

ISSN 2616-7174

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің

ХАБАРШЫСЫ

BULLETIN

of the L.N. Gumilyov
Eurasian National University

ВЕСТНИК

Евразийского национального
университета имени Л.Н. Гумилева

ЖУРНАЛИСТИКА сериясы

JOURNALISM Series

Серия **ЖУРНАЛИСТИКА**

№3 (124) / 2018

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

Астана, 2018

Astana, 2018

Бас редакторы **Қайрат Сак**

филология ғылымдарының кандидаты, профессор (Қазақстан)

Бас редактордың орынбасары **Аймұханбет Есдәулетов** *ф.ғ.канд., доцент (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)
Бейсенқұлов Аязби	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 Әбдіуақап	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., доцент (Қазақстан)
Тахан Серік	Т. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Тоқтағазин Мұратбек	Ф. ғ. к., доцент (Қазақстан)
Халилов Әбдіғани	PhD, проф. (Қырғызстан)
Ченгел Хулия	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, Астана қ., Қ.Сәтпаев к-сі, 2, 408 б.

Тел.: (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, Астана қ., Қажымұқан к-сі ,13/1, тел.: (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 **Aitmukhanbet Yesdauletov** *Candidate of Philology, Associate Professor (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)
Beisenkulov Ayazbi	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)
Takhan Serik	Doctor of Historical Sciences, Prof. (Kazakhstan)
Toktagazin Muratbek	Candidate of Philology, Assoc. Prof. (Kazakhstan)
Khalilov Abdygani	PhD, Prof. (Kyrgyzstan)
Çengel Hülya	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, Satpayev str., of.408, Astana, Kazakhstan, 010008
Tel.: (7172) 709-500 (ext. 31413) E-mail: vest_journalism@enu.kz

Bulletin of the 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., Astana, Kazakhstan 010008; tel.: (7172) 709-500 (ext.31413)

© **L.N. Gumilyov Eurasian National University**

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

Зам. главного редактора **Айтмуханбет Есдаuletов** к.ф.н., доцент (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)
Бейсенкулов Аязби	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 Алматы	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., доцент (Казахстан)
Тахан Серик	Д. ист. н., проф. (Казахстан)
Токтагазин Муратбек	К. ф. н., доцент (Казахстан)
Халилов Абдигани	PhD, проф. (Киргизстан)
Ченгел Хулия	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. н. искусств., доцент (Казахстан)

Ответственный редактор, компьютерная верстка: Ильяс Курмангалиев
Ответственный секретарь: Гульжазира Ертасова

Адрес редакции: 010008, Казахстан, г. Астана, ул. К.Сатпаева, 2, каб. 408
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. Астана, ул. Кажымукана, 13/1, тел.: (7172) 709-500 (вн.31413)
© Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева

Мазмұны

ЖУРНАЛИСТИКА ТАРИХЫ

<i>Садықов С.</i> Ұлттық даму мәселелері мен проблемалары «Қазақ әдебиеті» газетінде	8
--	---

БАСПА ІСІ ЖӘНЕ ИНТЕРНЕТ БАҚ

<i>Тоқтагазин М.Б., Амангелдиева Г.С.</i> Дәстүрлі БАҚ-тың Интернет медиаға көшудегі негізгі құралдары	19
--	----

БАҚ ЖӘНЕ ҚОҒАМ

<i>Білдабекова Ә.Т., Тәжібаев Ғ.Қ.</i> БАҚ және Қазақстандағы цифрландыру жүйесі	24
<i>Есенбекова Ұ.М.</i> Саяси коммуникация жүйесіндегі ашық пікір мен шынайы ақпаратқа деген сұраныс	32
<i>Қунгурова О.Г., Ермоленко В.С.</i> Спорт имиджін болашақта зерттеудің теориялық аспектілері	38
<i>Нурумов К.С., Атанаева М.К., Булдыбаев Т.К., Оспанов У.А., Акоева И.Г.</i> Жарияланған мәтіндік ақпаратты талдауға негізделген қоғамға әсерді бағалау үшін ақпараттандырудың маңыздылығын кешенді бағалау	44

