имеют комплексный характер, изучение которых требует междисциплинарности. Поэтому для их достоверного освещения телевидение использует интервью со специалистами, компетентными в других научных направлениях, а также факторы взаимодействия с экономистами, социальными психологами, банкирами, финансистами, юристами и др. Журналист интересуется всей информацией, относящейся к данному проблемному полю, что способствует систематическому и целостному изучению проблематики.

Белорусские СМИ постоянно освещают социальную и экономическую проблематику. Поднимая актуальные и значимые для населения вопросы в социальной сфере, масс-медиа способствуют претворению в жизнь проводимой государственной политики.

К характеристикам выступлений СМИ на социально-экономическую проблематику можно отнести целостность, самостоятельность, функциональность. Такой подход позволяет анализировать темы, связанные с реальными процессами экономического развития, социальной практикой, в чем реализуются злободневность и оперативность информационной составляющей массмедийного контента.

В отношении конкретных проблем социальной сферы и экономических процессов, затрагивающих большинство граждан страны, задача журналиста состоит в том, чтобы с помощью понятной, продуманной и убедительной коммуникации добиться широкой информированности населения и государственной власти, ее органов на местах. Например, большинство региональных телеканалов в Республике Беларусь активно включают в сетку вещания интервью с представителями органов местного управления и самоуправления.

В силу своего авторитета и оперативности донесения событий белорусские СМИ являются одним из основных источников получения людьми сведений об экономических реалиях и преобразованиях в социальной сфере. Не случайно в современной медиалогии активно дискутируется проблема социальной журналистики. По мнению исследователей, работающих в этой области, в ней сформировались следующие устойчивые направления: информационное сопровождение деятельности социальных институтов и органов государственной власти, ее представителей; журналистика реальных возможностей или журналистика социального действия; обращение к потребностям человека и отдельных социальных групп, трэш-ТВ, ориентированное на телесность и brutальные потребности [8, с. 2].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что при освещении социально-экономической проблематики наиболее активно реализуются следующие функции журналистики:

- информационная (предоставление аудитории определенных знаний в области обозначенной проблемы, акцентирование внимания на ее наличии и злободневности);
- интеграционная, основанная на формировании отношения к данной проблеме (предоставление аудитории различных мнений по поводу содержания проблемы и путей ее решения с тем, чтобы склонить аудиторию к выбору определенной позиции);

- стимулирование практических действий (демонстрация аудитории конкретных способов решения проблемы с тем, чтобы привлечь ее к участию в предпринимаемых акциях, проявлению своей гражданской позиции)» [9, с. 10].

Список литературы

- 1 Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. – Санкт-Петербург: Прайм-Еврознак, 2003. - 641 с.
- 2 Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. – Москва: Прометей, 2004. - 328 с.
- 3 Klapper J.T. The Effects of Mass Communication. [Электрон. ресурс] - URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-09923-7_8 (Дата обращения: 10.10.2019)
- 4 Брайнт Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – Москва-Киев-Вильямс, 2004. - 432 с.
- 5 Ball-Rokeach S. J., De Fleur M. L. A dependency model of mass-media effects // Communication Research. 1976. Vol. 3, №1. P. 3–21.
- 6 Хант М. История психологии. / Перевод с англ. А.В. Александровой. - Москва: АСТ, 2009. - 863 с.
- 7 Фрейджер Р., Фэйдимен Д. Теории личности и личностный рост. / Перевод с англ. А.В. Александровой. – Москва: ОЛМА ПРЕСС, 2004. - 657 с.
- 8 Бережная М.А. Проблемы социальной сферы в алгоритмах телевизионной журналистики. / М.А. Бережная – Санкт-Петербург: Изд. Дом Санкт-Петербургск. гос. ун-та, 2009. - 257 с.
- 9 Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. / И.М. Дзялошинский – Москва: Престиж, 2006. - 404 с.

А.Р. Раджабов

Белоруссия мемлекеттік университети, Минск, Беларусь

Қоғамдық пікір БАҚ-тың әлеуметтік сұранымының индикаторы ретінде

Андатпа. Мақалада бұқаралық коммуникация құралдарының ұлттық мәдениет пен сананың қалыптасуы мен қайта түлеуіне әсері қарастырылады. Зерттеудің мақсаты – қолданылып жүрген теорияларды талдап, БАҚ-тың аудиторияға ықпалын айқындау және Беларусь Республикасы тұрғындарының арасында медиахабарлардың қай тақырыптары көбірек сұранымға ие екенін анықтау.

