



XFTAP 19.41.00

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2026-155-2-186-199>

«Жетісу» газетінің тарихи даму кезеңдері және заманауи медиа-кеңістіктегі орны

И. Албатыр*¹ , Ж.Б. Есенбек² , А.К. Жазыбекова³ 

¹ І.Жансүгіров атындағы Жетісу университеті, Талдықорған, Қазақстан

² С.Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан университеті, Өскемен, Қазақстан

³ І.Жансүгіров атындағы Жетісу университеті, Талдықорған, Қазақстан

(E-mail: *¹azamat_520@mail.ru; ²yessenbek.zhumagali@gmail.com; ³aisulu_8023@mail.ru)

Аңдатпа. Бірінші дүниежүзілік соғыстан әбден қалжыраған қазақ даласы алмағайып заманның қанды шеңгелінде қалды. Байлар мен большевиктер қақтығысы жан-жақтан қысып, онсыз да сарсаң болған жұртты босытып жіберуге шақ қалды. Міне дәл осы тұста әр қазақтың саяси сауатын ашып, әлеуметтік көмек көрсететін, күнделікті өмірде болып жатқан ақпаратпен құлақтандыратын қолдау ауадай қажет болды. Осыған орай 1918 жылы Верный қаласында әскери төңкерісшіл комитет құрылып, большевиктердің жаңа идеологиясын арнайы басылым бетінде насихаттауды мықтап қолға алды. Нәтижесінде «Жетісу ісші халық мұхбыры» деп аталатын газет өмірге келіп, бүгінде Жетісу облысы әкімшілігінің органы ретінде қазақ даласына ақпараттық қолдау көрсететін «Жетісу» газетінің тарихи іргетасына айналды. Қарапайым халық арасында үгіт-насихат жүргізудің тамаша құралына айналған және осы миссияны бұлжытпай өз мақсатына жеткізе білген ғасырлық басылымның тарихи орны бөлек. Сондықтан да бұл ғылыми мақаламызда аталған БАҚ-тың өткені мен бүгініне тоқталып, қазақ қоғамындағы орнын айшықтайтын боламыз. Сонымен қатар, ата газеттің саяси сахнадағы беделі мен айшықты қадамдарына зерттеу жасауды жөн санадық.

Түйін сөздер: Жетісу, қазақ, газет, халық, орган, ақпарат, идеология, БАҚ, редактор, большевик.

Кіріспе

Бүгінгі қоғамда жаңа технология қарыштап дамып, ақпарат саласының түр - түрі бұқара мен билік арасын жалғап отыр десек артық айта қоймаспыз. Десе де, сол технологиялық ақпарат құралдары толықтай халық мүддесіне жұмыс істеп отыр дегенге келмейді. Қалай болғанда да интернет желісі дамыған сайын мерзімді баспасөздердің күні өшіп,

Түсті: 03.03.2026; Мақұлданды: 11.05.2026; Онлайн қолжетімді: 30. 06. 2026

газет, журналдар жабылады деген ой қылаң беріп жүргені жасырын емес. Мұндай пікір теледидар пайда болған кезде де айтылып, театрлар жабылады деген еді. Бұл сонау өткен ғасырдың жиыrmасыншы жылдары айтылған әңгіме. Міне, содан бері бір ғасыр уақыт өтсе де театрдың өміршеңдігі жойылған емес және күн өткен сайын жаңғыру үстінде. Осындай кері пікір бүгінгі жаһандану заманында да белең алып отырғанын естіп те, көріп те жүрміз. Бірақ, газет журналдар өз жүрісінен жаңылған жоқ, керісінше рухани құндылығын одан әрі арттырып келеді. Дәл осындай алмағайып кезеңде өзінің тарихын жүз жылдан аса жалғап келе жатқан баспасөздің бірі – Жетісу облыстық «Жетісу» газеті. Осы ретте өткеннің аманатын бүгінгі күнге жалғаған жаңа медианың, яғни жоғарыда аталған басылымның өткені мен бүгініне зерттеу жасағанды жөн көрдік. Бұнда Е. Баранова, И. Аникеева, О. Ширяева, К. Каселлес, А. Шнайдер сияқты белгілі ғалымдардың: «Жаңа медиа мен Ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың дамуы коммуникацияның медиаларының конвергенциясын тудырды, нәтижесінде коммуникация медиалары кеңінен таралған, ауқымды, әр жерде бар, әртүрлі және толықтай сіңіргіш сипатқа ие болды», - деген пікірі ғасырлық басылымның даму үрдісін айшықтай түседі (Baranova, E.A., Anikeeva, I.G., Shiryayeva, O.V., Caselles, C.G., Shneider, A.A. 2022).

Бірінші дүниежүзілік соғыстан кейін көпшілдер партиясы халыққа әскери жарлықтар мен партияның негізгі бағыттарын насихаттау барысында газет шығаруды қолға алады. Сол кезде Алматы облысында «Жетісу ісші халық мұхбыры» деген атаумен 1918 жылы 21 маусымда газеттің алғашқы санын жарыққа шығарады. Газеттің атауын халық деп алғанымен алғашында еңбекшіл топтың тіршілігі емес, негізінен әскери және партияның жұмысымен ақпараттандырып отырады. Ол тұста халықтың да сауаттылығы аз, жалпы бұқараға сауаты бар адамдар газеттегі жарғыларды оқып, елдің санасына идеологиялық жұмыстарды жүргізіп отырды. Газет өзбек, қырғыз, қазақ тілдерінде жарық көрді. Кейін газет бағыты жұмысшылардың еңбегін жариялауға қарай бұрылды. Өйткені газеттің атауын қазақшаға тәржімалағанда «Жетісу жұмысшыларының хабаршысы» деген мағынаны білдірген соң, теңдік пен халықтың көзін ашудағы түрлі ұрандар жарияланды. Газет көне араб графикасымен берілгендіктен күллі түркі халқына түсінікті болды. «Қазақша тәржімалағанда «Жетісу жұмысшыларының хабаршысы» деген мағына беретін Алматы облысының тұңғыш газеті шын мәнінде еңбекшілердің құқығын қорғады. Мұсылман халықтарының жаңадан құрылған бюросы мен әскери комитеттің халық игілігі үшін жасаған жұмыстары газет бетінде жарық көріп отырды. Біз қазіргі «Жетісу» газетінің алғашқы санынан сол кездегі қоғамның келбетін анық байқай аламыз. Мазмұны тек жарғылардан құралса да, газет сөздерінен азамат соғысы мен тап тартысының иісі аңқып тұрады. Сонымен бірге, халықты еңбек етуге, теңдікке шақыратын ұран сөздер аракідік кездесіп қалады. Көне араб графикасында басылған газет түркі халықтарына ортақ әрі түсінікті тілде жазылды. Ұран сөз түгел езілген жұртты оянуға, байлар мен қанаушы топты қудалауға, азамат соғысына бір кісідей ат салысуға бағытталды» (Тұнғатар, Қ. 2018).

