

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**

№2 (123) / 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 of 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 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., 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

Баткеева Б.Т. Мәшһүр Жүсіп Көпеевтің публицистикалық шығармаларындағы ел, жер тағдыры	8
Ертасова Г.Қ., Сақ Қ.Ө. Алаш қайраткерлерінің тәуелсіздік туралы идеяларының өзектілігі	15
Шақуова Р.А. Голощекин саясатының Қазақстанда жүргізілуі	28
Шәуенова Г.А. Абай ұлылығы (Тұрағұл Абайұлының естелігі негізінде)	33

БАҚ ЖӘНЕ ҚОҒАМ

Байғожина Д.Ө. Бұқаралық коммуникация кеңістігіндегі мәдениет	40
Жанысбаева А.П., Шындалиева М.Б. Аймақтық БАҚ-тың қоғамдағы рөлі	47
Сейфуллина З. Журналистикадағы гендерлік теңсіздік	54

PR ТЕХНОЛОГИЯ

Кунгурова О.Г., Дарбеков А.В. Телевизия продюсерлігі Қазақстанның визуалды медиасферасын белсендіру ресурсы ретінде	60
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

ЖАҢА МЕДИА

Асанов К.Д., Даулен М.Б. Инновациялық технологияны игеру қажеттілігі және отандық журналистика мүмкіншіліктері	66
Бейсенқұлов А.А., Болатова М.Б. Журналист қызметіндегі әлеуметтік медиа	79

Contents

HISTORY OF JOURNALISM

<i>Batkeeva B.T.</i> The Fate of the Land and the People in Maskhur Zhusup Kopeyev's Publicistic Work	8
<i>Yertassova G.K., Sak K.O.</i> Actuality of Alash people's Ideas About Independence	15
<i>Shakuova R.A.</i> Implementation of Galoshchekin's Policy in Kazakhstan	28
<i>Shauyenova G.A.</i> The Greatness of Abai (according to Turagul Abaiuly's memoirs)	33

MASS MEDIA AND SOCIETY

<i>Baigozhina D.O.</i> Culture in the Space of Mass Communication	40
<i>Zhanysbayeva A.P., Shyndaliyeva M.B.</i> The Role of Regional Media in the Society	47
<i>Seifullina Z.</i> Gender Inequality in Journalism	54
..	

PR TECHNOLOGIES

<i>Kungurova O.G., Darbekov A.V.</i> Television Production as a Resource for Activating the Visual Media Sphere of Kazakhstan	60
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

NEW MEDIA

<i>Asanov K.D., Daulen M.B.</i> The Need for Innovative Technologies and Domestic Journalism	66
<i>Beisenkulov A.A., Bulatova M.B.</i> Social Media in the Journalist's Work	79

Содержание

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

<i>Баткеева Б.Т.</i> Судьба земли и народа в публицистическом творчестве Машхур Жусупа Копеева	8
<i>Ертасова Г.К., Сак К.О.</i> Актуальность идеи деятелей Алаш о независимости	15
<i>Шакуова Р.А.</i> Политика Голощекина в Казахстане	28
<i>Шауенова Г.А.</i> Величие Абая (по мемуарам Турагула Абайулы)	33

СМИ И ОБЩЕСТВО

<i>Байгожина Д.О.</i> Культура в медиа пространстве	40
<i>Жанысбаева А.П., Шындалиева М.Б.</i> Роль региональных СМИ в обществе	47
<i>Сейфуллина З.</i> Гендерное неравенство в журналистике	54

ТЕХНОЛОГИИ PR

<i>Кунгурова О.Г., Дарбеков А.В.</i> Телевизионное продюсирование как ресурс активизации визуальной медиасферы Казахстана	60
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

НОВЫЕ МЕДИА

<i>Асанов К.Д., Даулен М.Б.</i> Необходимость развития инновационных технологии и возможности отечественной журналистике	66
<i>Бейсенкулов А.А., Булатова М.Б.</i> Социальные медиа в работе журналиста	79