ҚОҒАММЕН БАЙЛАНЫС

<i>Молдабаев Х.С.</i> Денсаулық сақтау ұйымдарындағы PR маманы қызметіндегі 5 негізгі бағыт	53
---	----

ЖАҢА МЕДИА

<i>Асанов К.Д., Малгаждар А.С.</i> Әлемдік ақпаратқа сұраныс: қажеттілік және қолжетімділік	63
<i>Булатова М.Б.</i> Қазақстанда инновациялық медианың негізгі функцияларының жүйелік сипаттамалары: коммуникативтік және прагматикалық аспект.....	72
<i>Құтым Л.Қ., Есенбекова Ұ.М.</i> Жаңа дәуір медиалары және ақпараттық-психологиялық қауіпсіздік мәселелері	82

Contents

HISTORY OF JOURNALISM

Sadykov S. The issues and problems of national development in the newspaper «Kazakh literature»	8
--	---

PUBLISHING AND INTERNET MEDIA

Toktagazin M.B., Amangeldiyeva G.S. The main tools of transition of traditional media to the Internet media	19
--	----

MASS MEDIA AND SOCIETY

Bildebekova A.T., Tazhibayev G.K. Media and Digitalization System in Kazakhstan.....	24
Yessenbekova U.M. Demand for free opinion and objective information in the system of political communication	32
Kungurova O.G., Ermolenko V. S. Theoretical Aspects of Perspective Studying of Sport Image	38
Nurumov K.C., Atanaeva M.K., Buldybaev T.K., Ospanov U.A., Akoeva I.G. Comprehensive assessment of the importance of informative features for assessing the impact on society based on the analysis of published textual information	44

PUBLIC RELATIONS

Moldabayev K.S. 5 main areas of work of a PR specialist in health care organizations	53
---	----

NEW MEDIA

Asanov K.D., Malgazdar A.S. Demand for Worldwide Information: Need and Availability	63
Bulatova M.B. System characteristics of the key functions of innovative media in Kazakhstan: the communicative and pragmatic aspect	72
Kutym L.K., Esenbekova U.M. Issues of information and psychological safety in modern media resources	82

Содержание

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

<i>Садыков С.</i> Проблематика и вопросы национального развития в газете «Қазақ әдебиеті»	8
---	---

ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО И ИНТЕРНЕТ СМИ

<i>Тоқтагазин М.Б., Амангелдиева Г.С.</i> Основные инструменты перехода традиционного СМИ в Интернет медиа	19
--	----

СМИ И ОБЩЕСТВО

<i>Билдабекова А.Т., Тажибаяев Г.К.</i> СМИ и система цифровизации в Казахстане	24
<i>Есенбекова У.М.</i> Спрос на свободное мнение и объективную информацию в системе политической коммуникации	32
<i>Кунгурова О.Г., Ермоленко А.С.</i> Теоретические аспекты перспективного изучения имиджа спорта	38
<i>Нурумов К.С., Атанаева М.К., Булдыбаев Т.К., Оспанов У.А., Акоева И.Г.</i> Комплексная оценка значимости информативных признаков для оценки влияния на социум на основе анализа публикуемой текстовой информации.....	44

СВЯЗЬ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

<i>Молдабаев Х.С.</i> 5 основных направлений работы PR-специалиста в организациях здравоохранения	53
---	----

НОВЫЕ МЕДИА

<i>Асанов К.Д., Малгаждар А.С.</i> Спрос на мировую информацию: потребность и доступность	63
<i>Булатова М.Б.</i> Системные характеристики ключевых функций инновационных медиа Казахстана: коммуникативно-прагматический аспект	72
<i>Кутым Л.К., Есенбекова У.М.</i> Вопросы информационной и психологической безопасности в современных медиа ресурсах	82

ГРНТИ 19.01.07

О.Г. Кунгурова¹, В.С. Ермоленко²

Костанайский государственный университет имени А. Байтурсынова

(E-mail: ¹o.kungurova@gmail.com, ²yermolenko95@yandex.ru)

Теоретические аспекты перспективного изучения имиджа спорта

Аннотация. Статья посвящена обоснованию возможностей исследования имиджа спорта с позиций различных теоретических подходов. Анализируются исследования российских специалистов в связи с выявлением ключевых аспектов формирования спортивного имиджа страны. Имидж характеризуется как синергетический конструкт, сформированный на пересечении таких понятий, как образ, символ, стереотип, традиция, авторитет. Основные задачи имиджа представлены в статье как способы влияния на интеллектуальном и подсознательном уровне с целью формирования того или иного позитивного характера общественного мнения. Обозначаются ключевые характеристики имиджа спорта того или иного государства как ментального образования. Обосновываются такие подходы к изучению имиджа спорта, как брендинговый, маркетинговый, собственно имиджевый.