Газеттің алғашқы санында «Жер-су комитетін құру туралы міндеттер» деген мақала басылды. Бұл тұста «Жер-халықтікі» деген ұрантасталып, көпшілдер партиясы халықтың қолдаушысы екенін анық жариялады. Дәл сол тұста «ақтар» мен «қызылдардың» текетіресінде газеттің атқарған жұмысы орасан зор. Нақты айтар болсақ, қарулы соғыспен қатар, ақпараттық майдан да қатар жүрді. Дәл сол кезде бүгінгі «Жетісу»

газетінің алғашқы редакторы болып Сабыржан Шәкіржан тағайындалды. Сабыржаннан бөлек газет басшылығында С. Ғаббасов есімді белгілі қаламгер жүрді. Дәл осы ақ пен қызылдың арасындағы қырғында жүріп, білікті қаламгерлер газеттің 41 данасын жарыққа шығарып үлгерді. «Қоғамдық маңызы бар мәселелерді ашық талқылау, билік құрылымдарының әрекеттеріне сын көзбен қарау және халықты шынайы ақпаратпен қамтамасыз ету журналистік айғақтаманың (журналистік зерттеу) негізгі миссиясына айналған. Аталған бағыту ақыт өткен сайын демократиялық қоғамның ажырамас бөлігіне айналып келеді. Ол жасырын құқық бұзушылықтарды, жүйелі сыбайлас жемқорлықты әшкерелеуде және азаматтардың саналы шешім қабылдауына ықпал ететін пәрменді құрал ретінде қалыптасты. Осындай әлеуметтік маңызы зор материалдарды дайындау үдерісі жеңіл еңбек емес. Айғақтама репортерлері бір тақырып төңірегінде зерттеу жүргізіп, мәліметтерді қолмен жинап, сұрыптап, талдауға апталап, кейде айлар бойы уақыт жұмсайды. Олар шындықтың бетпердесін ашу үшін табандылықпен еңбек етіп, әрбір дерек пен куәлікті мұқият тексереді» (Атай, Ш.А., Владимирова, М.Б., Есенбек, Ж.Б. 2025).

Кейін бұл газеттің атауы өзгеріп, «Көмек» деген атпен өз жалғасын тапты. Мұнда да «Жасасын, кедейлер өкіметі! Жасасын, бейнетшіл халық!» деген ұрандар басым болды. Осы тұста айта кететін тағы бір нәрсе, «Көмек» сөзінің астында «саяси және қоғамдық мұсылман-түрік бұқараларының газеті» деген сөйлем бар. Бұл – газеттің бағыты мен бағдарын айқындайтын көрсеткіш. Бүгінде осы бір ұранды сөздің түп негізіне үңілсек, сол кездегі қазақ қаламгерлерінің жүрек түбінде алашшыл идеяның жатқандығын байқауға болады. Қызыл империяның жаңадан күш алып келе жатқан тұсында да қазақтың ұлттық арманын сөз арасына сыналап тығып отырғанын айқын аңғарамыз. Әрине, айдар тағып, айғайлап айтпағанымен халықтың санасына Алаш бағытын көрсетті. Бірақ көбіне социализмді кең көлемде насихаттап, Алашорда үкіметін сынап отырған. Ондағы мақсат – қандық дәуірді ескінің қалдығы, жаңа көзқарас еңбекшілер кезеңінде дегендей сыңай танытады. Сол кездегі газеттің соңғы бетінде бас редактордың есімімен қатар «Алматыдағы «Жолдас» пошта телеграф киоскісінде хатталды» деген сөз жазылып, басылымның қайда шығатыны жайлы мекен жайы көрсетіледі. Сонымен қатар газет аптасына екі рет жарыққа шығып тұрған. Демек, медиа журналистиканың ақырындап кең көлемде етек жая бастағанын, ауқымының күн санап арата түсетіндігін төмендегі ғалымдар пікірі тіптен айқындай түседі: «Әлеуметтік медиа журналистиканың үлгілеріне ықпал етіп, азаматтардың соңғы жаңалықтардан хабардар болу үшін әлеуметтік медиа платформаларына тәуелділігін арттырды» (Akram, M., Nasar, A., Arshad-Ayaz, A. 2022).

Материалдар мен әдістер

Бұл зерттеу еңбегімізде 100 жылдан астам тарихы бар «Жетісу» қоғамдық-саяси газетінің жаһандану үдерісіндегі орны мен беделіне кешенді зерттеу жүргізілді. Ғасырлық басылымның қазақ қоғамындағы қалыптасу тарихына талдау жасалып, оның құрылуы мен даму кезеңдері, қараша қауымның ертеңі үшін атқарған өлшеусіз қызметі мен ұстанымы сараланды. Сондай-ақ, отандық және шетелдік ғалымдардың ғылыми еңбектері, мерзімді баспасөз тарихына қатысты теориялық тұжырымдары қарастырылды.

Зерттеудің негізгі мақсаты мен міндеттеріне сәйкес «Жетісу» газетінің өткені мен бүгініне терең талдау жүргізіліп, оның қоғам алдындағы рөлі мен беделі айқындалды. Ғылыми жұмыста тарихи және салыстырмалы зерттеу әдісі қолданылды. Әуелі, тарихи

зерттеу әдісі арқылы «Жетісу»-дың қалыптасуы мен даму эволюциясы, әр кезеңдегі қоғамдық-саяси үдерістермен байланысы зерделенді. Ал салыстырмалы зерттеу әдісі негізінде басылымның әр тарихи кезеңдегі қызметі, мазмұндық ерекшелігі мен қазіргі цифрлық медиакеңістіктегі қызметі өзара салыстырылып талданды.

Бұдан бөлек, зерттеу барысында контент-талдау, жүйелеу, жинақтау және ғылыми әдебиеттерді сараптау тәсілдері де пайдаланылды. Бұл әдістер газеттің дәстүрлі және заманауи ақпараттық кеңістіктегі орны мен маңызын жан-жақты бағалауға мүмкіндік берді. Ғылыми жұмысымызды тереңдете зерттеу үшін бұл қадамның жоғары жауапкершілік пен жүйелі ізденісті қажет ететінін ескере отырып, зерттеу бағыты нақты айқындалды. Осы тұста «Жетісу» газетінде сүбелі еңбек еткен І. Жансүгірұлы, Ж. Жәмеңке, Қ. Андас, Қ. Тұнғатар сондай-ақ отандық және шетелдік зерттеуші ғалымдар М. Владимирова, Ж. Есенбек, Ш. Атай, Е. Baranova, I. Anikeeva, O. Shiryayeva, C. Caselles, A. Shneider, M. Akram, A. Nasar, A. Arshad-Ayaz, A. Azeez, O. Akerele, A. Adeniyi, R. Ibrahim, B. Shelley, P. Christian, B. Michael, B. Feijoo, Ch. Sádaba сияқты тұлғалардың жазбалары назарға алынып, зерттеу еңбегімізге арқау еттік.