МРНТИ 19.61.75

О.Г. Кунгурова¹, А.В. Дарбеков²

*Костанайский государственный университет им. А. Байтурсынова, Костанай, Казахстан
(E-mail:¹o.kungurova@gmail.com)*

Телевизионное продюсирование как ресурс активизации визуальной медиасферы Казахстана

Аннотация. Статья посвящена исследованию аспектов процесса продюсирования современного медиапродукта. Мотивируется взаимосвязь продюсирования и качества медиаконтента, утверждается, что размер и характеристика аудитории того или иного медиапродукта прямо пропорционально зависит от того, насколько качественным и ценным он является для этой аудитории. Обосновывается понятие «цепочка ценностей» по отношению к сфере медиа. На примере обращения к казахстанской телевизионной медиасфере доказывается, что ценность и качество являются одними из главных факторов, влияющих на просмотры телевизионных программ и результативность процесса продюсирования. Апеллируя к ситуации на современном казахстанском телевидении, характеризуя состояние телевизионной медиаотрасли в регионах (Костанайская область), авторы статьи приходят к выводу о том, что назрела острая потребность создания в Казахстане института продюсирования, поскольку продюсер на телевидении является связующим звеном между процессом производства контента и потенциальными потребителями – зрителями и рекламодателями: он инициирует и организует творческий процесс создания аудиовизуального продукта, реализует проект «с нуля», воплощая перспективные идеи. Утверждается то, что отсутствие процесса продюсирования приводит к торможению развития современной медиаотрасли.

Ключевые слова: продюсирование, продюсер, медиапродукт, казахстанское телевидение.

Процесс телевизионного продюсирования в республиках СНГ только начинает набирать обороты, а в Казахстане вообще находится в зачаточной состоянии. В РК соответственно нет пока и научных исследований по проблемам медиапродюсирования, нет проблемных публикаций. А между тем в России защищены первые диссертации – к примеру, Ксинопуло М.П. «Телевизионное продюсирование и тенденции его развития в современных условиях» [1]; подготовлены учебные пособия «Мастерство продюсера кино и телевидения» [2]; «Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера». [3] Современная суть профессии телевизионного продюсера с акцентом на региональный аспект раскрыта в статье А.С.Сумской «Феномен продюсирования. Взгляд из региона». [4] В статье Ливсон М.В. обоснованы особенности сферы деятельности продюсеров различного уровня. [5] Исследование современных проблем телепродюсирования интересует ныне и белорусских специалистов, которые стали инициаторами западного издания автора Кэтрин Келлисон в переводе на русский язык [6]. Цель нашей статьи – обосновать необходимость создания института телевизионного продюсирования в Казахстане.

Анализ рынка СМИ показывает, что за очень короткое время медиаотрасль

в мире превратилась в широкий спектр рыночных сегментов, уникальным образом сочетающих в себе творчество и бизнес. Усилилось внимание к драматургии медиа-продуктов, изменился характер их информационной составляющей (произошел переход от новостной парадигмы к познавательно развлекательной, к так называемому «рассказыванию историй» (storytelling), к массовому переходу на рельсы форматного медиапроизводства. Критерием, определяющим конкурентную позицию медиакомпаний, стала коммерческая состоятельность и востребованность производимого контента. Вся совокупность программ, фильмов, оформление канала и заставки, его бренд составляют ныне ценность телеканала как товара. Покупатель этого товара – зритель, который платит за его просмотр деньгами или временем, либо рекламодатель, который платит за зрителя.

