

ISSN (Print) 2616-7174
ISSN (Online) 2663-2500

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің

ХАБАРШЫСЫ

BULLETIN

of L.N. Gumilyov
Eurasian National University

ВЕСТНИК

Евразийского национального
университета имени Л.Н. Гумилева

ЖУРНАЛИСТИКА сериясы

JOURNALISM Series

Серия **ЖУРНАЛИСТИКА**

№3(128)/2019

1995 жылдан бастап шығады

Founded in 1995

Издается с 1995 года

Жылына 4 рет шығады

Published 4 times a year

Выходит 4 раза в год

Нұр-Сұлтан, 2019

Nur-Sultan, 2019

Нур-Султан, 2019

Бас редакторы **Қайрат Сак**

филология ғылымдарының кандидаты, профессор (Қазақстан)

Бас редактордың орынбасары **Айтмұханбет 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)
Әшірбекова Гүлмира	Ф.ғ.к., доцент (Қазақстан)
Браун Михаил	PhD, проф. (АҚШ)
Дзялошинский Иосиф	Ф. ғ. д., проф. (Ресей)
Жақып Бауыржан	Ф. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Жусупова Алматы	ф.ғ.к., доцент (Қазақстан)
Ирназаров Кудрат	Т. ғ. д., проф. (Өзбекстан)
Корконосенко Сергей	Саяси ғ. д., проф. (Ресей)
Қара 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., проф. м.а. (Қазақстан)
Тахан Серік	Т. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Тоқтағазин Мұратбек	Ф. ғ. к., проф. м.а. (Қазақстан)
Халилов Әбдіғани	PhD, проф. (Қырғызстан)
Ченгел Хулия Касапоғлы	PhD, проф. (Түркия)
Шайхитдинова Светлана	Филос.ғ.д., проф. (Ресей)
Шалахметов Ғаділбек	Халықаралық Еуразиялық телевидение және радио академиясының академигі (Қазақстан)
Шестеркина Людмила	Ф. ғ. д., проф. (Ресей)
Шульцман Петр	Өнертану ғ. к., доцент (Қазақстан)

Жауапты редактор, компьютерде беттеген: Илияс Құрманғалиев

Жауапты хатшы: Гүлжазира Ертасова

Редакцияның мекенжайы: 010008, Қазақстан, Нұр-Сұлтан қ., Қ.Сәтбаев к-сі, 2, 402 каб.

Тел.: +7(7172) 709-500 (ішкі 31413) E-mail: vest_journalism@enu.kz

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысы. ЖУРНАЛИСТИКА сериясы

Меншіктенуші: ҚР БЖҒМ «Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті» ШЖҚ РМК.

ҚР Ақпарат және коммуникациялар министрлігінде 27. 03. 2018 ж. №16995-Ж тіркеу куәлігімен тіркелген.

Мерзімділігі: жылына 4 рет. Тиражы: 25 дана.

Типографияның мекенжайы: 010008, Қазақстан, Нұр-Сұлтан қ., Қажымұқан к-сі, 13/1,

тел.: +7(7172) 709-500 (ішкі 31413)

© Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

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

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

Executive editor, computer layout: Ilyas Kurmangalyev

Executive Secretary: Guljazira Yertasova

Editorial address: 2, K.Satpayev str., of.402, Nur-Sultan, Kazakhstan, 010008

Tel.: +7(7172) 709-500 (ext. 31413) E-mail: vest_journalism@enu.kz

Bulletin of L.N. Gumilyov Eurasian National University. JOURNALISM Series

Owner: Republican State Enterprise in the capacity off economic conduct «L.N. Gumilyov Eurasian National University», Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan.

Registered by Ministry of Information and Communication of the Republic of Kazakhstan.

Registration certificate No 16995-Ж from 27.03. 2018.

Periodicity: 4 times a year Circulation: 25 copies

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

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

Зам. главного редактора **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)
Аширбекова Гульмира	К. ф. н., доцент (Казахстан)
Браун Михаил	PhD, проф. (США)
Дзялошинский Иосиф	Д. ф. н., проф. (Россия)
Жакып Бауыржан	Д. ф. н., проф. (Казахстан)
Жусупова Алматай	К. ф. н., доцент (Казахстан)
Ирназаров Кудрат	Д. ист. н., проф. (Узбекистан)
Корконосенко Сергей	Д. полит. н., проф. (Россия)
Кара Абдиуакап	Д. ист. н., проф. (Турция)
Козыбаев Сагимбай	Д. ист. н., проф. (Казахстан)
Лебедева Татьяна	Д. ф. н., проф. (Франция)
Нуртазина Роза	Д. полит. н., проф. (Казахстан)
Омашев Намазалы	Д. ф. н., проф. (Казахстан)
Ризун Владимир	Д. ф. н., проф. (Украина)
Саид Агил бин Шех	PhD, проф. (Малайзия)
Саудбай Мадияр	PhD, проф. (Казахстан)
Сердали Бекжигит	К. ф. н., асс. проф. (Казахстан)
Тахан Серик	Д. ист. н., проф. (Казахстан)
Токтагазин Муратбек	К. ф. н., асс. проф. (Казахстан)
Халилов Абдигани	PhD, проф. (Киргизстан)
Ченгел Хулия Касапоглу	PhD, проф. (Турция)
Шайхитдинова Светлана	Д. филос. н., проф. (Россия)
Шалахметов Гадильбек	Академик Международной Евразийской академии телевидения и радио (Казахстан)
Шестеркина Людмила	Д. ф. н., проф. (Россия)
Шульцман Петр	К. н. искусств., доцент (Казахстан)

Ответственный редактор, компьютерная верстка: Ильяс Курмангалиев

Ответственный секретарь: Гульжазира Ертасова

Адрес редакции: 010008, Казахстан, г. Нур-Султан, ул. К.Сатпаева, 2, каб. 402

Тел.: (7172) 709-500 (вн. 31413) E-mail: vest_journalism@enu.kz

Вестник Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева. Серия ЖУРНАЛИСТИКА
Собственник: РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева» МОН РК.
Зарегистрирован Министерством информации и коммуникаций РК под номером №16995-Ж от 27. 03. 2018 г.
Периодичность: 4 раза в год
Тираж: 25 экземпляров.
Адрес типографии: 010008, Казахстан, г. Нур-Султан, ул. Кажымукана, 13/1, тел.: (7172) 709-500 (вн.31413)

Мазмұны

БАҚ ЖӘНЕ ҚОҒАМ

<i>Алдабергенов Қ.М.</i> Қазақ жеріндегі жаппай ашаршылық және репрессия жылдарындағы баспасөз	8-13
<i>Дүйсебай Д., Тасполатова Р.</i> Спорт журналистерін кәсіби деңгейде дайындау мәселелері	14-21
<i>Трофимова Г.Н., Петров Г.П., Барабаш В.В.</i> Билингвалды медиакөңістіктегі Саха-Якутияның этнобағытталған журналистикасы	22-38
<i>Шындалиева М.Б., Саркенова Қ.Қ.</i> Журналистика, филология мамандықтары оқу бағдарламасын дайындаудағы өзекті мәселелер	39-44

ЖАҢА МЕДИА

<i>Амангелдиева Г.С., Сақ Қ.Ө.</i> Сандық журналистиканың қалыптасуы және өзгермелі көкжиектері	45-52
<i>Маулет Зүлкәпіл, Тоқтарбай Б.</i> Ақпараттық жаңа технология және дәстүрлі журналистика	53-60

ТЕЛЕРАДИОЖУРНАЛИСТИКА

<i>Есенбекова Ұ.М.</i> Трансмедиалық баяндаудың тұжырымын зерттеудегі теориялық ұстанымдар	61-66
<i>Сулейменова А.Э., Жусупова А.М.</i> Жергілікті қауымдастық аудиториясына аймақтық теледидардың мәдени әсер ету нысаны	67-72

Contents

THE MEDIA AND SOCIETY

<i>Aldabergenov K.M.</i> Press In Time of Mass Famine and Repression In Kasakh Land	8-13
<i>Duisebay D., Taspolatova R.</i> Issues of Professional Training of Sports Journalists	14-21
<i>Trofimova G.N. , Petrov G.P., Drum V.V.</i> Ethno-oriented Journalism in the Bilingual Media Space of Sakha-Yakutia	22-38
<i>Shindalieva M.B., Sarekenova K.K.</i> Actual Problems of the Curriculum of Journalism and Philology Specialties	39-44