Сделан вывод о том, что имидж казахстанского спорта представляет собой сложившееся устойчивое общественное мнение или образы того или иного вида спорта, либо спортивной деятельности в целом, которые включают в себя ключевые территориальные, национальные, государственные и культурные черты государства, характеризующиеся доступностью для интерпретации и осознания как можно более широкой аудиторией.

Ключевые слова: имидж спорта, теоретические подходы, имидж страны.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2018-124-3-38-43>

Введение. В современном мире спортивный имидж государства влияет на имидж всей страны в целом. Что актуализирует проблему формирования и изучения имиджа спорта. Сложность исследования спортивного имиджа государства связана, на наш взгляд, с тесной связью спорта с другими сферами общественной жизни.

Сегодня спорт вовлечена в процессы социального конструирования реальности, концепция которой заключается в «выстраивании границ социального контроля масс» [1]. С одной стороны, эти границы определяют сферу контроля над массовым сознанием, а с другой, – обозначают пределы воздействия на массовое сознание, устанавливают «зону свободы».

Допинговые скандалы, поступки спортсменов, сомнительные с точки зрения этики или прямо нарушающие ее, приводят к ситуации, когда исследователи все более настоятельно заявляют о необходимости разработки применительно к спорту социально-философской модели этического характера [2].

Постановка задачи. Одной из исходных точек для решения этой проблемы является анализ имиджа спорта, который, в свою очередь, включает в себя четко структурированную систему имиджей компонентов, входящих в сферу спорта: начиная от брендов спортивного инвентаря и заканчивая образом самого спортсмена. От того, насколько эффективно будет создаваться, продвигаться и осмысляться положительный имидж спорта в целом и в широкой народной среде в частности, во многом зависит будущее отечественного спорта и ценность здорового образа жизни.

Цель нашей статьи - характеристика теоретических подходов к исследованию имиджа спорта. Выводы, сделанные в результате анализа этих подходов, рассматриваются как базовые при исследовании аксиологической составляющей как имиджа спорта, так и спортивного имиджа государства.

История. Этимологические корни данного понятия обращены к латинскому слову «*imago*» (пер. «образ»), а также к лексеме «*imitari*» (пер. «имитировать»). Другими сло-

вами, понятие имиджа в спорте тесно связано с формированием привлекательного образа, который воздействует на базовые, архетипические представления личности о здоровье, физическом и духовном совершенстве, выраженном в виде символа, идеализированного представления.

Феномен имиджа не является современным изобретением, хотя термин появился сравнительно недавно. Как социально-психологическое явление имидж имеет не только длительную историю, но и научный путь становления. Можно предположить, что в отличие от понятия, само явление начинает формироваться в глубокой древности, в период возникновения первых государств. Так, античное общество внесло огромный вклад в представления человека о важности собственного облика, в формировании которого едва ли не главная роль отводилась физическому совершенствованию посредством спорта. Сила и значимость государства тогда ассоциировалась с сильным правителем, а заслуги сильного правителя измерялись не только победами в войнах, но победами в спортивных состязаниях. Понятно, что проблемы имиджа в современном его понимании не были тогда предметом специального исследования мыслителей прошлого, хотя истоки этих проблем, на наш взгляд, можно искать именно в том периоде развития человечества. Работы античных философов – Аристотеля, Сократа, Платона, разработавших теорию гармонического развития личности, намечают мировоззренческо-методологические подходы к анализу феномена имиджа. Различным аспектам имиджа уделяли внимание мыслители средневековья (Св. Августин, Ф. Аквинский, И. Дамаскин), Возрождения (М. Финчио, Пико делла Мирандола, Л. Валла). В период нового времени в философии вместе с пониманием социальной значимости имиджа предпринимаются первые попытки его философского осмысления (Ф. Бэкон, Дж. Локк, Ж. Де Лабрюйер, И. Кант, А. Шопенгауэр, Г. Гегель).