СМИ производят свой продукт для того, чтобы он один действовал на двух рынках – товаров и услуг. Первый рынок, на котором действуют СМИ, это рынок товаров. На нём в качестве товара выступает содержание – информация, мнения, развлечения, «упакованные» вместе и распространяемые в разных медиаформах, то есть в форме газеты, журнала, книги, радио или телевизионной программы. Содержание как товар предназначено для аудитории, которая и является потребителем СМИ. Второй рынок, на котором конкурируют СМИ, - это рынок услуг. Средства массовой информации «продают» рекламодателям, по сути, не площадь в газете или секунды в телепрограмме, а прежде всего доступ к аудитории. Размер оплаты за «организацию» доступа читателей, зрителей, слушателей к рекламному сообщению зависит главным образом от размеров и характеристик той аудитории, доступ к которой обеспечивается, а не от объёмов и размеров самих рекламных объявлений. Размер и характеристика аудитории в той или иной программе прямо пропорционально зависит от того, насколько качественной и ценной эта программа является для этой аудитории. Производство ценности, заложенной в товаре или услуге - это основная задача деятельности любой фирмы. На первый взгляд, понятие ценности в данном контексте абстрактно, но в реальной практике для потребителя она имеет весьма конкретное значение. Для того, чтобы выжить на рынке, любая фирма должна привлечь покупателей определённой «ценностью» производимого ею продукта, предлагая потребителям только те товары или услуги, которые удовлетворяют их потребности и желания. На практике создание «ценности» товара или услуги представляет собой многоступенчатый процесс, включающий в себя различные стадии. На каждой стадии производства происходит создание промежуточной ценности, однако конечным звеном определения ценности предлагаемых на рынке товаров и услуг становится потребитель.

Современные экономисты называют такой процесс «цепочкой ценности» - value chain. В настоящее время концепция «цепочки ценности» становится чрезвычайно актуальной, поскольку выделяет ключевые стадии процесса производства и их последовательность. Именно в конечном звене данной цепочки возникает окончательная ценность для потребителя, что многим коммерческим фирмам определяется как конечная цель из деятельности. Всё большее значение концепция «цепочки ценности» приобретает в связи с интеграционными процессами в экономике. Это особенно заметно на примере медиаиндустрии. Благодаря развитию новых информационно-коммуникационных технологий, дигитализации содержания и появлению

новых каналов для его распространения, в сердцевину деятельности всех секторов медиаиндустрии ставится именно содержание – его создание, систематизация, упаковка, распространение. Все средства массовой информации – газеты, журналы, телевидение, радио, интернет – производят содержание. И хотя конкретные медиаформы, которые оно приобретает на стадии распространения, могут существенно различаться, суть экономической деятельности всех СМИ сводится к производству нового и вторичному использованию уже существующего содержания.

Анализ «цепочки ценности» в медиаиндустрии показывает, что ценность, создаваемая на ключевых стадиях производства во всех секторах медиаиндустрии, связана именно с содержанием. В результате спрос аудитории на СМИ формируется под воздействием комплекса параметров – информационных и развлекательных запросов аудитории, общественных потребностей в информации, типологических характеристиках самих медиа, представлений аудитории об их ценности.

Ценность в данном случае – это экономическое понятие, или, другими словами, критерий измерения реальной стоимости либо товара или услуги, либо компании, отражающий готовность покупателя платить за них деньги. Ценность, таким образом, определяется предпочтением и выбором покупателя и потому часто определяется как свойство, не присущее товару изначально, а появляющееся у него в процессе обмена. Понятие ценности товара - услуги укоренено в понятии спроса – совокупной общественной потребности в различных товарах и услугах, которая складывается из множества конкретных требований потребителей. Спрос постоянно взаимодействует с предложением, и их соотношение на рынке составляет один из основных экономических законов товарного хозяйства.

Многие экономисты считают, что понятия предложения и, как следствие, спроса определяются объективными моментами, например издержками производства. Однако пример индустрии средств массовой информации ясно подтверждает: спрос, создающий предложение, в значительной степени отражает ценностные установки людей. Не издержка производства газеты или телепрограммы, а содержание определяет их ценность для аудитории. Речь может идти о различных аспектах ценности: информационных, дискуссионных, партисипационных, развлекательных или о конкретной на данный момент времени их комбинации.