NEW MEDIA

<i>Amangeldiyeva G.S., Sak K.O.</i> The Formation and the Changing Horizons of Journalism Digital	45-52
<i>Maulet Zulkapil, Toktarbai B.</i> Information Technology and Traditional Journalism	53-60

TELERADIOJOURNALISTIKA

<i>Yessenbekova U.M.</i> Theoretical Bases of Concept Development Transmedia Storytelling	61-66
<i>Suleimenova A.E., Zhusupova A.M.</i> A regional Television Like an Object of Culture Influent to Local Community	67-72

Содержание

СМИ И ОБЩЕСТВА

<i>Алдабергенов К.М.</i> Печать Казахстана в годы голодомора и политических репрессий	8-13
<i>Дуйсебай Д., Тасполатова Р.</i> Вопросы профессиональной подготовки спортивных журналистов	14-21
<i>Трофимова Г.Н., Петров Г.П., Барабаиш В.В.</i> Этноориентированная журналистика в билингвальном медиапространстве Саха-Якутии	22-38
<i>Шындалиева М.Б., Саркенова К.К.</i> Актуальные проблемы учебной программы факультетов журналистики и филологии	39-44

НОВЫЕ МЕДИА

<i>Амангелдиева Г.С., К.О. Сак</i> Формирование и меняющиеся горизонты цифровой журналистики	45-52
<i>Маулет Зулъкапил, Токтарбай Б.</i> Информационные технологии и традиционная журналистика	53-60

ТЕЛЕРАДИОЖУРНАЛИСТИКА

<i>Есенбекова У.М.</i> Теоретические основы разработки концепции трансмедиа сторителлинга	61-66
<i>Сулейменова А.Э., Жусупова А.М.</i> Региональное телевидение как объект культурного воздействия на аудиторию местного сообщества	67-72



ХҒТАР 19.61.11

Қ.М. Алдабергенов

Л.Н. Гумилев ат. Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан
(E-mail: krykbai@mail.ru)

Қазақ жеріндегі жаппай ашаршылық және репрессия жылдарындағы баспасөз

Аңдатпа. Мақалада отызыншы жылдар қазақ халқының басынан өткен «қара түнек жылдар» болып саналатын аштық пен репрессия жылдарындағы журналистиканың тарихы сараланып, зерттеледі. Ф. Голощекин 8 жыл ішінде қазақ жерінен құйындай ұйтқып өткен социализмді қайталау ниетімен «Кіші Октябрь» бағдарламасын жасап, адамдарға «қасық пен шанышқыны қалай ұстату керектігін» үйретумен айналысты. Нәтижесінде 1933 жылдың басында қазақ халқы тең жартысынан айырылып, 40 миллион малдың 5-ақ миллионы қалды. Мұның өзі күні кешеге дейін «ұсақ-түйек қателіктер» мен «елеусіз кемшіліктер» деп аталып келді. Мақалада ХХ ғасыр басындағы қазақ жеріндегі нәубат, яғни ашаршылық пен репрессия жылдарындағы мерзімді баспасөз жұмысына баға беріліп, оның оң және теріс тенденциялары айқындалады.

Түйін сөздер: ашаршылық, репрессия, баспасөз, Голощекин, «Кіші Октябрь», ұжымдастыру, «халық жаулары», қасірет зардабы.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2019-128-3-8-13>

Кіріспе. Аға ұрпақ, оның ішінде ғалымдар мен зерттеушілер бұл нәубаттың сырына қанық болса да, ол туралы ауыз ашуға дәрменсіз болды. Үнемі қуғын-сүргін, репрессияға ұшыраған интеллигенция өкілдері алмас қылыштан тот басқан бақырға айналды. Енді олар күнделікті күйбең тіршіліктің маңынан шыға алмайтын, басқаның айтқанын құп алып, солардың айдауымен жүретін жансыз роботтың бет-бейнесіне енді.

«Ұлы халықты» мадақтап том-том кітап, мемуар жазғандар өз халқының аянышты халін суреттейтін биттің қабығындай кітап жазуға да жарамады. Тіпті, қызы-қыза келе халықтың қырық пайызы өз ана тілін ұмытуға дейін барды.

Қазір осы «тарих ақтандақтары» күн өткен сайын анықталып, сол бір ауыр кесепатты жылдардағы халқымыздың аяулы ұлдары мен қыздарының қилы тағдырлары жан-жақты зерттелу үстінде. Елім деп еңіреп өткен абзал азаматтардың өнегелі өмір жолдарын халқымызға және кейінгі ұрпаққа паш етуді бүгінгі зиялы қауым да өз міндеттеріне алған.

О. Сүлейменовтың: «Біз жазықсыз жапа шеккен данышпандарымыздың мұраларын өмірге қайтара бастадық және бұларды шолақ белсенділер не үшін, ненің жоқтауы үшін құрбандыққа шалып еді деп ойлана бастадық. Біз қазақтар ешкімге ешнәрсе қарыз емес екенімізді енді ғана түсіне бастаған сияқтымыз. Мәселен, осы уақытқа дейін «ұжымдастыру ауыл шаруашылығын социалистік жолмен қайта құрудың классикалық үлгісі» деген Сталиннің асыра сілтеушілік пікіріне жарты ғасырдан астам уақыт бойы ешкім күман келтіруге қорықты, керісінше, оны тек марапаттаумен келдік.

Бірақ, ұжымдастыру ісі Қазақстанда қалай өтті? Барлық мәселе сонда. Шолақ саясаткер Ф.Голощекиннің «Кіші Октябрі» тек малымен күн көріп отырған қазақтың алдымен байларына, онан соң орташаларына, ең соңында астық екпейтін малшыға, астық тауып бере алмағандардың малын тартып алып, өздерін қаңғып кетуге мәжбүр етті.

Малынан айырылған қазақтың мұнан кейінгі көрген күнін дұшпаныңа да бермесін дейтіндей болған. Ағылшын-американдық тарихшы әрі жазушы Р.Конквестің осы кезең туралы жазған «Қасірет зардабы. Кеңестік ұжымдандыру және аштық терроры» атты тарихи-публицистикалық еңбегінде бұрынғы кеңес өкіметінің әр аймағындағы аштық жайлы айтылып: «Алайда бұл фактілер қаншама қайғылы болғанымен, қазақтардың басына түскен ұлан-асыр қасіреттің жанында түк емес болып қалады» [1], -деп көрсетілген.

Егер бүгінгі күннің биігінен өткен тарихи кезеңдерге ой жіберсек, қазақ халқы ақын Ж. Молдағалиев айтқандай, шынында да «мың өліп, мың тірілгенін» байқаймыз. Ал, отызыншы жылдардағы аштықтың себебіне келсек, «аңқау елге-арамза молда» дегендей, халық жауын қолдан жасап, ақты да, қараны да бір жіпке байлап, қазақтың кең даласын азапылар еліне айналдырғандар болды. Олар тағы да адамдар арасында мансапқорлық пен шенқұмарлыққа, рушылдық пен жікшілдікке жол ашты.

Сөйтіп, қазақ жерінде «Кіші Октябрь» орнап, адам мен мал қоса қырылып, «асыра сілтеу болмасын, аша тұяқ қалмасын» заманы басталды. Оның себебі-1925 жылдың басында Қырғыз (қазақ) облыстық комитеті ретінде қайта құрылған республика партия ұйымының хатшысы болып Филлип Голощекин сайланған еді. Содан ол 1933 жылдың қаңтар айының 21 жұлдызына дейін Қазақстанды 8 жыл бойы сергелдеңге түсіріп, ақыры қызыметінен босатылды. Ол жетекшілік жасаған кезең қазақ халқының өмірінде «ақтабан шұбырындының» кейінгі ең қайғылы, ең қасіретті кезең болып тарихқа енді. Өкінішке орай, күні кешеге дейін қай қазақтың болмасын жан жүрегін сыздатар осы бір шындықтың ақиқатын көрсетуге мүмкіндік болмады.

Ф. Голощекин туралы алғашқы көлемді зерттеу еңбек республикалық «Қазақ әдебиеті» газетінің 1988 жылғы желтоқсан айының 9 күнгі санында жарияланды. Авторы Қазақстан Ұлттық Ғылым Академиясының академигі М.Қозыбаев Ф.Голощекиннің саяси портретін ашуға арналған бұл мақаласында оның ленинизмді бұрмалап, сталинизм жолына түсу бағытын төмендегінше саралап көрсетті.