Автор БҰА-нің Әлеуметтану институты жүргізген әлеуметтік зерттеулер қорытындыларына сүйене отырып, Беларусь экономикасы үшін маңызды салаларды анықтап, БАҚ-тың қоғаммен тығыз байланысын және оқырмандарды көбірек толғандыратын жайттарды атап көрсетеді. Беларусьтық БАҚ өзінің беделі мен оқиғаларды жедел жеткізуінің арқасында қоғамдық пікірге әсер етудегі маңызды ақпарат көзі екендігі туралы қорытындыға келеді.

Түйін сөздер: БАҚ, қоғам, аудитория, медиаықпал, хабар тарату ақпараты, қайта байланыс.

A.R. Rajabov

Belarusian State University, Minsk, Belarus

Public Opinion as an Indicator of Mass Media Social Demand

Abstract. The article deals with the influence of mass media on the formation and reproduction of national culture and self-consciousness. The purpose of the study is to analyze the existing theories about the influence of the media on the audience and to identify which topics of media messages are most in demand by the population of the Republic of Belarus. The author relies on the results of a sociological

study conducted by the Institute of sociology of the NAS of Belarus in determining the sectors important for the economy of Belarus, traces the close relationship of the media with society and notes the problems that most concern the audience. It is concluded that due to its authority and efficiency in reporting the events, the mass media of Belarus is one of the main sources of influence on public opinion.

Keywords: media, society, audience, the influence of the media, broadcast, feedback.

References

- 1 Harris R. Psihologija massovyh kommunikacii [Psychology of mass communications], (Prime-Evroznak, Saint-Petersburg, 2003, 641 p.). [in Russian]
- 2 Grachev M. N. Politicheskaja kommunikacija: teoreticheskie koncepcii, modeli, vektory razvitija [Political communication: theoretical concepts, models, vectors of development], (Prometey, Moscow, 2004, 328 p.). [in Russian].
- 3 Klapper J. T. The Effects of Mass Communication. [Electronic resource] Available at: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-09923-7_8 (Accessed: 10.10.2019)
- 4 Bryan G., Thompson S. Osnovy vozdejstvija SMI [Basics of mass media's influence], (Williams-Moscow-Kiev, 2004, 432 p.). [in Russian].
- 5 Ball-Rokeach S. J., De Fleur M. L. A dependency model of mass-media effects, (Communication Research. (1) 3, P. 3-21.
- 6 Hant M. Istorija psihologii / perevod s anglijskogo A.V. Aleksandrovoy [History of psychology, translation from English A.V. Alexandrova]. (AST, Moscow, 2009, 863 p.). [in Russian].
- 7 Frager R., Fadiman J. Teorii lichnosti i lichnostnyj rost [Personality and personal growth], / perevod s anglijskogo A.V. Aleksandrovoy [History of psychology, translation from English A.V. Alexandrova], (OLMA PRESS, Moscow, 2004, 657 p.). [in Russian].
- 8 Berezhnaya M.A. Problemy social'noj sfery v algoritmah televizionnoj zhurnalistiki [Problems of the social sphere in algorithms of television journalism], (Publishing House of Saint-Petersburg State University, Sankt-Petersburg, 2009, 257 p.). [in Russian].
- 9 Dzjaloshinskij I.M. Zhurnalistika souchastija. Kak sdelat' SMI poleznymi ljudjam. [Journalism complicity. How to make the media useful to people], (Prestige, Moscow, 2006, 404 p.). [in Russian].

Сведения об авторе:

Раджабов А. Р. – аспирант Белорусского государственного университета, Минск, Беларусь.

Rajabov A.R. – graduate student of Belarusian State University, Minsk, Belarus.

**«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. Gumilyov Eurasian National University, Main Administrative Building, Office 402) and by e-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.

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: 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: **Ілияс Құрманғалиев**
Жауапты хатшы: **Гүлжазира ЕРТАСОВА**

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің
ХАБАРШЫСЫ. Журналистика сериясы.
- 2019. - 4 (129). - Нұр-Сұлтан: ЕҰУ. - 97 бет.
Шартты б.т. - 7.5 Таралымы - 25 дана
Электронды нұсқа: htl

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