Нәтижелер

Ғылыми мақаламыздың осы бір бөлігінде газеттің бүгінгі мен кешегісін салыстыра кетейік. «Жетісу» газеті бүгінгі күнге дейін түрлі өзгерістерге ұшырады. Оның алғашқы атауы «Жетісу ісші халық мұхбыры» болса, әр жылдарда басқа есімдермен ауыстырылып отырды. Өткен ғасырда аптасына екі рет басылса, бүгінгі «Жетісу» газеті аптасына үш рет жарық көреді. Сонымен қатар айдарларында да ұқсастық бар. Яғни сол тұста «Телеграф хабарлары» деген айдарында ел ішіндегі жаңалықтармен қатар, шет елдегі ақпараттарды да газет бетіне көрсетіп отырған. Дәл осындай бағыт бүгінгі «Жетісу» газетінде де желісі үзілмей «Республика», «Облыста», «Ауданда» деген айдарлармен жаңалықтар мен хабарларды оқырманға таратып отыр. Бүгінде «Жетісу» газеті облыс көлемінде таратылып отырса, сол кезде Өзбек, Қырғыз елдеріне де таратылған. Ең үлкен айырмашылық осы. Біз облыстық, республикалық деп атап, таралым шекарасын белгілеп отырмыз. Ал сол заманда «Жетісу» газеті бүгінгі көзқараспен есептегенде халықаралық деңгейде жол тартты деуге келеді. 1920 жылы газеттің атауы «Ұшқын» болып өзгереді. Д.Фурмановтың тікелей араласуымен басылған газет бетінде Жетісу өлкесінің ауыл шаруашылығы мен өндірісі басты тақырыпқа айналды. Соғыстан кейінгі халықтың еңбегімен қатар ауыл шарушылығының қарқынын үдету мақсатында газеттің алғашқы беттерін осы салаға бұрады. Бұл үрдіс бүгінгі күнде де жалғасын тауып отыр. Өйткені Жетісу өлкесі аграрлы аймақ болғасын, «Жетісу» газеті өз оқырмандарына облыстағы ауыл шаруашылығы жаңалықтары мен мемлекеттен қолдау тауып отырған шаруалар мен қожалық иелерінің жаңалығын қалт жіберген емес. Ғылыми мақаланың басында газеттің атаулары өзгеріп отырды деп атап өттік. Сол айтқанымыздай «Көмек» атауы 1921 жылы «Кедей еркі» деп ауысты. Дәл осы тұста газеттің ішіндегі хабарлардың да желісі өзгерді. Алғашқыдағыдай емес, мұнда ішкі хабарлар мен сыртқы жаңалықтарға басымдық берілді. Ішкіде Жетісу жерінің жаңалықтары көрсетілді. Бұл кезеңде газетте жаңаша көзқарас пайда болды. Әсіресе таза қазақ тілінде басылып, жұмысшы тап, ашаршылықтан жапа шеккен халық, ел ішіндегі бірлік пен береке, мамыр мерекесінің бастау алған уақытын айшықтап жазады. Бұған дейінгі кезеңдерде газеттің таралымы 1000 данадан аспаса, осы кезде 1600 данаға жетеді. Демек бұл нәтиже

қарапайым халыққа түсінікті ақпарат жеткізудің сол кездің өзінде-ақ коммуникациялық медианың қажеттілігін айқындап берді. Оны қай заманда болсын рөлі басым екенін көрсетеді. «Жаңа медиа мен Ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың дамуы коммуникацияның медиаларының конвергенциясын тудырды, нәтижесінде коммуникация медиалары кеңінен таралған, ауқымды, әр жерде бар, әртүрлі және толықтай сіңіргіш сипатқа ие болды» (Azeez, A.L., Akerele, O.E., Adeniyi, A., Ibrahim, R. 2025). Енді жоғарыда айтылып, тілге тиек етілген медиалық басымдылықты дәл бүгінгі күнмен салыстырып көрейік. Жаңа ғасырдағы газет басшылығы да ақпараттық технологияны меңгеріп, конвергенция талаптарын толық орындауда. Бүгінгі жаһандану процессінде медиаконвергенция өңірлік басылымдардың қызметін жаңғыртудың негізгі факторына айналды. Ол – дәстүрлі баспасөз, интернет-журналистика, әлеуметтік желі, фото, аудио және бейне контенттердің бір ақпараттық алаңда тоғысуын білдіреді. Аталған жаһандық үрдіс Жетісу облыстық «Жетісу» газетінің күнделікті қарбаластыққа толы қызметінен де көрініс тапқан. Олай дейтініміз, ғасырлық басылым өзінің дәстүрлі баспа нұсқасымен қатар ресми веб-сайты арқылы күнделікті жаңалықтарды жедел жариялап, әлеуметтік желілердегі парақшалары арқылы аудиториямен үздіксіз және тығыз байланыс орната білген. Бұрынғы жылдары жаңалықтар араға күн салып тек газет бетінде ғана ұсынылса, қазір дайындалған әрбір материал бірнеше платформада оқырман қауымға жол тартады. Нақтылар болсақ, газетте жарияланған әр мақала сайтқа орналастырылып, материалдың қысқаша нұсқасы Facebook, Instagram және басқа да әлеуметтік желі арқылы өз аудиториясын табады. Бұл жаһандық жетістік ақпараттың таралу жылдамдығын арттырып қана қоймай, оқырман санының артуына мол үлесін қосады.