Біріншіден, Ф.Голощекин: «Октябрь қазақтардың ауылының тұсынан құйындай өтіп кетті. Сондықтан қазақ даласында «Кіші Октябрь» жасау керек деген қайшылықты пікірден сегіз жыл бойы танбады.

Екіншіден, қазақ шаруаларының көшпенділігі - оның бойына сіңген әдеттегі тұрмыстық құбылыс деп, сергелдеңге түскен елдің болмысын теориялық тұрғыдан дәлелдемек болды.

Үшіншіден, көшпелі елді социалистік жолға түсіру құрбандықсыз болмайды деген идеяны тұжырымдады.

Төртіншіден, экстенсивті мал шаруашылығын қоғам дамуының жоғары сатысына көтеруде мал басының кемуі объективтік заңдылық дегенді шығарды.

Бесіншіден, Қазақстанның негізгі ерекшеліктері 1925-1930 жылдарда, басқаша айтқанда, Ф.Голощекиннің кезінде жойылды, ол Қазақстанның осы қазіргі жағдайда бүкіл Одақпен терезесі тең деген пікірді қалыптастырды. Ал, бұл «теориялық» база ұжымдандыруды дамуы жағынан жоғары аудандармен қатар деңгейде өткізу үшін керек болды.

Алтыншыдан, Ф.Голощекин «өте жоғары дәрежеде», әсіресе ауылда тап тартысының шиеленісуі жартылай феодалдық қатынастарды бұзу кезеңінде болмай қалмайды» деген теориялық қисынсыз қорытынды жасады. Сөйтіп, болып жатқан репрессиялық шараларға «теориялық» негіз жасады.

Жетіншіден, Ф. Голощекин қазақ коммунистерінің бір тобын тәрбиеге көнбейтін, пайдалануға мүмкін емес, ұлтшыл уклонистер қатарына жатқызды. Екінші категориясын жағдайға қарай терісін өзгертіп отыратын хамелеонға теңеді. Олардың үшінші тобы, орын алған қателіктер үшін барлық жауапкершілікті бір ғана Голощекинге аударғысы келетіндер. Бұл пікірді Ф. Голощекин Қазақстан өлкелік партия ұйымының басында сегіз жыл еңбек етіп, қоштасар сөзінде айтқан еді. Басқаша айтқанда, ол башылыққа бүкіл республикада бірде-бір лайықты адам-қазақ коммунисті жоқ деген пікірде болып келді [2].

Бұл өткен ғасырдың отызыншы жылдарының ауыр қасіреті - ашаршылықтың бүкіл қазақ жеріне оба ауруындай жаппай тараған кезі болатын. Осы жайлы Шымкент қаласының тұрғыны З. Рысбеков былай деп еске алады. «Пірімбет деген қария Үмбет деген баласы, Сәнен деген келіні үшеуі бірдей үйлерінде аштан өліп, сасып кеткен екен. Тірі қалғандар тамдарын үстеріне құлатып, жан-жағындағы топырағын үйіп, мола жасай салды. Ауылда көп өліктерді жер қазбай-ақ осылай көме салатын. Себебі, жер қазуға арық-тұрық адамдардың шамасы келмейтін» [3].

Ал республикалық дәрежедегі зейнеткер, кезінде аштарға көмектесетін комиссияның төрағасы болған Бәдігүл Жолмұхамедқызының: «Ол кезде аштарға тамақ, жатақхана ұйымдастыратынбыз. Бірде комиссия мүшелері Талас жаққа бардық. Адамдар құмырсқа қалай қалай тізіліп жүрсе, солай ілбіп келеді. Өлгендері шетінен жолда қалып жатыр. Тірілерінің қолында жалаңдаған пышақ. Кеудесінде жаны бар тірі хайуан көрсе, сойып жіберіп, шикідей жұлып жей береді. Бесікте аштан қатып қалған нәрестелерді көргенде сай-сүйегің сырқырап кетеді. Жылай-жылай көзімізден жас та шықпайтын болды. Аш адам ісіп-кеуіп өледі екен. Күмпініп ісіп кеткен адамдарды талай көрдік. Олардың қайтадан адам қатарына қосылуы екіталай...» [4] деген әңгімесі кімді болсын бей-жай қалдырмайды.

Тарихтан 1929-1930 жылдары Қазақстанның Солтүстігіндегі астықты аудандарында егін шықпай қалып, сол жылы қыста даланы жұт жайлағаны белгілі. Нақты жағдайға қарамай мемлекетке астық тапсыру жоспары арта түскен. Нәтижесінде жер-жердегі ауылдарға өлкелік, округтік органдардан, билік пен құқық берілген уәкілдер қаптаған. Олардың қаһарынан қаймықпайтын жан болмаған. Жылаған баланы «Әне, уәкіл келе жатыр» деп сап тыйған.

«Ашаршылық әсіресе, 1932-1933 жылдары меңдей түсіп, елді мүлде есеңгіретті. Осындай ел басына күн туған сәтте халқы үшін шыбын жанын шүберекке түйіп, қызмет атқарған ұл-қыздар аз болмаған. Оған мысал да көп. Мына бір естелік-әңгіме соның айғағы: «1931-1932 жылдардағы ашаршылықтан Әбдіжаппар Үсенов өзі басқаратын «Игілік» колхозының жүзден астам отбасын аман-есен алып қалды. Әрине, Әбекеңнің жалғыз өзі елге қорған болды деуден аулақпыз. Аяулы азамат ауылдастарын аштықтан құтқару жолында Керімбек Маңқытаев, Бекшора Бекқожаев, Алтынбек Қошқарбаев, Шалабай Дүйсенбаев, Қожахмет Наров секілді үзеңгілес серіктеріне сүйенген. Мен оны соңғы рет 1937 жылы қыс айында «Шорнақ» шеберханасының жанында машина үстінде көрдім.

Жұмысқа жанұшыра жүгіре келе жатқан бетім еді. Ол кезде «полуторка» машинасының өзі таңсық болатын. Ойламаған жерден назарым сол машинаға ауды. Қарасам, үстінде Әбдіжаппар ағай отыр.

- Шырағым, маған жақындамай-ақ қой. Мен халық жауы деген жаламен айдалып барамын, - деді ол сәлемдескен маған.

- Не үшін?

- Өзім де білмеймін. Ауылға сәлем айт. Өтекең (ағасы Отабекті айтады) жесір мен жетімдеріме көз болсын. Ал, енді жұмыстан қалма. Заман белгілі ғой, - деп қош айтысты...» [5].

Міне, байқап отырғандарыңыздай қиын-қыстау заманда халқым деп басын көтерген ер-азаматтар осылайша «халық жауы» атанып, жазықсыз жазаланып отырылған. Бұл аз болғандай шолақ ойлы, белсенді уәкілдер «халық жауларын» қолдан жасап, Ф. Голощекиннің «Кіші Октябрін» тездетіп жүзеге асыруға жағдай жасаған.

Кезінде осындай жауапқа тартылған сан мыңдаған адамдарға ешқандай жеке істер жүргізілмеген, олардың ақ, қарасын ажыратуды ешкім ойламаған. Ұсталса, жауапқа тартылса, не НКВД-ның қармағына ілінсе болды, «халық жауы», «троцкист-ұлтшылдар ұйымының мүшесі» немесе «халық жаулары-пәленше-түгеншелермен тығыз байланыста болған» деп кінә тағылып, жазаланып кете берген.

Сөйтіп, «Ел басына күн туып, ері қайда жүр екеннің» кезі келді. 1937 жылдың тажал аждаһасы Нығмет Нұрмақов, Сейітқали Меңдешев, Тұрар Рысқұлов сияқты миллиондардың өмірін қиды. Осыған қарамастан Сталин, Ежов, Берия, Вишинский сияқты жазалаушылардың заманы дәуірлеп тұрды.

Осындай «тарихтың ақтандақ беттері» туралы материалдар кезінде түрлі басылымдарда жиі жарияланып, одан қорытынды да шығарыла бастады. Бұл ретте Ресейдің тәуелсіз газет-журналдарының қара қылды қақ жарған әділ мақалаларын өнеге етіп айтуымыз орынды болар. Мәселен, бүгін кезінде халық жауы атанып, репрессияның қаһарына ұшыраған Н.И. Вавиловтың халық, партия, үкімет алдында ешқандай кінәсі болмағандығы айқындалып отыр. Керісінше, оған жала жауып, «халық академигі» атанған Г.Т. Лысенконың сол халыққа қарсы бағытталған қылмысты істері әшкереленуде.