Ценность и качество являются одними из главных факторов, влияющих на просмотры телевизионных программ. Просмотры в свою очередь формируют рейтинги и долю аудитории. Продюсер на телевидении является связующим звеном между процессом производства контента и потенциальными рекламодателями. Ведь именно он инициирует и организует творческий процесс создания аудиовизуального продукта. Он реализует проект «с нуля» воплощая перспективные идеи. Наиболее существенным моментом в творческой деятельности телепродюсера является формулирование концепции телепрограммы. По сути своей – это творческий способ раскрытия любой проблематики, форма изложения реальных фактов, неизвестных документов, возможность реализации материалов киноvideоархивов. В понятие «концепция» входят и способы организации рубрик, создания механизмов циклирования телепередач. Найти идею и создать наиболее зрелую экранную форму – основная задача телепродюсера.

Отрицать значимость работы продюсера сегодня является большой ошибкой.

Однако существуют телеканалы, в штате которых продюсер отсутствует вовсе. Таких сейчас, к сожалению, большинство на казахстанском телевидении. К примеру, телеканал «Qostanau» (филиал республиканской телерадиокорпорации «Qazaqstan»). Стоит учесть, что телекомпания работает в условиях госзаказа, но это не означает, что 100% эфирного времени занимают программы подобного рода. Часть аудиовизуального контента производится непосредственно творческими сотрудниками компании. Однако в процессе создания концепции собственных программ практически не учитывается ориентация на рейтинг как на мерило успеха, редакторы не стремятся найти компромисс между массовостью зрительского интереса и его художественной ценностью, а руководствуются лишь своими амбициями и идеями. В непосредственном процессе производства контента обнаруживаются проблемы, связанные с отсутствием продюсера. Режиссеры и операторы телекомпании, не имеющие профессионального образования, сталкиваются с трудностями в процессе предпродакшн (план), продакшн (съёмка) и постпродакшн (монтаж и «обработка» готового продукта). Перечисленные недостатки, связанные с производством аудиовизуальной продукции, напрямую влияют на качество создаваемого продукта, и в том числе, как мы говорили выше, на будущие рейтинги программ.

Таким образом, что касается развития процесса продюсирования в казахстанских регионах, то, представляется, что продюсирование сейчас не имеет реализации в силу существующих ограничителей: финансовых, технологических и кадровых. На наш взгляд, одним из важных стимулов процесса развития казахстанского телепроизводства в будущем может стать профессиональная подготовка телепродюсеров в сфере маркетинга, финансового и бизнес-планирования. Подобная практика сможет облегчить условия финансирования телевизионной продукции независимыми инвесторами.

Список литературы

- 1 Ксинополо, М.П. Телевизионное продюсирование и тенденции его развития в современных условиях: автореф. дис... канд. экон.наук / М.П. Ксинополо. - Москва, 2006. - 149 с.
- 2 Мастерство продюсера кино и телевидения: учебное пособие / под ред. П. Огурчикова, В. Падейского, В. Сидоренко. - Москва: Озон.ру, 2007. - 864 с.
- 3 Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера: учебник для вузов / под ред. Г.П. Иванова, П.К. Огурчикова, В.И.Сидоренко. - Москва: Юнити-Дана, 2003. - 719 с.
- 4 Сумская А.С. Феномен продюсирования. Взгляд из региона / А.С.Сумская - URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-prodyusirovaniya-vzglyad-iz-re>. [смотрено 12.01.2018.]
- 5 Ливсон М.В. Телевизионное продюсирование как ключевой инструмент повышения эффективности деятельности телекомпаний / М.В. Ливсон - URL: <http://izron.ru/articles/perspektivu-razvitiya-ekonomiki-i-menedzhmenta-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-mezhdunarodnoy-nau/sektsiya-2-ekonomika-i-upravlenie-na...>) [смотрено 12.01.2018.]
- 6 Келлисон К. Продюсирование на телевидении. Практический подход. / К. Келлисон – Минск: Гревцов Паблишер, 2008. – 157 с.