Самого же понятия «имидж» не существовало вплоть до XX века. Одним из первых теоретиков имиджа принято считать Н. Макиавелли. В 70-е годы прошлого века термин стал использоваться в советских СМИ, однако тогда в СССР это понятие трактовалось как обозначение приема, используемого буржуазной пропагандой в идеологических целях. Что нивелировало интерес к этому феномену со стороны представителей научной сферы. В настоящее время в изучении имиджа наметилось несколько теоретических подходов, касающихся как понимания структуры феномена, так и его сути. Различные научные подходы сосуществуют ныне и при изучении имиджа спорта, однако научные исследования этого аспекта имиджа пока не обрели форму строгой научной концепции, что провоцирует обращение к обозначенной проблеме.

Методы исследования. Рассмотрим структурные составляющие понятия имиджа в соотношении с другими объектами метасферы, что, на наш взгляд, позволит раскрыть сущность данного феномена. Наиболее очевидная связь имиджа обнаруживается с понятием мифа. По своей сути имидж - это производная от бытования мифа в тот или иной актуальный период, которая является конечным продуктом интеллектуальной и чувственной переработки человеком или социумом данных той или иной дискурсивной области. Характеризуя имидж, необходимо отметить и наличие в нем ядерной структуры, имеющей символический характер. Согласно концепции А.Ф. Лосева, символ представляет собой идею или образ, отражающий конкретные характеристики субъективной и объективной самобытности того или иного явления, обобщенного и закономерного [3]. Составляющие образа могут вступать в различные отношения друг с другом внутри него, формируя сложную структуру, состоящую из отдельных стимульных факторов, ориентированных на восприятие человека.

Сущность имиджа обусловлена также и традицией, поскольку любой образ, имеющий оценочное содержание, выдвигает особые требования к неизменности своих характеристик. Эта связь имиджа с традицией соотносится с культурологической составляющей.

Содержание имиджа раскрывается также через такое его качество, как стереотипизированность. Л.М. Землянова характеризует имидж как «схематичное и стандартизированное представление о том или ином объекте в социальном дискурсе, ключевыми характеристиками которого являются его эмоциональная коннотация, а также устойчивость в синхроническом и диахроническом аспектах» [4].

Другие связи, включающие понятие имиджа в метасферу, - это феномен авторитета (общность в силе влияния на целевую аудиторию, непреложность имиджа и его устойчивость), а также общественное мнение.

Таким образом, имидж представляет собой гетерогенный конструкт, сформированный на пересечении таких понятий, как образ, символ, стереотип, традиция и авторитет. Основная задача имиджа – влияние на интеллектуальном и подсознательном уровне с целью формирования того или иного характера общественного мнения.

Ключевыми характеристиками имиджа спорта того или иного государства как ментального образования являются компактность (универсальность формы и значения), целостность (единство внутренней системы образов), укорененность в традиционных ценностях целевой аудитории (прямое соответствие ключевым культурным и общечеловеческим понятиям, типичным для общности людей), устойчивость и динамичность, а также эксплицитная оценочность.

Характеризуя особенности имиджа российского спорта, Г.Х. Муртазина выделяет следующие подходы к выявлению его ключевых аспектов [5]:

1. Брендинговый подход.

Этот подход представлен в исследованиях А. Чумикова [6]. Рассматривая процесс формирования имиджа российского спорта в отечественных молодежных СМИ, авторы данного направления предлагают выделить опорные бренды для большинства видов российского спорта, которые станут ключевой доминантой при создании целостного положительного образа российского спорта, так как бренд воплощает в представлении молодых людей такие категории, как уважение, респектабельность, ориентация на авторитет, актуальность спорта, который имеет доступ к наиболее значимым проявлениям моды и спорта в мировом пространстве.

2. Маркетинговый подход.