Сондай-ақ, Михаил Кольцов сияқты халықтың талантты ұлын жазалағандардың шын мәнінде оның шығармаларын оқуға қауқары болмаған көрсоқыр, бұйрық орындаушылар болғаны қандай қиямет.

Біздер Сәкен, Бейімбет, Ілиястарымыздың қандай жағдайда ұсталып, қандай жағдайда қаза тапқандарын білмей жүрміз. НКВД оларды ұсталысымен атылды десе, тауқымет тақсіретін бірге тартқан көзі тірілер Сәкен де, Бейімбет те бертініректе қаза тапты деген деректер айтып жүр. Мысалы, жарты ғасырдан астам уақыт бойы М. Дулатовтың есімі туған халқының басты жауларының қатарында аталып, оның есімі ұлт мәдениеті мен әдебиеті тарихынан өшіріліп тасталды. Содан барып туған халқы үшін жүрегі қоңыраудай күмбірлеген арысымыздың асыл бейнесі кейінгі ұрпақ үшін көмескі тартып кетті.

Тәуелсіздіктің арқасында қазақ халқы өзінің ұлы перзентінің өмір жолы, тарихы және рухани мұраларымен де қайта табысты. Әділеттің таңы атып, айы туып, күні шықты. М. Дулатов «Еңбекші қазақ» газетінің жауапты редакторының әдеби көмекшісі болып қызмет етіп жүрген кезінде, 1928 жылдың 17 желтоқсанында тұтқындалады. Одан ұзақ жауап алғаннан кейін 1929 жылдың 24 маусымында Бутырь түрмесіне жөнелтілген. Ал, 1930 жылдың 4 сәуірінде Ішкі істер халкоматының «үштігі» М. Дулатовты ату жазасына бұйырады. 1931 жылдың 10 қаңтарында іс қайта қаралып, ату жазасы 10 жыл тұтқында отырумен алмастырылады. Тоғыз ай бойы өлім жазасы үкімімен отыру ақын жігерін жасыта алмады. Көптеген адамдар осы жүйкеге тиетін қияметті көтере алмай, өзін-өзі өлтіріп те жіберетін. Бұрын патша түрмесінде талай рет болған М. Дулатов зайыбына жазған бір хатында: «Біріншіден, тергеушілерге сенбедім, екіншіден, қорыққаным жоқ, үшіншіден, олардан көмек сұрамадым...», - деп жан сырымен бөлісіпті.

1934 жылдың басынан Сталин атындағы Ақтеңіз-Балтық каналының құрылысында жұмыста болып, 1935 жылдың 5 қазанында Сосновец лазаретінде жүрек дертінен қайтыс болған. Халық жауы атанған мыңдаған қазақ зиялыларының бірі, белгілі қоғам қайраткері, қаламы қарымды журналист, қазақ баспасөзінің қалыптасуына көп еңбек сіңірген Міржақып Дулатовтың лагерьде болуы мен дүниеден қайтуының қысқаша тарихы осы.

Сондықтан біздер Міржақып Дулатов сияқты Нәзір Төреқұлов, Тұрар Рысқұлов, Нығмет Нұрмақов, Сейітқали Меңдешев, Сүлеймен Есқараевтардың кебін киген жүздеген, мыңдаған өз халқының адал перзенттерінің өмірлері де Қазақстан тарихымен, Қазан төңкерісінің орнау тарихымен тығыз байланыстырыла зерттелуі қажет деп білеміз. Мұнсыз біздер үшін мемлекетіміздің өткен тарихын, соғыс жылдарының қиын-қыстау тарихын, тоқырау мен қайта құру тарихын таразылап, баға беру қиынға соғары белгілі.

Міне, сондықтан да тарихымыздың әр кезеңінде көзден таса, көңілден қағыс қалып келген күні кешеге дейін «ұсақ-түйек қателіктер» мен «елеусіз кемшіліктерінің» арқасында 60 мыңнан астам қазақ зиялылары сталиндік репрессияның құрбанына айналыпты. Ал бұған 1949-1956 жылдар аралығындағы «ұлтшылдық сарынға қарсы» өрістетілген науқаншылықтың залалын қоссақ ше?

«Ұлтшылдық сарынға қарсы күрес» демекші әу бастан-ақ, яғни 1937-1938 жылдары республикалық баспасөз бетінде көрнекті қазақтың партия, әдебиет, ғылым қайраткерлеріне «бай төбеті», «қарақшы», «жапонның тыңшысы», «шпион», «пантюркист» сияқты айтуға ауыз бармайтын түрлі жалалардың жабылуы, осындай оғаш пайымдаулардың ондаған жылдар бойы өзгеріссіз қалуы, содан кейінгі жылдардағы әдебиет, өнер, ғылым қайраткерлеріне салқынын тигізбей қалған жоқ.

Қорыта келгенде, 1937-1938 және одан кейінгі жылдардағы репрессияға «Жаудан сақ болайық, жауды ымырасыз әшкерелейік!», - деп нұсқау берген Сталин, Ежов, Бериялар кінәлі дейміз. Бірақ, сол нұсқау тек Қазақстанға ғана берілген нұсқау ма еді? Өзге республика халқы неліктен аз зардап шекті? Әлде бәлен адамды халық жауы деп тапсыру қажет деген жоспар берілді ме? Әрине, олай емес. Көп нәрсе қазекеннің өзіне де байланысты. Шаш ал десе, бас алып жіберетін мінез қашан тыйыларады. Жауды жанымыздан, өз қанымыздан іздей беретініміз неліктен деген бір жымсықы сұрақ тілге оралады.

Бірін-бірі даттауға жомарт қазақ, бірін-бірі ақтауға сараң болатыны несі? Сұрақ көп. Бәрі де бәрімізді ойландыратын сұрақтар...

Әдебиеттер тізімі

- 1 Конквест Р. Қасірет зардабы. Кеңестік ұжымдандыру және аштық терроры. / Р. Конквест - Алматы: Жазушы, 1996. - 382 б.
- 2 Қозыбаев М. Ф.И. Голощекиннің саяси портреті / М.Қозыбаев // «Қазақ әдебиеті» газеті. 1988 жыл, 9 желтоқсан.
- 3 Қазақ қалай аштыққа ұшырады? : жинақ - Алматы: «Қазақ университеті», 1991. - 285 б.
- 4 Қуандықов Е. Сүрең салған сұрқия саясат. / Е. Қуандықов - Алматы: Санат, 1999. -104 б.

К.М. Алдабергенов

Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан

Печать Казахстана в годы голодомора и политических репрессий

Аннотация. Тридцатые годы прошлого столетия являются одной из самых трагических и мрачных страниц в истории казахского народа.

Аграрная, кадровая, национально-культурная политика Сталина, голощекинская теория «Малого Октября», конфискация, силовая коллективизация, репрессии привели страну к тяжелому экономическому кризису, голодомору, массовому падежу скота.

Устроенный руководителями Советской власти, в частности Ф.Голощекиным, геноцид унес более трех миллионов жизни казахского населения. Из 40 миллионов поголовья скота осталось около 5 миллионов.

Автор статьи дает объективный научный анализ материалам печати данной эпохи, обосновывая их актуальность и злободневность.

Ключевые слова: голодомор, репрессия, печать, «Малый Октябрь», «враги народа», коллективизация.

K.M. Aldabergenov

L.N.Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan

Press In Time of Mass Famine and Repression In Kasakh Land

Abstract. The story analyzes the history of journalism in the thirty years of famine and repression, which is the «dark days» of the Kazakh people. For eight years, Goloshchyokin presented the program «Kishi Oktiabr» with the intention of returning socialism to Kazakh land in order to teach people «how to hold a spoon and a fork». As a result, at the beginning of 1933 half of the Kazakhs died and only 5 million animals out of 40 remained. This was called «minor» errors and «minor defects» until yesterday.

The article is devoted to periodicals during the famine and repressions of the twentieth century, and also draws attention to its positive and negative trends.

Key words: starvation, repression, the press, Goloshchyokin, Kishi Oktiabr, organization, «enemies of the people», «tragedy of suffering».