О.Г. Кунгурова, А.В. Дарбеков

А.Байтұрсынов атындағы Қостанай мемлекеттік университеті, Қостанай, Қазақстан

Телевизия продюсерлігі Қазақстанның визуалды медиасферасын белсендіру ресурсы ретінде

Андатпа. Мақала заманауи медиаөнімді продюсерлеу процесінің аспектілерін зерттеуге бағытталады. Медиа ақпарат пен продюсерліктің арасындағы байланысты ынталандырады, осы және өзге де медиаөнім аудиториясының сипаты мен көлемі сол аудиторияға қаншалықты құнды және сапалы саналатындығына байланысты тура пропорционалды болатындығы қарастырылады. «Құндылық тізбегі» түсінігінің медиа саласына қатыстылығы бойынша негізделеді. Қазақстандық телеарна медиа саласына жолдау негізінде яғни телеарна бағдарламаларын көру және продюсерлеу үрдісінің нәтижелілігіне әсер ететін құндылық және сапа ең басты факторлардың бірі саналады.

Заманауи қазақстандық телеарнадағы жағдайларға шағымдана отырып, аймақтардағы (Қостанай облысы) телевизиялық медиасаласының жағдайын сипаттай отырып, мақала авторлары Қазақстанда продюсерлеу институттарын құруу қажеттілігі маңызды мәселелердің бірі ретінде қалыптастыру керектігі жөнінде бір шешімге келеді. Себебі телеарнада продюсер ақпаратты өндіру үрдісі мен потенциалды тұтынушылар – көрермендер және жарнама берушілер арасындағы байланыс жасаушы көпір саналады: ол аудиовизуалды өнім жасаудағы шығармашылық үрдісті қалыптастырады және бастамашы болады, болашағы зор идея-жобаларды басынан бастап жүзеге асырады. Продюсерлеу процесінің болмауы заманауи медиа саласының дамуына кедергі келтіреді.

Кілт сөздер: продюсерлеу, продюсер, медиаөнім, қазақстандық телеарна.

O.G. Kungurova, A.V. Darbekov

Kostanay State University after A. Baytursynov, Kostanay, Kazakhstan

Television producing as a resource of visual media sphere activation in Kazakhstan

Abstract. The article is devoted to research of aspects of process of a modern media product producing. The interrelation of producing and quality of media content is motivated here; it is stated that the volume and the characteristics of audience of this or that media product in direct ratio depends on whether it is really valuable for this audience.

The concept «chain of values» in relation to the sphere of media is defined. On the example of the Kazakhstani television media sphere it is proved that the value and quality are two of the main factors influencing viewings of television programs and effectiveness of producing process. Appealing to a situation in modern Kazakhstani television, and characterizing the condition of television media branch in regions (Kostanay region), the authors of the article come to the conclusion that there is an urgent need in Kazakhstan of a producing institute creation since the producer in television sphere is a link between the content production process and potential consumers – the audience and advertisers: he initiates and organizes the creative process of an audiovisual product making, realizes the project «from scratch», embodying the perspective ideas. It is stated that the lack of producing process leads to slowing of the modern media sphere development.

Key words: producing, producer, media product, Kazakhstani television

References

- 1 Ksinopulo, M.P. *Televizionnoe prodyusirovanie i tendentsii ego razvitiya v sovremennykh usloviyakh*: PhD diss. [Television producing and tendencies of its development in modern conditions: PhD thesis]. (Moscow, 2006)