Қоғамдық үрдісті меңгерген «Жетісу» газетінде медиаконвергенция элементтері яғни фотогалереялар, бейнематериалдар және мультимедиялық контент түрлері жаппай қолданылуда. Бұл қадам облыстағы түйкіл мәселелерді зерттеп, нәтижелі жұмысты көбейтуге, кезек күттірмейтін маңызды оқиғаларды жариялауда тың серпіліс берді. Нәтижесінде, ақпараттың қабылдануы жеңілдетіп, оқырманның сенімі күшейіп, қызығушылығы артқан. Аталған басылымдағы бұл үрдіс дәстүрлі журналистика қағидаларын сақтай отырып, цифрлық платформалардың бар мүмкіндігін тиімді пайдаланып, елге қызмет етудің заманауи жолымен ерекшеленеді. Бұл «Жетісу»-дың өңірлік ақпарат кеңістігіндегі бәсекеге қабілеттілігін арттырып қана қоймай, өз аудиториясын кеңейтуге, ақпарат таратудың озық модельдерін меңгеруге мол мүмкіндік туғызуда. Мәселен, «Жетісу» газеті жұмысшылардың яғни еңбек адамын көбірек насихаттайды. Сонымен қатар республикадағы халық достығын назардан тыс қалдырған емес. Әсіресе Ассамблея құрылғаннан бері бүгінгі күнге дейін оның жұмысы мен достығын паш етіп келеді. Өткен жыл «Жұмысшы мамандықтар жылы» деген атау болды. Осы тұста, «Жетісу» газеті дәл осы айдармен басылымның әр санында мақала жариялап отырды. Ал таралымға келсек алғашқы күнде 1000 дана болған газет Тәуелсіздік алған кезеңнен бастап, таралым 55000 данаға дейін жетті. Ия, интернет басылымдар дамыған сайын газеттің таралымы төмендеп келеді. Бұл жасырын емес, дәл қазіргі уақытта 5584 данамен жарыққа шығып отыр. 1922 жылы газет «Тілші» деген атауға өзгерді. Осы кезеңде қазақ журналистикасында алғашқы болып газеттің бас редакторы әйел адам Сара Есова тағайындалады. 2018 жылы «Жетісу» газеті өзінің 100 жылдық мерейтойын атап өтті. Сол кезде газеттің талантты журналисі Қуаныш

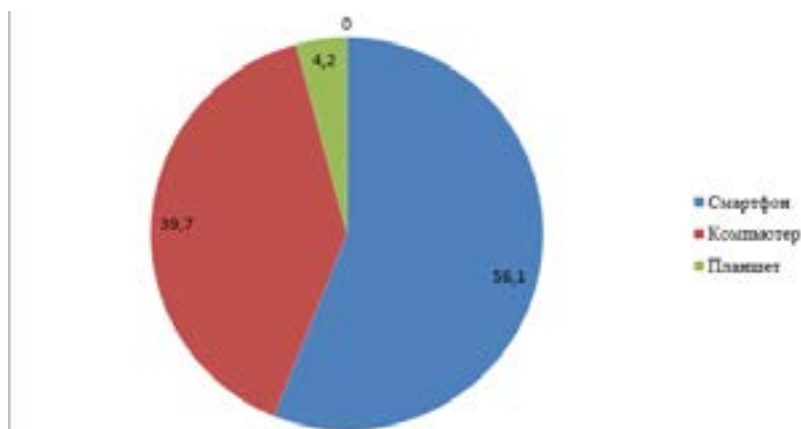
Тұңғатардың мерейтойға арнаған мақаласы жарық көрді. Онда ол газеттің толық тарихына тоқталып, бастан өткерген кезеңдері мен қызмет атқарған журналистерді де мақаласына арқау етіпті. Осы тұста сол мақалада көрсетілген бір сөйлемді белгілей кетейік: «Сара Есованың редакторлығымен жарыққа шығады. Газетте бұдан бөлек, белгілі ақын-жазушылар мен қоғам қайраткерлерінен А. Розыбақиев, Қалыбек Сармолдаев, Жұбаныш Бәрібаев, Ыдырыс Көшкінов, Исмаил Тайыров және Мағазы Масанчи бастаған журналистердің жазбалары басылды», - дейді. Есімдері көрсетілген журналистер Қазақ қоғамында, ақпарат айдынында үлкен өзгеріс әкеген тұлғалар. Өз тарихында атауын сан өзгерткен «Жетісудың» бүгінгі күнде облыстық деңгейдегі таралымы еліміздің бас газеті «Егемен Қазақстаннан» кейінгі беделді БАҚ-тың бірі және бірегейі. Осы орайда 110 жылға жуық тарихы тереңде жатқан қазақ баспасөзінің алаштың арда азаматы, құлагер ақын І. Жансүгірұлының тікелей байланысы бар екендігін айта кеткен орынды. Қазақ журналисткасында ең алғаш рет Мәскеуде «Кереге» газеті жайлы көзқарас» атты дипломдық жұмыс қорғаған Ілиястың 1922 жылы «Тілші»-де алғашқы туындысы жарияланады. Патша үкіметінің қаһарлы тегеуріні астында мұндай мақала жазу және оны жариялау екінің бірінің қолынан келмесі анық. «Қанына тартпағанның қары сынсын» атты мақаласында Жансүгірұлы: «Ағайын бір өледі, бір тіріледі» дегендей, осындай қиындықта отырған ағайындарға жәрдем қолдарыңды созатын уақыт жетті. Тапқан-таянғандарыңды ортаға салатын уақыт осы. Аш бауырларының қолқасы сендердің мойындарыңа көп, Алашты үлеспеген еншісі үлесетін уақыты да осы уақыт. Аштарды «Қайыршы» деп түсіну қате. Оларға беретіндерің малдарыңның маңдай алды болуға тиіс. Тиын-сыйынмен аштарды қанағаттандыра алмайсыңдар. Елшілік қылу керек. Байлар малын, әскерлер күшін аштарға жұмсайтын уақыты. Қалам қайраткерлері де тынбай газет-журналдар арқылы қалың жұртқа үгіт-насихат таратуы керек», - деп елі үшін жеткізе қалам тербеген ол 1912-1914 жылдардағы Арқа төсінде болған ашаршылық апатының жай-күйін, оған жетісулық ағайынның қолдау көрсетіп, қалай көмектескенін үлгі етеді (І. Жансүгірұлы. 1922). Сондай-ақ, аталған мақалада 1917-1918 жылдардағы Жетісу мен Сырдариядағы ашаршылықтағы қазақ басындағы тағдырдың қасіреті жан-жақты суреттеледі. Міне осындай жағдайда Арқадағы ағайынның тырп етпей жатқанын сынға алып, барша қазақ жұртын ынтымаққа, береке-бірлікке шақырып, қандасын қолтығынан демеп, бауыр болуға үндейді. Алаш қайраткерінің осы тұсын жете зерттеген белгілі журналист Қ. Андас «Қазақ журналистикасының жампозы» атты еңбегінде: «Ілиястай дананың болаттай берік, сүттей аппақ, судай мөлдір ойлармен қанаттанған «Жетісу» – ел тарихында, оның өсіп, өркендеуінде ерекше орны бар газетке айналды. Халқының қасіреті мен қуанышын ешкімнен қорықпай, тартынбай жариялап, не көрседе елімен көретін халықтық басылым болып келеді. Өйткені бұл басылымға Ілияс Жансүгіров бастаған журналистік дайындығы бар, халық арасында берері зор, елі үшін еміренген перзенттері еңбек етіп, оның шын мәнінде уақыт, заман, қоғам талаптарынан шығуына аса мән беріп отырды. Тіпті, ол ешқашан басқа басылымдар тәрізді әлжуаздық танытып, мазмұнымен жұртты өкіндіріп көрген жоқ. Тіпті, кешегі Желтоқсан ұлт-азаттық қозғалысы қайраткерлері Қайрат Рысқұлбековтерді соттап, өлім жазасына кескенде олардың бұл шешімге «түкіре қараған» қайсар тұрысын бейнелеген суреттерді де кезекті санында «Жетісу» жариялап, «Айды аспанға шығарғаны» бар», - деп айшықтап жазуы зерттеп отырған тақырыбымыздың құнды екенін айғақтай түседі (Андас, Қ., Андас, М. 2019).