References

- 1 Konkvest R. Qasiret zardaby. Kenestik uzhyndastyru zhane ashtyq terrory [The Tragedy Affects You. Soviet Collectivism and Hunger Terror]. (Almaty, Zhazushy, 1996, 382 p.). [in Kazakh]
- 2 Kozybaev M. F.I. Goloshekinnin sayası portreti [Goloshchekin's political portrait], «Qazaq adebieti» gazeti [The newspaper «Kazakh literature»], 1988, 22.09. [in Kazakh]
- 3 Qazaq qalalı ashtyqqa ushyrady?: zhinak [How Kazakhs fell into the famine?]. («Qazaq unıversitetı», Almaty, 1991, 285 p.). [in Kazakh]
- 4 Quandyqov E. Suren salgan surqıya sayasat [Challenge Bilateral Politics]. (Sanat, Almaty, 1999, 104 p.). [in Kazakh]

Автор туралы мәлімет:

Алдабергенов Қ.М. - Тарих ғылымдарының докторы, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің профессоры, Қ.Сәтбаев көш. 2, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Aldabergenov K.M. - Doctor of Historical Sciences, Professor of the L.N. Gumilyov Eurasian National University, K. Satpayev str., 2. Nur-Sultan, Kazakhstan.

FTAMP 19.21.11

Д. Дүйсебай¹, Р. Тасполатова²

Л.Н. Гумилев ат. Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан
(E-mail: ¹durali_dd@mail.ru, ²risjan65@mail.ru)

Спорт журналистерін кәсіби деңгейде дайындау мәселелері

Андатпа. Мақалада қазақ спорт журналистикасының тарихы зерделеніп, оның шығу тарихы мен белгілі спорт комментаторларының сөз саптау шеберлігі талданады. Мақалада «спорт комментаторлығы» мен «спорт», «спорт журналистикасы», «қазақ спорт журналистикасы» деген ұғым-танымдардың қазақ санасына сіңісуі мен дағдылануы қарастырылады. «Спорт» пен «Спорт журналистикасы» ұғымдары КСРО секілді алып елдің құрамына енген жылдары мәлім болды.

Патшалық Ресей тұсында орыстан - Иван Поддубный, қазақтан - Қажымұқан Мұңайтпасов әлемдік аренада өнер көрсеткені тарихи шындық.

Ресей спорт комментаторлығын 1900 жылдары Санкт-Петербурда пайда болған «Маяк» Бүкіләлемдік христиан жас адамдар (жастар емес, жас адамдар) одағымен байланыстырады. Оны құрушы – америкалық Джемс Стокс. Бұл ұйым Кеңес одағы құрылғанша өмір сүрген. Оның негізгі мақсаты – жастарды дене мәдениетіне тәрбиелеу болды. Қазақ жұртшылығына Кеңес одағы қалыптасып, социализм идеясының кең таралуымен келгендігі қарастырылған.

Спорт журналистикасы терминінің Ресейде «Советский спорт», «Физкультура и спорт», Қазақстанда екі тілде шығатын «Спорт» басылымдарның дүниеге келімен орныққаны анық. Авторлар осы мақаласында қазақ спорт журналистикасының даму барысы, проблемалары, болашағы төңірегінде ой қозғайды.

Түйін сөздер: Sport, Desport, денешынықтыру, спорт, журналистика, Спорт журналистикасы, Ресейдегі спорт журналистикасы, Қазақстандағы спорт журналистикасы.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2019-128-3-14-21>

Кіріспе. Қазақстан спорт державасына айналып келеді. Жалпы қазақ халқы әлми-сақтан спортқа жақын халық. Сағат санап, күн санап өсетін батырларымыз бен той-томалақта бас бермейтін түйе балуандарымыз, кішкентайынан қозы-лақ бағып, келе-келе қой-ешкі, тана-тай, түйе, жылқы бағып, жүгіріп, мал төлімен, жарысып өскен қазақтың қара домалақ балалары спортқа бейім, дене бітімі бөлшек-бөлшек, мығым, жақын-алыс қашықтарға төзімді. Талай ғасыр бойы ұлан-байтақ жерін жауға бермеген алаш ұрпағы қазірге дейін сол қасиетінен бір де кем түспеген. Күрестен ешкімге есе жібермеген батыр ұлдарымыз да жетерлік: Ә. Айханов, А. Бұғыбаев, А. Ғабсаттаров, Ж. Үшкемпіров, Ш. Серіков, Д. Тұрлыханов секілді марқасқалар сол ұрпақтың заңды жалғасы. Бокстан Сидней Олимпиадасынан бері бір алтынсыз қайтпаған қазақтың жуан жұдырықты жігіттері де сол бабаларынан қалған алтын сарқыт. Спорттың басқа түрлерінен де қазақ осал емес. Алайда қазақ үшін ең табысты жарыс – 2012 жылы Лондонда өткен олимпиялық ойындар. Екі жүзден астам ел қатысқан әлемдік додада Қазақстан өз тарихында тұңғыш рет он екінші орынға тұрақтады.

Осы байрақты бәсекеден кейін қазақ халқын, Қазақстан деген елді танымайтындар ілуде біреу ғана шығар.

Елі спортшы болса, оның спорт журналистикасы да дамуы керек. Әрине, бұл тұрғыда біз соншама ұятты да емеспіз. Дегенмен...

Осы қазақ спорт журналистикасы қай уақытта пайда болды десе, бүгінгілер осы саланың көшбасшысы Сейдахмет Бердіқұловтан бастайды. Рас, қазақ спорт журналисти-

касына Сейдағанның қосқан үлесі зор. Аталған саланы осы бүгінгі атауымен елеулі биікке көтерген де осы кісі. Бердіқұловтың өмір жолына үңілсеңіз, осыған қатысты талай сұраққа нақты жауап алатыныңыз анық.

Біз «Қазақ спорт журналистикасының түбі әріде жатыр» деген мақаламызда қазақ спорт журналистикасының сонау Алпамыс, Қобыланды батырлар заманынан, тіпті, одан да ертеректен, протоқазақ асауды тұңғыш ауыздықтап, ат жалына жармасқан тұстан бастау алғанын жазғанбыз [2].

Он тоғызыншы ғасырдың аяғында қазақ жерінде газет-журналдар пайда бола бастағанда да қазақтың ұлттық ойындары туралы хабар-ошар, шағын мақалалар жарияланып тұрған. Бұл жиырмасыншы ғасырдың ортасына дейін созылды. Арасында телекомментаторларға байланысты фактілердің болғанынан да хабарымыз бар. Белгілі спорт журналисі, бүгінде марқұм болған Өмірзақ Жолымбетов «алғашқы спорт комментаторы кім?» деген сұраққа қатысты Айтбай Хангелдиннің есімін атайды. Ол сол кездегі Түркормолдың тұңғыш және соңғы жетекшісі Ғани Мұратбаев 1928-1929 жылдары Ташкенде «Қазақ» футбол командасын құрып, Айтбай сол командада ойнағанын, ара-тұра радиоға жүгіріп келіп, репортаж жүргізіп кететінін айтады. Бұл – қазақ спорт комментаторлығының да жасын ұзартатын фактілердің бірі. Ал қазақ спорт журналистикасының маңдайы жарқыраған тұс – 1959 жылы қаңтарда Қазақстанда тұңғыш спорттық кәсіби басылым – екі тілде шығатын «Спорт» газетінің дүниеге келуі. Алғашқы жылдары бас редакторсыз шықса да бұл – үлкен құбылыс, қазақ спорт журналистикасы кеңістігіндегі жарқ еткен жұлдызға тең оқиға еді.

Әлгінде С. Бердіқұловты қазақ спорт журналистикасы мен әдебиетінің атасы деп қалдық. Сейдахметке дейін спорт тақырыбы көтерілмеп пе, спортшылар туралы кітап жазылмап па дерсіз. Көтерілді, жазылды. Сәбит Мұхановтың «Балуан Шолақ» повесі, Сәкен Сейфуллиннің «Бандыны қуған Хамит» әңгімесі, Қалмақан Әбдіқадыровтың «Қажымұқан» хикаяты – керемет дүниелер. Осы үш шығарманың арқасында Қазақстанда қаншама спортшылар тәрбиеленіп шыққанын есептемей-ақ қоялық. Бірақ сол кездері қазақтың талай жастарының Балуан Шолақ, Хамит, Қажымұқан болғысы келмеді дейсің. Әдебиет пен журналистиканың басты мақсаты осы – тәрбиелік, ұйымдастырушылық, ағартушылық қызметі екендігін біз білеміз. Алайда олар емес С.Бердіқұловтың осындай атаққа, қазақ спорт әдебиеті мен журналистикасының негізін қалау құрметіне ие болу құпиясы неде, ендеше?! Сейдахмет Бердіқұлов спорт тақырыбын әдебиетте де, журналистикада да кәсіби деңгейде жазып, биік сатыға көтерді. Бір Бердіқұлов «бешпетінен» шыққан журналистер тек спорт саласында ғана емес, жалпы журналистикада мыңдап саналады. Сондықтан болар, спорт тақырыбын жазатын үздік журналистерге тағайындалған жұлде де С.Бердіқұлов атында. «Жұмыр жерде теңбіл доп» (А., «Жазушы» (1968), «Аспаннан шұға жауған күн» (А., «Жазушы» (1975), «Арбаған мені бір сиқыр» (А., «Жалын», 1987), тағы басқа кітаптарының атауларының өзі бүгінде газеттерде, телерадио арналарында айдарға айналып, жұрт аузында мысал болып қалыптасып кетті [3].