- 2 Masterstvo prodyusera kino i televideniya: uchebnoe posobie [Skill of the producer of cinema and television: the education guidance] / pod red. P. Ogurchikova, V. Padejskogo, V. Sidorenko. (Ozon.ru, Moscow, 2007)
- 3 Osnovy prodyuserstva. Audiovizual'naya sfera: uchebnyk dlya vuzov [Producer business bases. Audiovisual sphere: the textbook for higher education institutions] / pod red. G.P.Ivanova, P.K. Ogurchikova, V.I.Sidorenko. (YUniti-Dana, Moscow, 2003)
- 4 Sumskaya, A.S. Fenomen prodyusirovaniya. Vzglyad iz regiona [Phenomenon of producing. A look from the region]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-prodyusirovaniya-vzglyad-iz-re> (accessed 12.01.2018).
- 5 Livson, M.V. Televizionnoe prodyusirovanie kak klyuchevoj instrument povysheniya ehffektivnosti deyatel'nosti telekompanij [Television producing as key instrument of increase in efficiency of activity of TV companies]. URL: <https://izron.ru/articles/perspektivy-razvitiya-ekonomiki-i-menedzhmenta-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-mezhdunarodnoy-nau-sektsiya-2-ekonomika-i-upravlenie-na...> (accessed 12.01.2018).
- 6 Kellison, K. Prodyusirovanie ne televidenii. Prakticheskij podkhod [Producing in television. Practical approach]. (Grevtsov Publisher, Minsk, 2008).

Сведения об авторах:

Кунгурова О.Г. - кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента, профессор Костанайского государственного университета им. А. Байтурсынова, ул. Байтурсынова, 47, Костанай, Казахстан.

Дарбеков А.В. – магистрант специальности 6М050400. - Журналистика КГУ имени А. Байтурсынова, 110000, ул. Байтурсынова, 47, Костанай, Казахстан.

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

Darbekov A.V. - Postgraduate student of specialty 6M050400 - Journalism at KGU after A. Baytursynov, A. 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 мақала жариялаушы автор мақаланың қол қойылған 1 баспа нұсқасын Ғылыми басылымдар бөліміне (редакцияға, мекенжайы: 010008, Қазақстан Республикасы, Астана қаласы, Қ. Сәтпаев көшесі, 2, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Бас ғимарат, 408 кабинет) және **vest_journalism@enu.kz** электрондық поштасына Word форматындағы нұсқасын жіберуі қажет. Мақала мәтінінің қағаз нұсқасы мен электронды нұсқалары бірдей болулары қажет.

Мақалалар қазақ, орыс, ағылшын тілдерінде қабылданады.

3. Автордың қолжазбаны редакцияға жіберуі мақаланы Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысына басуға келісімі мен шетел тіліне аударылып қайта басылуына келісімін білдіреді. Автор мақаланы редакцияға жіберу арқылы мәліметтің дұрыстығына, мақала көшірілмегендігіне (плагиаттың жоқтығына) және басқа да заңсыз көшірмелердің жоқтығына кепілдеме береді.

4. Мақаланың көлемі: 8 беттен кем болмауы (16 беттен аспауы) керек.

5. Мақаланың құрылымы: (қағаз беті - А4, кітап сұлбасында, барлық беттеу жолы – 20 мм. Шрифт: Times New Roman - нұсқасында, әріптің көлемі (кегль) - 14);

6. XFTAP <http://grnti.ru/> - бірінші жолдың сол жақтауына жазылады;

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

Мекеменің толық атауы, қаласы, мемлекеті (егер авторлар әртүрлі мекемеде жұмыс жасайтын болса, онда әр автор мен жұмыс мекемесі қасына бірдей белгі қойылады);

Автор(лар)дың E-mail-ы – жақша ішінде, жол ортасында курсивпен жазылады;

Мақала атауы – жолдың ортасында, жартылай қою кіші әріппен жазылады;

Аңдатпа - 100-200 сөз; формуласыз, мақаланың атауын мейлінше қайталамауы және әдебиетке сілтемелер болмауы қажет; мақаланың құрылысын (кіріспесі, мақаланың мақсат/міндеттері, қарастырылған сұрақтың тарихы/ зерттеу әдістері, нәтижелері/ талқылаулары, қорытындысы) сақтай отырып, мақаланың қысқаша мазмұны беріледі.

Түйін сөздер (6-8 сөз немесе сөз тіркесі) - Түйін сөздер мақала мазмұнын көрсетіп, мейлінше мақала атауы мен аннотациядағы сөздерді қайталамай, мақала мазмұнындағы жиі кездесетін сөздерді қолдану қажет. Сонымен қатар, ақпараттық-іздістіру жүйелерінде мақаланы жеңіл табуға мүмкіндік беретін ғылым салаларының терминдерін қолдану қажет.