Талдау

Бүгінде Жетісу облыстық қоғамдық саяси, әлеуметтік-экономикалық «Jetisy» газеті аптасына үш рет: сейсенбі, бейсенбі, сенбі күндері шығып келеді.

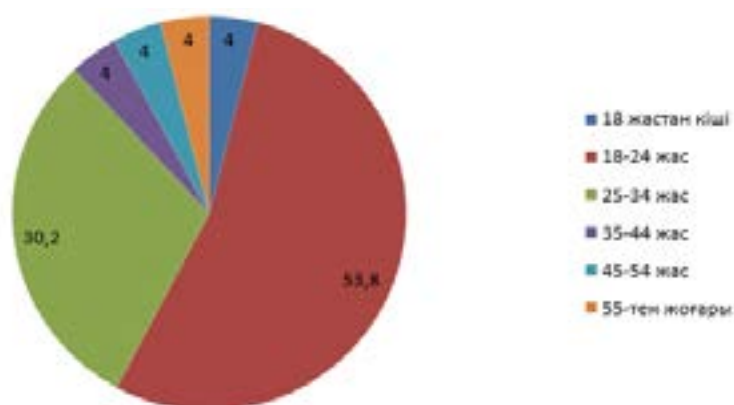
- 2012 жылы журналистика саласындағы «Алтын жұлдыз» сыйлығының иегері;
- 2015 жылы ҚР Президентінің БАҚ саласындағы «Алғыс» марапаты;
- 2018 жылы «Үркер» сыйлығының «Үздік аймақтық басылым» номинациясының жеңімпазы;
- 2023 жылы «Үркер» сыйлығының «Үздік өңірлік БАҚ» номинанты атанды.

Аталған газет тек дәстүрлі түрде қарапайым халықпен қауышпайды. «7-su.kz» желілік басылымы ҚР Ақпарат және коммуникация министрлігі Ақпарат комитетіне 2023 жылғы 13 ақпанда тіркелген. Қазақстандық рейтинг бойынша интернет-статистика қызметі – 1184 сайттың ішінде 106 орында өз қызметін қарқынды жалғастырып келеді. Медиа саласында еңбек еткен Б. Шелли, Х. Кристиан және Б. Майклдың зерттеуінше, Facebook 2012 жылдан бері ең танымал әлеуметтік желі болып келеді, ал Instagram сияқты басқа платформалардың қолданылу деңгейі айтарлықтай артты (Shelley, B., Christian, P.H., Michael, B. 2025). Бүгінгі таңдағы Жетісу облыстық «Жетісу» қоғамдық-саяси газетінің қызметін өңірлік медианың цифрлық трансформациясы тұрғысынан халықаралық тәжірибемен салыстыра талдау оның заманауи медиа кеңістіктегі орны мен даму бағыттарын айқындауда мол және тың мүмкіндік береді. Қазіргі әлемдік тәжірибеде өңірлік басылымның басым бөлігі дәстүрлі баспа форматынан мультимедиялық және цифрлық платформаларға ауысуды жаппай қолға алуда. Мысалға, АҚШ, Ұлыбритания және Германияның өңірлік газеттері веб-сайттармен қатар әлеуметтік желілерді, мобильді қосымшаларды, подкасттар мен бейнематериалдарды кеңінен пайдаланып, өз аудиториямен интерактивті байланыс орнатуды басты мақсат еткен. Біз зерттеп отырған Жетісудың бас басылымы да аталған үрдістен шет қалмай, өзінің ресми веб-сайты мен әлеуметтік желідегі парақшалары арқылы заманауи ақпарат таратудың көлемін арттыруда. Нәтижесінде аталмыш газет бетіндегі әр жарияланған материалдың цифрлық нұсқасын жариялау, жедел жаңалықтар легін ұсыну сондай-ақ оқырманмен кері байланыс орнату бағытында қуанарлық жетістікке жеткен. Бірақ, әлемдік тәжірибемен салыстырғанда өңірлік медианың цифрлық мүмкіндіктерін толық пайдалану деңгейі әлі де жетілдіруді толықтай қажет етеді. Мысалы, Ұлыбританиядағы өңірлік басылымдар деректер журналистикасын, мультимедиялық сторителлингті және аудиториялық аналитиканы белсенді түрде өз қажетіне жаратады. АҚШ-тың жергілікті газеттері жазылым жүйесі мен цифрлық контентті монетизациялау тетіктерін толыққанды меңгеріп, медиа кеңістігін ауқымды дамыта алған. Ал Финляндия мен Норвегиядағы өңірлік медиалар жасанды интеллект технологиялары арқылы жаңалықты сұрыптап, сараптау, аудиторияны талдау сондай-ақ контентті жекелендіру мақсатын толықтай пайдалана бастаған. Ал біздің зерттеуіміздің негізгі нысаны болып отырған «Жетісу» газетінің жалпы қаралымы 105 мыңды құраса, инстаграмда – 15,7 оқырман, Facebook – 7,2 оқырман, YouTube каналында 1258 оқырманы бар. Төменде ата газеттің сайтына кірудің отандық және әлемдік жағрафиялық көрсеткіші мен оқырмандарының жас ерекшелігін көрсеткенді жөн көрдік. Бұл зерттеуімізді белгілі медиа ғалым Б. Фейжу және Ч. Садабаның: «Қазіргі кезде мобильді құрылғылар мен смартфондар интернетті шолудың негізгі құралы болып саналады», - деген пікірі тіптен айшықтайды (Feijoo, B., Sádaba, Ch. 2022).



1-диаграмма. Облыстық «Жетісу» газетінің сайтқа кіру құрылғыларының түрлері

1-диаграмма нәтижесі бойынша Жетісу облыстық «Жетісу» газетінің сайтына кірушілердің басым бөлігі смартфонды қолданатындығына ықпалдайды. Олардың мұндағы үлесі 56,1 пайызды құрап отыр. Бұл көрсеткіш аталған басылым аудиториясының мобильді құрылғыны ақпарат тұтынудың негізгі құралы ретінде пайдаланатындығынан дерек береді. Ал компьютер арқылы «Жетісу» сайтына кіретіндер адамдар 39,7 пайызды құраса, планшетпен сайтқа кірушілердің үлесі 5 пайызға да жетпейтінін көруге болады. Зерттеу қорытындысына негізделсек, Жетісу облысы бас газетінің интернет-аудиториясы әсіресе смартфонды пайдаланатыны анықталды.