Бүгінде интернеттегі спорт журналистикасы қарқыны бөлек. Бұл кезең блогерлерге сенетін, интернеттегі хабар-ошар арқылы жаңалық таратуға көшкен кез болып тұр. Әлі есімізде, Лондон Олимпиадасына блогерлерді көптеп жібердік. Олар да сенімнен шыққан, жоғарыда айтып кеткендей, біз үшін сәтті болған осы жарыстың басынан аяғына дейін лапылдатып жаңалықтты тараттық та отырдық. Бразилияда, Сочиде өткен Олимпиадада да осы жолмен жүрдік. Жиырмадан астам блогер аттанды Риоға. Бұдан не ұттық? Түк те.

Интернетке тән жылт еткен жаңалық жерде қалмай тез тарап жатты. Шағын, қысқа ақпараттар. Бәлкім, төрт жылда бір өтетін тарихи жарыстан кейінгі келесі олимпиада арасындағы цикл сәтті жалғасын тауып, жеткен жетістігіміз бен олқы тұстарымыз талданар, болашақ командаларымыз соған қарап болашағын тандар дегенбіз. Үміт ақталмады. Талдау

жасалмады. Әрине, өздігінен барып (бірі турист ретінде, бірі өз басылымдарының қаржысымен дегендей), бірен-саран шежіре дүниелерімен көрінген Н.Жүнісбаев, Қ.Рысбек, Б.Тайжан секілді кәнігі қаламгерлер болмаса, қайтер едік.

Өз қаражатына барғандарда тек туристік құқық қана болды: барлық спорт жарыстарына өз қалауымен барып көре алмады. Оны кейін біреулерден естіп немесе жарияланған БАҚ материалдары арқылы толықтырып жатты. Білгенін, көргенін емес, негізінен естігендерін жазды. Журналистика бұдан қалай дамиды?

Бұдан қандай қорытынды шығаруға болады: спорт журналистикасы хабар-ошар жеткізуші ұсақ-түйек шағын жанрлы журналистикаға айнала бастағандай. Талдау жоқ. Рио мен Токио арасында тура осындай күйді бастан кешіп отырмыз. Бұл олимпиада да жазатын, талдайтын, білікті журналистерді апармасақ, түбі қазақ спорт журналистикасы ұсақталып кететін секілді. Оның үстіне бүгінгі спорт журналистері кәсіби емес, журналистикаға өз аяқтарымен «келген» жанкештілер.

...Спорт туралы толыққанды, біліп, түйсініп жазатындар спорт саласынан білімі бар мамандар болған. Сол саланы оқып бітірген кәсіби журналистер. Мысалы, Несіп Жүнісбаев. Қазақ спортының шежіресін жазып жүр. Кезінде оқырман қауым іздеп жүріп оқыған «Үшінші раунд», «Футболмен тыныстаған Испания», «Мексикадағы футбол тойы», «Олимпийский маршрут» секілді кітаптардың авторы [4]. Несіп 1970 жылы С.М. Киров атындағы Қазақ Мемлекеттік университетінің журналистика факультетіне оқуға түсіп, 1975 жылы қызыл дипломмен бітіріп шығады. Ал 1996 жылы Қазақ дене шынықтыру институтын сырттай бітіріп, бапкер-ұстаз мамандығын алады. Он олимпиадалық ойындарға барып, қазақ спортының шежіресін мүсіндеп жүр. Футболдан әлем чемпионаттарының талайын өз көзімен көріп, «футболмен тыныстап қайтқан» спорт жанкүйері.

Қазақстан Республикасының спорт шебері, жоғары ұлттық дәрежедегі төреші, ҚР еңбек сіңірген жаттықтырушысы Н.Жүнісбаевтің спорт журналистикасында біліктілікпен, түбін қазып, терең жазып жүруі тек журналистика факультетінде жазып-сызуды үйреніп қана қою, тәжірибе жинақтаудан ғана емес, спорт саласында да арнайы білім алып, спорт түрлерін жан-жақты біліп, спорт психологиясын зерттеп шығуымен де байланысты. Оның үстіне, әлгінде айтып өткеніміздей, өзі де спортшы.

Қазақ спорт журналистикасының атасы Сейдахмет Бердіқұлов пен Несіп Жүнісбаевтың төл шәкірті Қыдырбек Рысбекұлы Қазақтың Абай атындағы педагогикалық институтының тарих факультетін бітірген. «Лениншіл жас» газетінің спорт бөлімінде Несіп ағасының қарамағында жұмыс істеп, спорт журналистикасының қыр-сырын үйренген. Артынан осы ағасының ізімен жүріп, Қазақ дене шынықтыру институтын сырттай бітіріп, арнайы білім алған. Міне, осы басымдық оның спорт туралы жазған барлық мақалалары мен кітаптарында, құрастырған жинақтарында («Қазақ балуандары», «Қазақ боксшылары») анық байқалады. Бүгінде Қыдырбек қазақ спортының тарихшысы деген ресми емес атаққа ие. Жеке өз басым спорт журналистикасында «спорт шежірешісі», «спорт тарихшысы», «бокс тарихшысы», «күрес тарихшысы» деген қосымша дәреже-атақтардың болғанын қалаймын. Өйткені, спорт журналисі белгілі бір спорт саласын терең зерттеп жазып жүрсе, ол саланы ол журналистен артық білетін ешкім жоқ деген сөз. Ендеше ол сол саланың білгірі, тарихшысы. «Қазақта қанша әлем чемпионы бар (олимпиадалық спорт түрлері бойынша қазақ жігіттерінен шыққан дүние жүзінің чемпиондары туралы)?», «Қазақтың білікті бапкерлері» атты дүниелер жазып, зерттеу жұмыстарын жүргізуде. Мұны арнайы – кәсіби білімсіз өзінше жазып шығу оғай болмас еді.

Жиырма жасында бокстан қазақ жастары арасында тұңғыш әлем чемпионы болған Б.Саттарханов туралы «Бекзат», қазақтың түйе балуаны Ә.Айханов туралы «Әбілсейіт» атты танымдық кітаптары да есте. Қыдырбектің қай дүниесін оқысаңыз да тек қаламы қарымды журналист қана емес, спортты өте жақсы білетін маман екендігі де байқалып тұра-

ды. Тіпті, осы жігіт жоғалып кеткен немесе түрлі себептермен өзге ұлт қатарында аталып жүрген атақты спортшыларды да өзінше ізденіп, зерттеп жүріп туған еліне қайтарғанын біреу білсе, біреу білмейді. Мысалы, ауыр атлетикадан ең ауыр салмақта Мәскеу олимпиадасының жеңімпазы (1980), әлемнің екі дүркін чемпионы (1979-1980), екі мәрте әлем рекордшысы, өткен ғасырдың сексенінші жылдары дүние жүзінің ең күшті адамы ретінде Гиннестің рекордтар кітабына тіркелген Сұлтан Сабырұлы Рахманов туралы. Қарақалпақстанда туылғандықтан өзбек болып жазылып кеткен этникалық қазақ, әкесі қазақтың қаңылы руынан, шешесі украин ұлтының өкілі. Мұндай азаматты іздеп табу үшін де спорттың тарихын, спорттың түрлерін жақсы білу аздық етеді, ізденгіштік қасиет те қажет [5]. Кезінде өзбек елінде туып Мюнхен Олимпиадасында чемпион атанған Әлжан Жармұхамедовті жұрт білді, бірақ оның қазақ екені осы Қыдырбектің жазбаларынан кейін ғана анықталып жатыр. Қазір қазақтан шыққан тұңғыш Олимпиада чемпионы кім десе, Әлжан Жармұхамедов деп жауап берер еді. Бұл да спорт тарихын шұқылап, зерттеген Қыдырбек Рысбекұлының спорт журналистикасына кәсіби тұрғыда қадам басқанынан деп есептеуге болады [6].