Представителем данного подхода в имиджологии является, в частности, В.М. Шепель [7], который связывает понятие имиджа с понятием комплекса эмоциональных и интеллектуальных представлений, основанных на ключевых маркетинговых институтах, получивших наиболее обширное распространение в области российского спорта. Это объясняет механизм социальной рецепции, когда, например, встретившись с упоминанием о той или иной спортивной команде в России, аудитория формирует цельный образ или «включает» уже имеющееся представление о ней. Соответственно, в данном подходе требуется тщательная работа над формированием положительного образа отдельных компонентов спортивного мира, которые впоследствии могут быть интегрированы в молодежную среду через средства массовой коммуникации.

3. Собственно имиджевый подход.

В данном направлении ведущая роль принадлежит исследованиям Л.В. Богдановой, которая занималась определением и оценкой культуры общения, принятого в спорте, а также оценивала совместимость положительных влияний в спортивной среде на окружающее социокультурное пространство [8].

С этих позиций имидж казахстанского спорта составляют ключевые элементы символической государственной системы: экономические, географические, национальные и социокультурные ресурсы, выражающие типизацию определенного вида спорта, его значимости и его достижений в положительной оценке и интерпретации людей разных поколений.

Результаты/обсуждение. Рассматривая внутренние механизмы формирования положительного имиджа казахстанского спорта в отечественных СМИ, можно выделить «вертикальные» и «горизонтальные» способы формирования имиджа. В первом случае происходит последующее расслоение образа спорта на составляющие его аспекты в зависимости от их функциональной принадлежности (то есть ведущими являются брендовые, экономические, историко-культурные, ментальные и др. образы) [2]. При «горизонтальном» подходе к определению структуры имиджа спорта все взаимосвязанные с центральным образом понятия могут быть расположены на одном уровне в диахроническом и пространственном аспектах.

Существует также и «доминантный» подход в определении внутренней структуры имиджа, который одновременно учитывает, как «вертикальную», так и «горизонтальную» его структуры [1].

Формирование позитивного имиджа казахстанского спорта в отечественных СМИ представляет собой одну из важных задач при конструировании ментального пространства страны в целом, а также при интеграции ментальных и социокультурных особенностей спорта в сознании аудитории. Имидж казахстанского спорта может быть охарактеризован с точки зрения конструирования публичного дискурса, познавательной функции, социорегулятивной функции, функции социального целеполагания, а также его социализирующей функции.

Заключение/выводы. Таким образом, можно сделать вывод о том, что с учетом обозначенных подходов, имидж казахстанского спорта представляет собой сложившееся устойчивое мнение или образ того или иного вида спорта, либо спортивной деятельности в целом, которые включают в себя его ключевые территориальные, национальные, государственные и культурные черты, характеризующиеся доступностью для интерпретации и осознания широкой аудиторией. Средствами создания положительного имиджа казахстанского спорта являются средства массовой информации, создающие оптимальную коммуникативно - ориентированную среду для того или иного субъекта PR-отношений. Перспективной представляется конкретная характеристика актуального имиджа отечественного спорта как репрезентативного показателя при исследовании сферы его формирования.

Список литературы

- 1 Антипов, К.В. Паблик рилейшнз: учеб. пособие / К.В. Антипов. – Москва: Дашков и К., 2012. - 145 с.
- 2 Литинская Е.А. Аксиология спорта высших достижений в современном обществе : дисс... канд. филос. наук 09.00.11 Моск. гос. техн. ун-т им. Н.Э. Баумана. - Москва, 2013. - 157 с.
- 3 Лосев, А.Ф. Из ранних произведений. / А. Ф. Лосев. - Москва: Правда, 2010. - 655 с.
- 4 Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества : Толковый словарь терминов и концепций / Л.М. Землянова. - Москва: Изд-во Моск. ун-та (МГУ), 2009. - 300 с.
- 5 Муртазина, Г.Х. Связи с общественностью в физической культуре, рекреации и спорте / Г.Х. Муртазина. - СПб.: Речь, 2008. - 54 с.
- 6 Чумиков, А.Н. Записки PRофессионала/ А.Н. Чумиков. - СПб.: Питер, 2011. - 283 с.
- 7 Шепель, В.М. Имиджелогия. / В.М. Имиджелогия. - Москва: Олма-пресс, 2016. – 221 с.
- 8 Богданова Л.В. Проблемы культуры общения в спорте // Материалы совместной научно-практической конференции РГАФК / Л.В. Богданова МГАФК и ВНИИФК. - Москва: 2001. - С. 144-146.