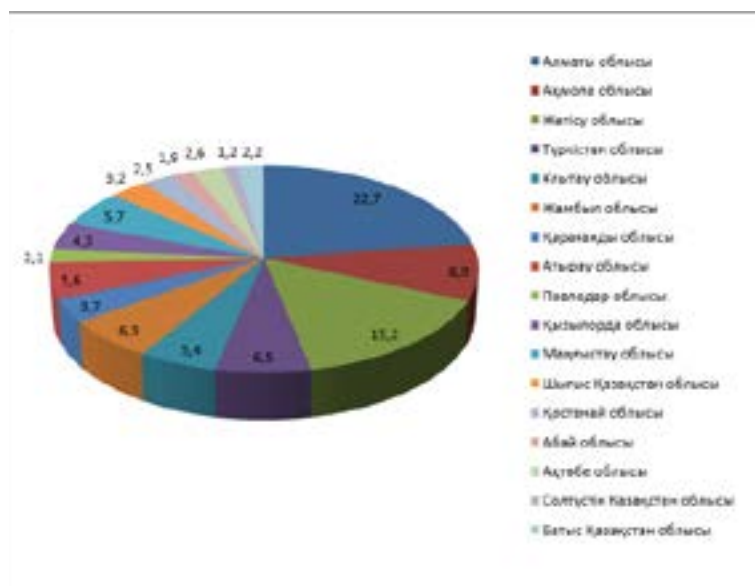


2-диаграмма. Облыстық «Жетісу» газеті қолданушылардың жас ерекшелігі

2-диаграммадан байқағанымыз 18-24 жас аралығындағы оқырмандар «Жетісу» газетінің негізгі аудиториясы. 53,8 пайыздық үлес бойынша олар бірінші орынды иеленген. 30,2 пайыз бойынша 25-34 жас аралығындағы сайтты пайдаланушылар екінші орында тұр. Бұл санаттағы оқырмандар да жастар аудиториясын толықтырып, сайтты қолданушылардың басым бөлігін қалыптастырған. Ал -18, 35-44, 45-54 және 55 жасан жоғары сайт қолданушылардың әрқайсысының үлесі 4 пайызды құрайды.

Зерттеу нәтижесіне сәйкес, «Жетісу» газетінің интернет-аудиториясы негізінен жастардың цифрлық сауаттылығы жоғары екендігін аңғартады. Олар ақпараттық ресурстарды белсенді пайдаланып, өңірлік БАҚ-қа бей-жай қарамайтындығын

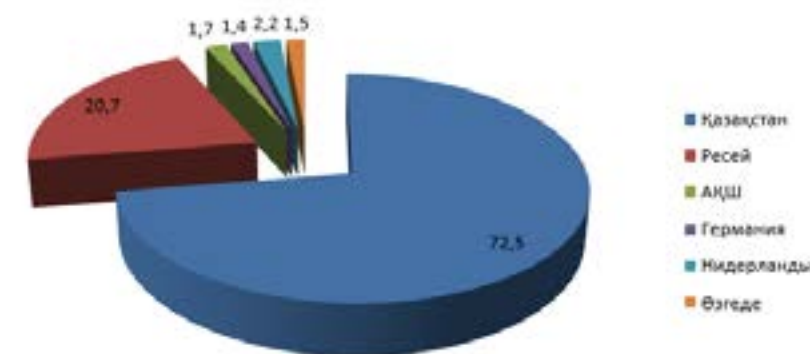
байқаймыз. Өкінішке қарай, орта және егде жастағы оқырмандар үлесінің салыстырмалы түрде төмен екендігін байқау қиын емес.



3-диаграмма. Облыстық «Жетісу» газетінің Қазақстан бойынша жағрафиялық көрсеткіші

3-диаграмма көрсеткендей Алматы облысы облыстық «Жетісу» газетінің оқырмандары мен таралымы жағынан ең жоғары үлесті иемденген. 22,7 пайыздық көрсеткіш негізгі оқырмандар аудиториясының аталған өңірде орналасқанынан дерек береді. Ал екінші орынды 15,2 пайызбен Жетісу облысы иемденсе, үшінші орынға 8,9 пайызбен Ақмола облысы тұрақтаған. Аталған

үштіктен кейін Түркістан облысы – 6,5, Жамбыл облысы – 6,3, Атырау облысы – 5,6, Ұлытау облысы – 5,4, Маңғыстау облысы – 5,7 пайыздық көрсеткішпен оқырмандар санының алдыңғы қатардағы үлесін ұстайды. Газет оқырмандарының орташа деңгейін Қызылорда облысы – 4,3, Қарағанды облысы – 3,7, Шығыс Қазақстан облысы – 3,2, Ақтөбе облысы – 2,6, Қостанай облысы – 2,5 пайыздық көрсеткіш бойынша өңірлік үлестерін көрсетеді. Ал «Жетісу» газетінің ең төменгі таралу үлесі Батыс Қазақстан облысында – 2,2, Павлодар облысында – 2,1, Абай облысында – 1,9, Солтүстік Қазақстан облысында – 1,2 пайыздық деңгейде. Демек, «Жетісудың» таралымы Қазақстанның бүкіл аймағын қамтығанымен негізгі аудитория Алматы және Жетісу облысында шоғырланған. Бірақ, өңірлік басылымның аймақтық сипатпен шектелмей, республикалық сұранысқа ие бола алуы қуантады.



4-диаграмма. Облыстық «Жетісу» газетінің әлем бойынша жағрафиялық көрсеткіші

4-диаграммада «Жетісу» газетінің әлем елдері бойынша таралымын анықтадық. Анықталғаны, 72,5 пайыздық көрсеткіш бойынша басылымның негізгі аудито-

риясы Қазақстанда шоғырланған. Бұл «Жетісудың» басты оқырманы елімізде екендігін әрі ұлттық ақпараттық кеңістік орнының маңыздылығын білдіреді. Шетелдік оқырмандар үлесі бойынша 20,7 пайызбен Ресей көш бастаса, АҚШ –

1,7, Нидерланд – 2,2, Германия – 1,4 пайыздық көрсеткіш бойынша қызығушылық танытқан. Бұдан бөлек, зерттеу нәтижесі көрсеткендей, өзге мемлекеттердің жиынтық үлесі 1,5 пайызды құрайды. Түйіндеп келгенде, бұл статистика облыстық «Жетісу» газеті қазақстандық оқырмандар аудиториясымен шектелмей, шетелдегі қандастар сондай-ақ әлемдік оқырмандардың назарында екенін айғақтайды.