Ендігі бір спорт саласы бойынша арнайы білім алған журналист Төлеубек Қадырмолла. Бір қызығы, осы үш қаламгер де өз журналистік жолдарын «Лениншіл жас» (Төлеубек – «Жас Алашта») газетінде бастағаны. Бұл газет кезінде спорт басылымы рөлін орындаған. Газеттің талай жыл бойы бас редакторы болған Сейдахмет Бердіқұловтың өзі құр қол болмағанынан хабарымыз бар. Спорттың бірнеше түрін терең меңгерген, өзі де бірнеше спорт түрінде өнер көрсеткен. Осы кісі туралы кезінде «Сонау бір жылдары қазақ спорты тұралап, қиын шақтарды бастан өткеріп жүрген сәтте ұлтымыздың белгілі бір тұлғасының «Әттең Спорт комитетінің басына осы Сейдахметті отырғызса, қазақ спорты өркендеп-ақ кетер еді» деп жазыппыз [7]. Сол 1970-80-жылдардың өзінде Сейдахметтің спорт төңірегіндегі біліктілігі спорт шенеуніктерінің өзінен асып тұр ғой.

Біліктілік деген осы. Спорт журналисі үшін тек спортты біліп қана қою жеткіліксіз, оны іштей ұғыну керек. Бұл дегеніңіз спортпен «ауыру», спортпен өзі де шұғылдану деген сөз.

Төлеубекке қайта оралайық. Ол да спорт институтында оқып, спорттық білімін жетілдірген. Бүгінде «Қазақ спорты» газеті бас редакторының орынбасары. Талдамалы материал жазудан алдына жан салмай келе жатқан маман. «Аналитика жағынан Төлеубек Әділбекұлының беталысы жақсы. Төлеубек бүгінгі таңда сараптама мен спорт маманы қызметін қатар алып жүр. Бұл – құптарлық шаруа [7]».

Ресейлік белгілі журналист, Челябинь облысының бес рет ең үздік спорт журналисі атанған Михаил Араловец Оңтүстік Урал университетінің сайтында жарияланған сұхбатында спорт журналистерінің шамамен жүз пайызы бұрынғы спортшылар екенін, өзінің де баскетбол және шахматпен шұғылданғанын айта отырып, «ең маңыздысы – спортты жіліктей білу керек» деген ой айтады [8].

РГУФКСМиТ – Ресей мемлекеттік денешыңқтыру және спорт, жастар мен туризм университетінде филология және спорт журналистикасы кафедрасы бар. Бұл – аталған оқу орнында нағыз кәсіби спорт журналисі даярланады деген сөз [9]. Спорт журналисі В.Г. Кудрявцев те «журналистикаға көпшілігі спорттан келеді» десе, тағы да бір танымал спорт журналисі Елена Романова «жақсы спорт журналисі болу үшін өзіңіз шұғылданған спорт түрін ғана емес, қалғандарын да білуге тиіссіз» деп ашық айтады [9].

Шынында да, спорт журналистикасының тарихына үңіле қарасаңыз, спорт журналистерінің басым бөлігі спорттан келген. Сол Н.Озеров та, К.Махарадзе де, ағайынды Майоровтар да, В.Перетуриң де, В.Маслаченко да. Кешегі К.Генич те футболдан келген [10]. Бұл үрдіс Қазақстанда да бар. Қазақ футболын биік деңгейге жеткізген қазақ Пелесі – Т.Сегізбаевтың екінші мамандығы – журналист, Мәскеу Олимпиадасында көгалдағы хоккейден репортаж жүргізген тұңғыш қазақ Д.Омаров та доп тепкен. Н.Жүнісбаев пен Қ.Рысбекұлы

– тоғызқұмалақтан Қазақстанның спорт шеберлері. Тіпті, Несіп ағамыз Қазақстанның осы зияткерлік өнерінен тұңғыш чемпион да болған. Бүгінде табысты репортаж жасап жүрген комментатор Е.Мәулен де футбол ойнаған. Бұдан спортты жақсы жазып, елдің көңілінен шығып жүрген азаматтар спортты тек тамашалаушы емес екенін көреміз.

Белгілі ғалым Д.А. Туленков: «Сегодня современную журналистику можно представить как совокупность специализированных направлений, внутри которых есть еще более узкие специализации. ...Журналист, например, пишущий об академической гребле, должен знать историю своего вида спорта, политику международной федерации гребного спорта и Международного олимпийского комитета в отношении дисциплин академической гребли, экономические предпосылки и потенциал выступления той или иной команды на крупнейших регатах, культуру и тактику этого вида спорта, а также уметь работать с официальными сайтами по своей тематике» деп түйеді [10]. Бұған петерборлық спорт журналисі Борис Ходоровский де қосылады: «...Чтобы стать хорошим спортивным журналистом, нужно иметь богатый жизненный и спортивный опыт. Также необходима практика, тем более если человек учится на журфаке и мечтает стать спортивным журналистом, то он должен начать практиковаться с самого первого семестра. И в завершение могу добавить, что человек должен любить спорт и свою профессию, даже больше, чем себя» [11].

Біз неге бұл мәселені алға тартып отырмыз? Нағыз кәсіби спорт журналисін даярлау үшін оған кәсіби білім беру керек. Ол тек журналистиканың қыр-сырын ғана біліп қоймай, болашақ қалам тербейтін тақырыбын да оқып, тоқып шығуы тиіс деп санаймыз. Журналистика және саясаттану факультеті қолға алған «Спорт журналистикасы» оқу бағдарламасы осыны көздейді. Егер студенттер осы бағдарлама бойынша оқып шығатын болса, тек спорт журналисі болып қана емес, дене шынықтыру мен спортқа қатысты да терең білім алып шығады. Бүгінде тек блогерлік деңгейде дамып келе жатқан спорт журналистикасы С. Бердіқұлов, Н. Жүнісбаев, Қ. Рысбекұлы, С. Пірназар және Б. Тайжан секілді спортты терең талдап, спортшы психологиясын толық ашып, жұрт сүйетін шығарма береріне сенім мол.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Спорт. // Большая Олимпийская Энциклопедия / составитель В.Л. Штейнбах. - Москва, 2006. - 1754 с.
- 2 Алексеева И.А. История всемирного христианского молодежного движения в России. / И.А. Алексеев – Москва, 2007. - 248 с.
- 3 Қазақ спорты: кеше, бүгін, ертең. // Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары. 14 желтоқсан, 2018 жыл / Құраст.: Д. Дүйсебай, А. Қалдыбекова, Ш. Шәкенова – Астана: Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2019. – 207 б.
- 4 Қазақстан – спортшылар елі. // Энциклопедиялық анықтамалық. / Бас ред. Б.Ө. Жақып. - Алматы: «Сөздік-Словарь» ЖШС, 2009. - 106 б.
- 5 Қазақ спорты. // Қазақ әдебиеті: энциклопедиялық анықтамалық – Алматы: «Аруна Ltd.» ЖШС, 2010. - 272 б.
- 6 Рысбекұлы Қ. Олимпиада чемпионы Сұлтан Рахманов қазақ па?. / Қ. Рысбекұлы - «Ақжол» газеті, 19.01.2016 ж.
- 7 Спорттың комментаторы. // Қазақстан Республикасында кімнің кім екені: екі томдық анықтамалық. - Алматы, 2011. - 320 б.
- 8 Мен білетін Сейдаған. [Электронды ресурс] – URL: http://www.elarna.net/m/koru_kk.php?tur=10&id=129940#ixzz5ntC9PNIF (Қарастырған күні 12.05.2019)
- 9 Рысбек Қ. Қазіргі жастардың сөз саптауы және ізденістері туралы. // «Қазақ спорты: кеше, бүгін, ертең» Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары.

14.12.2018. – Астана: Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2019. – 209 б.

10 Туленков Д.А. Спортивная публицистика и спортивная журналистика: особенности специализированного направления. / Құраст.: Д.Дүйсебай, А.Қалдыбекова, Ш.Шәкенова – Астана: Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2019. – 207 с.