Негізгі мәтін мақаланың мақсат/ міндеттері, қарастырылған тақырыптың тарихы, зерттеу әдістері, нәтижелер/талқылау, қорытынды бөлімдерін қамтуы қажет. Жоларалық интервал - 1, азат жол - 1,25см, беттеу жолағы – еніне сай жасалады.

Таблица, суреттер – аталғаннан кейін орналастырылады. Әр таблица, сурет қасында оның аталуы болу қажет. Сурет айқын әрі сканерден өтпеген болуы керек.

Мақаладағы формулалар тек мәтінде оларға сілтеме берілсе ғана нөмірленеді.

Жалпы қолданыста бар аббревиатуралар мен қысқартулардан басқалары алғаш қолданылса міндетті түрде түсініктеме берілуі қажет.

Қаржылай көмек туралы ақпарат бірінші бетте көрсетіледі.

Әдебиеттерге сілтеме. Мәтінде әдебиетке жасалған сілтеме тікжақшаға алынады. Әдебиет сілтемелері мәтіндегі қолданылуына қатысты нөмірленіп, қолданыс ретіне байланысты алғашқы сілтеме [1, 253 б.] арқылы, екінші сілтеме [2, 182 б.] арқылы т.с.с. жүргізіледі.

Әдебиеттер тізімінде кітаптың жалпы бет көлемі көрсетіледі.

Жарияланбаған еңбектерге сілтеме жасалмайды. Сонымен қатар, рецензиядан өткізілмейтін басылымдарға да сілтемелер жасалмайды (әдебиеттер тізіміндегі **транслит пен ағылшын аударманы** беру үлгісін **buljourn.enu.kz** сайтындағы рәсімдеу үлгісінен қараңыз).

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

Авторлар туралы мәлімет: автордың аты-жөні, ғылыми атағы, қызметі, жұмыс орны, жұмыс орнының мекенжайы, телефоны, e-mail-ы қазақ, орыс және ағылшын тілдерінде толтырылады.

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

7. Электронды корректурамен жұмыс. Редакцияға тіркелген мақала жабық (анонимді) тексеруге жіберіледі. Барлық рецензиялар авторға танысуына жіберіледі. Автор (рецензент мақаланы түзетуге ұсыныс берген жағдайда) үш күн аралығында қайта қарап, қолжазбаның түзетілген нұсқасын редакцияға қайта жолдауы керек. Мақаланың түзетілген нұсқасы мен автордың рецензентке жауабы редакцияға жіберіледі.

Рецензент жарамсыз деп таныған мақала қайтара қарастырылмайды.

8. Төлемақы. Басылымға рұқсат етілген мақала авторларына төлем жасау туралы ескертіледі. Төлем көлемі 2018 жылға ЕҰҰ қызметкерлері үшін 4500 теңге және басқа ұйым қызметкерлеріне 5500 теңге болып белгіленді.

Рекзивизиттер:

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

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 an article in a journal must submit the article in hard copy (printed version) in one copy, signed by the author to the scientific publication office (at the address: 010008, Republic of Kazakhstan, Astana, Satpayev St., 2. L.N. Gumilyov Eurasian National University, Main Building, room 408) and by e-mail **vest_journalism@enu.kz** in Word format. At the same time, the correspondence between Word-version and the hard copy must be strictly maintained.

Language of publications: Kazakh, Russian, English.

3. Submission of articles to the scientific publication office means the authors' consent to the right of the Publisher, L.N. Gumilyov Eurasian National University, to publish articles in the journal and the re-publication of it in any foreign language. Submitting the text of the work for publication in the journal, the author guarantees the correctness of all information about himself, the lack of plagiarism and other forms of improper borrowing in the article, the proper formulation of all borrowings of text, tables, diagrams, illustrations.

4. **The volume of the article** should not exceed 18 pages (from 6 pages).