Қорытынды

Соңғы кездерде газет өзін өзі ақтамайды, шығыны көп, оның орнын интернет басылымдар алмастырды, сондықтан электронды басылымға ауыстыру керек деген пікірлер жиі айтылады. Рас, дамыған елдерде, әсіресе жаңа технологиясы дамыған мемлекеттерде әлі күнге дейін газеттің шығып отырғандығы және олардың таралымы миллионнан асатыны ақпарат айдынында анық көрсетілген. Осыған байланысты сол замандағы газеттердің басынан өткен ауыр күндер бүгінде қайталанып отырғандай. 1963 жылдан бастап «Жетісу» деген атауды түпкілікті алған гезетте кілең мықты журналистер мен жазушылар қызмет атқарды. Басылымда 1 ҚР Президенті грантының иегері, 1 халықаралық Алаш әдеби сыйлығының лауреаты, 1 Журналистика академигі, 1 халықаралық «Интерньюс» ұйымының Қазақстандағы сарапшысы, 2 ҚР Мәдениет қайраткері, 3 Қазақстан Жазушылар одағының, 16 Қазақстан Журналистер одағының мүшесі, 3 ғылым магистрі еңбек етеді. «Үлкен ұжымның жартысынан астамы – қыздар, оның үстіне шығармашылықтың өз ерекшелігін еске алыңыз. Бұл сөзден сарай салатын, сөз қадір-қасиетін түсінетін орта. Сондықтан да ойланбай айтылған бір ауыз сөз ұнжырғанды жер етуі, әдемі қалжың мен әзілдің көңілді көкке самғатары қас қағымда. Сондықтан болар үлкені ағалық, кішісі інілік танытып, ақсақалының алдынан өтпей, қарындастың көңіліне кірбің ұяламауын ұмытпау – «жетісулықтардың» жазылмаған, жаңылмайтын қағидасы, ар-намысы», - дейді ҚР Мәдениет қайраткері, ардагер-журналист Жанкүміс Жәмеңке (Жәмеңке, Ж. 2018). Бір қызығы, қазіргі уақытта кілең жастардың басы қосылған «Жетісу» газетінің ішінде газет бар. Атап айтсақ, «Ардагер», «Ұлт ұяты», «Аламан», «Оспанханның отауы», «Үн», «Алуа» балалар бұрышы, рухани патриоттық «Ақберен» беттері тұрақты шығарылады. Қазіргі уақытта газетті ақын, «Құрмет» Орденінің иегері Жұматай Әміреев басқарып отыр. Ендеше, ғасырлық басылымның ел игілігі үшін әлі де талмай, тынбай қызмет етуі жалғаса түспек.

Авторлар үлесі:

Албатыр И. – хат-хабар авторы (corresponding author). Зерттеу тұжырымдамасын әзірледі, шолу мақаласының тақырыбы мен құрылымын қалыптастырды, сондай-ақ мақаланың кіріспесі мен негізгі бөлімін жазды.

Есенбек Ж. – тең автор. Ғылыми әдебиеттерді іздеу, оларды талдау және дереккөздерді іріктеу жұмыстарына қатысты. Сонымен қатар, кестелерді ғылыми тақырыпқа сәйкес әзірлеп, рәсімдеуге атсалысты.

Жазыбекова А. – қолжазбаны ғылыми редакциялауға, мазмұнын жетілдіруге және мақаланың қорытынды нұсқасын сараптап, бекітуге қатысты.

Әдебиеттер тізімі:

Baranova, E.A., Anikeeva, I.G., Shiryayeva, O.V., Caselles, C.G. and Shnaider, A.A. (2022) Ethical Principles of Journalism Communication: Media Convergence as a Transforming Factor. Online Journal of Communication and Media Technologies, 12(4). DOI: 10.30935/ojcm/12746.

Тұңғатар, Қ. (2018) «Жетісу» газетін кімдер шығарды? Ата басылымның тарихы. [Онлайн] Қолжетімді: <https://7-su.kz/janalyqtar/rwhaniyat/zhetsw-gazetn-kmder-shyardy-ata-basylymny-tarihy-54376/> (қаралған күні: 16.07.2026).

Атай, Ш.А., Владимирова, М.Б. and Есенбек, Ж.Б. (2025) Жаңа дәуірдегі журналистік айғақтама: жасанды интеллектті қолдану тәжірибесі. Хабаршы. Журналистика сериясы, 3(77), pp. 85-94.

Akram, M., Nasar, A. and Arshad-Ayaz, A. (2022) A Bibliometric Analysis of Disinformation through Social Media. Online Journal of Communication and Media Technologies, 12(4), pp. 1-17. DOI: 10.30935/ojcm/12545.

Azeez, A.L., Akerele, O.E., Adeniyi, A. and Ibrahim, R. (2025) Media convergence on androids and journalistic practice: A study of the use of channels television mobile application among professionals in Lagos. Sustainable Futures. DOI: 10.1016/j.sfr.2025.100816.

Жансүгірұлы, І. (1922) «Қанына тартпағанның қары сынсын». «Тілші» газеті, 3, pp. 1-2.

Андас, Қ. and Андас, М. (2019) «Қазақ журналистикасының жампозы». Алматы: «Баянжүрек».

Shelley, B., Christian, P.H. and Michael, B. (2025) Social media platforms for politics: A comparison of Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Reddit, Snapchat, and WhatsApp. New Media & Society, 27(11), pp. 6006-6037. DOI: 10.1177/14614448241262415.

Feijoo, B. and Sádaba, Ch. (2022) Specificities Introduced by Mobile Phones in the Relationship Between Children and Commercial Content. Online Journal of Communication and Media Technologies, 12(4). DOI: 10.30935/ojcm/12338.

Жәмеңке, Ж. (2018) Айналайын. «Ғасыр-ғұмыр». Алматы: «Алатау» баспасы, pp. 256-258.

I. Albatyr^{*1}, J.B. Yesenbek², A.K. Zhazybekova³

^{*1} Zhetysu University named after I. Zhansugurov, Taldykorgan, Kazakhstan.

² S. Amanzholov East Kazakhstan University, Oskemen, Kazakhstan.

³ Zhetysu University named after I. Zhansugurov, Taldykorgan, Kazakhstan.

Historical stages of development of the newspaper “Zhetysu” and its place in the modern media space

Abstract. The Kazakh steppes, devastated by the First World War, found themselves trapped in the violent turmoil of that era. The conflict between the wealthy classes and the Bolsheviks intensified on all sides, shaping a period of profound political and social transformation. At that critical moment, every Kazakh needed support that would foster political awareness, provide social assistance, and inform people about the rapidly changing realities of everyday life. In 1918, a Military Revolutionary Committee was established in the city of Verny, which actively

promoted the new Bolshevik ideology through a dedicated publication. As a result, a newspaper titled “Zhetysu Ishshi Khalyk Mukhbyry” (“Messenger of the Working People of Zhetysu”) was founded. Today, as the official publication of the Zhetysu Regional Administration, it stands as the historical foundation of the newspaper “Zhetysu,” continuing to provide informational support to the Kazakh steppe. The historical significance of this long-standing publication is noteworthy, as it became an effective instrument of communication and influence among ordinary people and successfully fulfilled its mission over time. Therefore, this scholarly article examines both the past and present of this media outlet and highlights its role in Kazakh society. In addition, the study explores the newspaper’s authority and distinct identity within the political landscape.