О.Г. Кунгурова, В.С. Ермоленко

А.Байтұрсынов атындағы Қостанай мемлекеттік университеті, Қостанай, Қазақстан

Спорт имиджін болашақта зерттеудің теориялық аспектілері

Аннотация. Мақала спорт имиджін зерттеу мүмкіндігін негіздеуді әртүрлі теориялық әдістер позициясында қарастыруға арналған. Елдегі спорт имиджін құрудың негізгі аспектілерінің анықтауға байланысты ресейлік мамандардың зерттеулері сарапталды. Имидж бейне, белгі, стереотип, дәстүр, бедел түсініктерінен құрылған синергетикалық құрылым ретінде сипатталады. Мақалада имидждің негізгі тапсырмасын, қоғамдық пікірдің қандай да бір жағымды сипаттамасын құру мақсатында интеллекттік және түйсіктік деңгейінде қарастырады. Спорт имиджінің негізгі сипаттамаларын қандай да бір мемлекеттің ментальді білімі ретінде қарастырады.

Спорт имиджін зерттеуде брендтік, маркетингтік, имидждік әдістер негізделеді. Қазақстандық спорттың имиджі қандай да бір спорт түріне байланысты өзіне территориялық, ұлттық, мемлекеттік және елдің мәдени белгісін кең аудиторияға түсінікті қолжетімді мінездеме ретінде қалыптасқан қоғамдық пікірді білдіреді деген қорытындыға келуге болады.

Түйін сөздер: спорт имиджі, теориялық әдіс, ел имиджі.

O.G. Kungurova, V. S. Ermolenko

Kostanay State University after A. Baytursynov, Kostanay, Kazakhstan

Theoretical Aspects of Perspective Studying of Sport Image

Abstract. The article is devoted to justification of opportunities of a sport image research from various theoretical approaches. Research of the Russian experts in connection with identification of key aspects of a country's sports image formation are analyzed. The image is characterized as a synergetic construct created on crossing of such concepts as image, symbol, stereotype, tradition, authority. The main objectives of image are presented in the article as ways of influence at the intellectual and subconscious level for the purpose of formation of this or that public opinion of positive nature. Key characteristics of sport image of a state are presented as a mental construct. Such approaches to studying of image of sport as branding, marketing, actually image are given grounds.

The conclusion is drawn that the image of the Kazakhstan sport represents the developed steady public opinion or images of a particular sport, or sports activity in general which include the key territorial, national, state and cultural lines of the state which, in their turn, are characterized by availability to interpretation and understanding by wider audience.

Key words: image of sport, theoretical approaches, image of the country.

References

- 1 Antipov, K.V. Pablik rlejshnz: ucheb. Posobie [Public relations: studies]. (Dashkov i K., Moscow, 2012). [in Russian]
- 2 Litinskaya E.A. Aksiologiya sporta vysshih dostizhenij v sovremennom obshchestve: diss... kand. filosof. nayk [An axiology of elite sport in modern society: thesis... candidate of philosophical sciences]. Mosk. state. technical university after N.E. Bauman, Moscow, 2013. [in Russian]
- 3 Losev, A.F. Iz rannih proizvedenij [From early works]. (However, Moscow, 2010) [in Russian]
- 4 Zemlyanova L.M. Zarubezhnaya kommunikativistika v preddverii informacionnogo obshchestva : Tolkovyy slovar' terminov i koncepcij [A foreign communication studies in anticipation of information society: Explanatory dictionary of terms and concepts]. (MGU, Moscow, 2009). [in Russian]
- 5 Murtazina, G.H. Svyazi s obshchestvennost'yu v fizicheskoy kul'ture, rekreacii i sporte [Public relations in physical culture, a recreation and sport]. (Speech, St. Petersburg, 2008). [in Russian]

6 Шумиков, А.Н. Zapiski PProfessionala [PProfessionala notes]. (Piter, St. Petersburg, 2011). [in Russian]