5. **Structure of the article** (page – A4 format, portrait orientation, page margins on all sides - 20 mm. Font: type - Times New Roman, font size - 14)

GRNTI <http://grnti.ru/> - first line, left

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

Full name of the organization, 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) - center alignment, italics

Author's e-mail (s)- in brackets, italics

Article title - center alignment, bold

Abstract (100-200 words, it should not contain a formula, the article title should not repeat in the content, it should not contain bibliographic references, it should reflect the summary of the article, preserving the structure of the article - introduction, problem statement, goals, history, research methods, results /discussion, conclusion).

Key words (6-8 words/word combination. Keywords should reflect the main content of the article, use terms from the article, as well as terms that define the subject area and include other important concepts that make it easier and more convenient to find the article using the information retrieval system).

The main text of the article should contain an introduction, problem statement, goals, history, research methods, results / discussion, conclusion - line spacing - 1, indent of the «red line» -1.25 cm, alignment in width.

Tables, figures should be placed after the mention. Each illustration should be followed by an inscription. Figures should be clear, clean, not scanned.

In the article, only those formulas are numbered, to which the text has references.

All abbreviations, with the exception of those known to be generally known, must be deciphered when first used in the text.

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

References. In the text references are indicated in square brackets. References should be numbered strictly in the order of the mention in the text. The first reference in the text to the literature should have the number [1], the second - [2], 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.]). References to unpublished works are not allowed. Unreasonable references to unreviewed publications (examples of the description of the list of literature, descriptions of the list of literature in English, see below in the sample of article design).

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

Information about authors: surname, name, patronymic, scientific degree, position, place of work, full work address, telephone, e-mail - in Kazakh, Russian and English.

6. The article must be carefully verified. Articles that do not meet technical requirements will be returned for revision. Returning for revision does not mean that the article has been accepted for publication.

7. Work with electronic proofreading. Articles received by the Department of Scientific Publications (editorial office) are sent to anonymous review. All reviews of the article are sent to the author. The authors must send the proof of the article within three days. Articles that receive a negative review for a second review are not accepted. Corrected versions of articles and the author's response to the reviewer are sent to the editorial office. Articles that have positive reviews are submitted to the editorial boards 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 conclusion for publication should make payment on the following requisites (for ENU employees - 4,500 tenge, for outside organizations - 5,500 tenge):

Requisites:

РГП на 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 ВТВ 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_Journalism@enu.kz**. При этом должно быть строго выдержано соответствие между **Word**-файлом и твердой копией.

Язык публикаций: Казахский, русский, английский.

3. Отправление статей в редакцию означает согласие авторов на право Издателя, Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева, издания 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. **Объем статьи** не должен превышать 16 страниц (от 8 страниц).

5. **Схема построения статьи** (страница – А4, книжная ориентация, поля со всех сторон – 20 мм. Шрифт: тип – Times New Roman, размер (кегель) - 14):

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

Инициалы и Фамилию автора(ов)- выравнивание по центру, курсив

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 курсив

Название статьи – выравнивание по центру полужирным шрифтом

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, постановка задачи, цели, история, методы исследования, результаты/обсуждение, заключение/выводы).

Ключевые слова (6-8 слов/словосочетаний).

Ключевые слова должны отражать основное содержание статьи, использовать термины из текста статьи, а также термины, определяющие предметную область и включающие другие важные понятия, позволяющие облегчить и расширить возможности нахождения статьи средствами информационно-поисковой системы).

Основной текст статьи должен содержать введение, постановку задачи, цели, историю, методы исследования, результаты/обсуждение, заключение/выводы – межстрочный интервал – 1, отступ «красной строки» -1,25 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 степен, должность, место работы, полный 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. Все рецензии по статье отправляются автору. Авторам в течение трех дней необходимо отправить корректуру статьи. Статьи, получившие отрицательную рецензию к повторному рассмотрению не принимаются. 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: **Ілияс РЫСБЕКҰЛЫ**

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің
ХАБАРШЫСЫ. Журналистика сериясы.
-2018. - 2 (123). - 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