Keywords: online media, visual-discursive video, historical memory, Alash movement, media construction.

И. Албатыр^{*1}, Ж.Б. Есенбек², А.К. Жазыбекова³

^{*1} Жетысуский университет им.И. Жансугурова, Талдыкорган, Казахстан.

² Восточно-Казахстанский университет им. С. Аманжолова, Оскемен, Казахстан.

³ Жетысуский университет им.И. Жансугурова, Талдыкорган, Казахстан.

Исторические этапы развития газеты «Жетісу» и ее место в современном медиапространстве

Аннотация. Казахская степь, изнурённая Первой мировой войной, оказалась в кровавых тисках смутного времени. Противостояние баев и большевиков усиливало давление со всех сторон и едва не привело к полному разорению и рассеянию и без того обессиленного народа. Именно в этот переломный момент особенно остро ощущалась необходимость в поддержке, способной повышать политическую грамотность казахского населения, оказывать социальную помощь и оперативно информировать о происходящих событиях повседневной жизни. В связи с этим в 1918 году в городе Верный был создан Военно-революционный комитет, который активно взялся за пропаганду новой большевистской идеологии на страницах специального издания. В результате была основана газета «Жетісу ишчи халық мухбыры», ставшая впоследствии исторической основой современной газеты «Жетісу», ныне являющейся официальным органом акимата Жетысуской области и продолжающей информационную поддержку казахского общества. Столетнее издание, ставшее действенным инструментом агитации и пропаганды среди широких слоёв населения и последовательно реализовавшее свою миссию, занимает особое место в истории отечественной журналистики. В данной научной статье рассматриваются прошлое и настоящее указанного средства массовой информации, а также раскрывается его роль в казахском обществе. Кроме того, предпринята попытка исследовать политический авторитет и значимые этапы развития данного издания.

Ключевые слова: онлайн-СМИ, визуально-дискурсивное видео, историческая память, движение Алаш, медийное конструирование.

References

Baranova, E.A., Anikeeva, I.G., Shiryayeva, O.V., Caselles, C.G. and Shnaider, A.A. (2022) Ethical Principles of Journalism Communication: Media Convergence as a Transforming Factor. Online Journal of Communication and Media Technologies, 12(4). DOI: 10.30935/ojcm/12746.

Tunqatar, Q. (2018) «Zhetisu» gazetyn kymder shyqardy? Ata basylymnyng tarikhy [Who published the "Zhetisu" newspaper? History of the ancestral publication]. [Online] Available at: <https://7-su.kz/janalyqtar/rwhaniyat/zhetsw-gazetn-kmdr-shyady-ata-basylymny-tarihy-54376/> (Accessed: 16 July 2026). [In Kazakh]

Atai, Sh.A., Vladimirova, M.B. and Yesenbek, Zh.B. (2025) Zhana dauirdegi zhurnalistik aigaptama: zhasandy intellekti qoldanu tazhiribesi [Journalistic evidence in the new era: experience of using artificial intelligence]. Khabarshy. Zhurnalistika seriyasy, 3(77), pp. 85-94. [In Kazakh]

Akram, M., Nasar, A. and Arshad-Ayaz, A. (2022) A Bibliometric Analysis of Disinformation through Social Media. Online Journal of Communication and Media Technologies, 12(4), pp. 1-17. DOI: 10.30935/ojcm/12545.

Azeez, A.L., Akerele, O.E., Adeniyi, A. and Ibrahim, R. (2025) Media convergence on androids and journalistic practice: A study of the use of channels television mobile application among professionals in Lagos. Sustainable Futures. DOI: 10.1016/j.sftr.2025.100816.

Zhansugiruly, I. (1922) «Qanyna tartpaqannyng qary synsyn» [«Let the arm of the one who does not draw to his blood be broken»]. «Tilshi» gazeti, 3, pp. 1-2. [In Kazakh]

Andas, Q. and Andas, M. (2019) «Qazaq zhurnalistikasynyng zhampozy» [«The champion of Kazakh journalism»]. Almaty: «Bayanzhurek». [In Kazakh]

Shelley, B., Christian, P.H. and Michael, B. (2025) Social media platforms for politics: A comparison of Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Reddit, Snapchat, and WhatsApp. New Media & Society, 27(11), pp. 6006-6037. DOI: 10.1177/14614448241262415.

Feijoo, B. and Sádaba, Ch. (2022) Specificities Introduced by Mobile Phones in the Relationship Between Children and Commercial Content. Online Journal of Communication and Media Technologies, 12(4). DOI: 10.30935/ojcm/12338.

Zhamenke, Zh. (2018) Aynalayın. «Gasyr-gumyr» [My dear. «Century-lifetime»]. Almaty: «Alatau» baspasy, pp. 256-258. [In Kazakh]

Авторлар туралы мәлімет:

Албатыр И. – хат-хабар үшін автор, магистр, І. Жансүгіров атындағы Жетісу университеті, І. Жансүгіров көшесі 187, 040000, Талдықорған, Қазақстан.

Есенбек Ж. Б. – PhD доктор, С. Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан университеті, Қазақстан көшесі 55, 070000, Өскемен, Қазақстан.

Жазыбекова А. К. – магистр, І. Жансүгіров атындағы Жетісу университеті, І. Жансүгіров көшесі 187, 040000, Талдықорған, Қазақстан. .

Сведения об авторах:

Албатыр И. – автор для корреспонденции, магистр, Жетысуский университет имени И. Жансугурова, улица И. Жансугурова, 187, 040000, Талдыкорган, Казахстан.

Есенбек Ж. Б. – PhD доктор, Восточно-Казахстанский университет имени Сарсена Аманжолова, улица Казахстан, 55, 070000, Усть-Каменогорск, Казахстан.

Жазыбекова А. К. – магистр, Жетысуский университет имени И. Жансугурова, улица И. Жансугурова, 187, 040000, Талдыкорган, Казахстан.

Information about the authors:

Albatyr I. – corresponding author, master, Zhetysu University named after I. Zhansugurov, I. Zhansugurov Street 187, 040000, Taldykorgan, Kazakhstan.

Yessenbek Z. B. – PhD doctor, S. Amanzholov East Kazakhstan University, 55 Kazakhstan Street, 070000, Oskemen, Kazakhstan.

Zhazybekova A. – master, Zhetysu University named after I. Zhansugurov, I. Zhansugurov Street 187, 040000, Taldykorgan, Kazakhstan.