7 Шепел, В.М. Imidzhelogiya [Imageology]. (Olma-press, Moscow, 2016). [in Russian]

8 Bogdanova L. V. Problemy kul'tury obshcheniya v sporte [Problems of culture of communication in Sport]. // Materialy sovmestnoj nauchno-prakticheskoy konferencii RGAFK, MGAFK i VNIIFK [Materials of a joint scientific and practical conference of RGAFK, MGAFK and VNIIFK]. (Moscow, 2001, - P. 144-146.). [in Russian]

Авторлар туралы мәліметтер:

Кунгурова О.Г. - филология ғылымдарының кандидаты, журналистика және коммуникациялық менеджмент кафедрасының доценті, А.Байтұрсынов атындағы Қостанай мемлекеттік университетінің профессоры, 110000, Байтұрсынов к., 47. Қостанай, Қазақстан

Ермоленко В.С. – А.Байтұрсынов атындағы Қостанай мемлекеттік университеті 6М050400 - Журналистика мамандығының магистранты. 110000, А.Байтұрсынов к., 47. Қостанай, Қазақстан

Kungurova O.G.- Candidate of Philology, associate professor of journalism and communication management, professor of the Kostanay State University after A. Baytursynov, 110000, Baytursynov St., 47. Kostanay, Kazakhstan.

Ermolenko V.S. - postgraduate student of specialty 6M050400-Journalism at Kostanay State University after A. Baytursynov, 110000, Baytursynov St., 47. Kostanay, Kazakhstan.

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

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

2. Журналда мақаланы жариялаушы автор Ғылыми басылымдар бөліміне (мекенжайы: 010008, Қазақстан, Астана қаласы, Қ. Сәтпаев көшесі, 2, Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Бас ғимарат, 408 кабинет) қолжазбаның қол қойылған 1 дана қағаз нұсқасын тапсыру және Word форматындағы нұсқасын vest_phil@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.

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 қоюлуын, 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, жұмыс орнының мекенжайы, телефон, 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 тенге; басқа ұйым қызметкерлеріне - 5500 тенге).

Реквизиттер:

РГП ПХВ «Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева МОН РК
Столичный филиал АО «Цеснабанка»

КБЕ 16

БИН 010140003594

БИК TSES KZ KA

Счет в кодировке IBAN –

KZ 91998 BTV 0000003104

«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, Astana, Satpayev St., 2. The L.N. Gumilyov Eurasian National University, Main Administrative Building, Office 408) and by e-mail vest_phil@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:

IASTI <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):

Реквизиты:

РГП ПХВ «Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева МОН РК
Столичный филиал АО «Цеснабанка»

КБЕ 16

БИН 010140003594

БИК TSES KZ KA

Счет в кодировке IBAN –

KZ 91998 BTV 0000003104

«За публикацию ФИО автора»

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 области журналистики, публикации материалов посвященных научным вопросам исторических, теоретических и прикладных исследований 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. Астана, ул. Сатпаева, 2, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Учебно-административный корпус, каб. 408) и по e-mail vest_phil@enu.kz. При этом должно быть строго выдержано соответствие между Word-файлом и твердой копией. А 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. С каждой иллюстрацией 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 – 4500 тенге, для сторонних организаций – 5500 тенге):

Реквизиты:

РГП ПХВ «Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева МОН РК
Столичный филиал АО «Цеснабанка»

КБЕ 16

БИН 010140003594

БИК TSES KZ KA

Счет в кодировке IBAN –

KZ 91998 BTV 0000003104

«За публикацию ФИО автора»

Редактор: **Қайрат САҚ**
Жауапты хатшы: **Гүлжазира ЕРТАСОВА**
Дизайн: **І.Р. Құрманғалиев**

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің
ХАБАРШЫСЫ. Журналистика сериясы.
-2018. - 3 (124). - Астана: ЕҰУ. 95-б.
Шартты б.т. - 11.8 Таралымы - 25 дана

Мәтін мазмұнына типография жауап бермейді.

Редакция мекенжайы: 010008, Қазақстан Республикасы,
Астана қаласы, Қ. Сәтпаев 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