11 Новиков Д., Ходоровский Б. Нельзя научить человека журналистике, а спортивной – в особенности. [Электронды ресурс]. - URL: jf.spbu.ru > upload > files > file_1553588241_0762 (Қарастырған күні: 12.05.2019)

Д. Дүйсебай, Р.Е. Тасполатова

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан

Вопросы профессиональной подготовки спортивных журналистов

Аннотация. В статье рассматривается история казахстанской спортивной журналистики, анализируется история ее возникновения и навыки обработки текстов известных спортивных комментаторов. В статье рассматриваются понятия «спортивный комментатор» и «спорт», «спортивная журналистика», «казахская спортивная журналистика» в сознании казахов. Понятие «спорт» и «спортивная журналистика» стало известно в годы, когда Советский Союз стал частью Советского Союза. Во времена правления России из русских - Иван Поддубный, из казахов - Кажымукан Мунайтпасов сыграл историческую реальность в мире.

Российский спортивный обозреватель связывает «Маяк» со Всемирным союзом христианской молодежи (молодежи и молодежи), основанным в Санкт-Петербурге в 1900-х годах. Он был создан американским писателем Джоном Стоуксом. Эта организация существовала до Советского Союза. Его основной целью было обучение молодежи физкультуре. Казахстанская общественность сформировалась вместе с Советским Союзом и его широко распространенной идеей социализма.

Понятно, что термин спортивная журналистика зародился в России в терминах «советский спорт», «физкультура и спорт» и «спорт» на двух языках в казахстане. В данной статье авторы рассказывают о развитии, проблемах и перспективах казахстанской спортивной журналистики.

Ключевые слова: спорт, Desport, физическая культура, спортивная журналистика, спортивная журналистика в России, спортивная журналистика в Казахстане.

D. Duisebay, R.Ye. Taspolatova

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan

Issues of professional training of sports journalists

Abstract. The article discusses the history of Kazakhstani sports journalism, analyzes the history of its occurrence and the text processing skills of famous sports commentators. The article discusses the concepts of «sports commentator» and «sport», «sports journalism», «Kazakh sports journalism» in the minds of Kazakhs. The concepts of “sport” and “sports journalism” became known in the years when the Soviet Union became part of the Soviet Union. During the reign of Russia in Russia - Ivan Poddubny, of the Kazakhs - Kazhymukan Munaytpasov played historical reality in the world.

Russian sports columnist links Mayak to the World Union of Christian Youth (Youth and

Youth), founded in St. Petersburg in the 1900s. It was created by American writer John Stokes. This organization existed before the Soviet Union. His main goal was to teach youth physical education. Kazakhstani society was formed together with the Soviet Union and its widespread idea of socialism.

It is clear that the term sports journalism originated in Russia in the terms “Soviet sport”, “physical education and sport” and “sport” in two languages in Kazakhstan. In this article, the authors talk about the development, problems and prospects of Kazakhstan sports journalism.

Keywords: sports, Desport, physical education, sports, journalism, sports journalism, sports journalism in Russia, sports journalism in Kazakhstan.

References

- 1 Sport // Volshoi olimpiskoi ensiklopedi [Sport // Great Olympic Encyclopedia]. (Moscow, 2006, 1754 p.). [in Russian]
- 2 Alexeeva I.A., Istoriya vsemirnogo khristianskogo molodezhnogo dvizheniya v Rosii [History of the World Christian Youth Movement in Russia]. (Moscow, 2007, 248 p.). [in Russian]
- 3 «Kazakh sporty: keshe, bugin, erten» Khalykaralyk ghylymi-tazhiribelik konferensiya materialdary, 2018 zhyl, 14 zheltoksan [Kazakh Sport: Yesterday, Today, Tomorrow» materials of the International Scientific and Practical Conference, December 14.12. 2018], constr.: D.Duisebay, A.Kaldybekova., Sh.Shakenova [Compiled by: D. Duisebay, A. Kaldybekova, Sh. Shakenova], (L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, 2019, 207 p.). [in Kazakh]
- 4 Kazakhstan – sportshylar eli: Ensiklopedialyk anyktamalyk [Kazakhstan is a country of athletes: Encyclopedic information], / Senior ed. B.O. Zhacob («Sozdik-Slovar», Almaty, 2009, 106 p.). [in Kazakh]
- 5 «Kazakh ensiklopediyasy» // «Kazakh adebieti: Ensiklopediyalyk anyktamalyk» [«Kazakh Encyclopedia» // «Kazakh Literature: Encyclopedic information»]. («Aruna Ltd.» ZhShS, Almaty, 2010, 272 p.). [in Kazakh]
- 6 Rysbekuly K. «Olimpiada shempiony Sultan Rakhmanov Kazakh pa?» [Olympic champion Sultan Rakhmanov is a kazakh?]. («Akzhol», 19.01.2016). [in Kazakh]
- 7 Spotyktyn kommentatory [Sports Commentators], Kazakhstan Respublikasynda kimnin kim ekeni? [Who is who in the Republic of Kazakhstan?]: Eki tomdyk anyktamalyk [Two-volume provocator], (Almaty, 2011, 320 p.). [in Kazakh]
- 8 Men biletin Seydagan [Sedagan, that I knew], [Electronic resource] Available at: http://www.elarna.net/m/koru_kk.php?tur=10&id=129940#ixzz5ntC9PNIF (Accessed: 12.05.2019) [in Kazakh]
- 9 Rysbek K. «Kazirgi zhastardyn soz saptauzy zhane izdenisteri turaly» // «Kazakh sporty: keshe, bugin, erten» Khalykaralyk ghylymi-tazhiribelik konferensiya materialdary [Judgment and search of modern youth» // «Kazakh sport: yesterday, today, tomorrow» materials of the International scientific-practical conference]. (L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, 2019, 207 p.) [in Kazakh]
- 10 Tulenkov D.A. Sportivnaya publisistika i zhurnalistika: osobennosti spetsializirovannogo napravleniya [Sports publicity and Sports Journalism: Features of the Specialized Direction], kurast.: D.Duisebay, A.Kaldybekova., Sh.Shakenova [Compiled by: D. Duisebay, A. Kaldybekova, Sh. Shakenova],(L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, 2019, 207 p.). [in Russian]
- 11 Novikov D., Khodorovski B. Nelzya naushit cheloveka jurnalistike, a sportivnoi – v osobennosti [You can’t teach a person journalism, and sporting- in particular]. [Elektronik resurs] Available at: [jf.spbu.ru › upload › files › file_1553588241_0762](http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1553588241_0762) (Accessed: 12.05.2019) [in Russian]

Авторлар туралы мәліметтер:

Дүйсебай Д. – Журналистика және саясаттану факультетінің «Телерадио және қоғаммен байланыс» кафедрасының аға оқытушысы, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қ.Сәтбаев көш. 2, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Тасполатова Р. – Әлеуметтік ғылымдар факультеті «Денешынықтыру және спорт» кафедрасының аға оқытушысы, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қ.Сәтбаев көш. 2, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Duisebay D. – Senior Lecturer of Teleradio and Public Relations department of the faculty of Journalism and Political Science, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Satpaytv street, 2, Nur-Sultan, Kazakhstan.

Taspolatova R. – Senior Teacher of Physical Education and Sport department of the faculty of Social Science, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Satpaytv street, 2, Nur-Sultan, Kazakhstan.

МРНТИ 19.01.11

Г.Н. Трофимова¹, Г.П. Петров², В.В. Барабаш³

Российский университет дружбы народов, Москва, Россия

(E-mail: ¹gnt@mail.ru, ²greg314314@mail.ru, ³barabash.victor@gmail.com)

Этноориентированная журналистика в билингвальном медиапространстве Саха-Якутии

Аннотация. В данном исследовании рассматриваются опосредованные коммуникации и журналистика в северном регионе России. Это Якутия, у которой 13 арктических поселений. Этническая журналистика рассматривается в призме актуальных проблем двуязычия, что влияет на функционирование СМИ и, как следствие, позволяет сформулировать основные принципы этноориентированной журналистики. Двуязычие (многоязычие), в связи с растущим взаимодействием экономических, научных, культурных и политических интересов, все больше определяет успешность взаимодействия СМИ. Приведены различия в этножурналистике и этнической журналистике; в статье представлены примеры двуязычной интерференции. Авторы исследуют различные типы СМИ в Республике Саха (Якутия) с целью создания медиа-язычной модели для аудитории, которая формирует новую культуру.

Ключевые слова: этноориентированная журналистика, двуязычное медиасообщество, формирование новых медиа, Республика Саха (Якутия), языковая интерференция.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2019-128-3-22-38>

Введение. Развитие журналистики в многонациональном сообществе в условиях глобализации и информатизации неизбежно актуализирует проблему осуществления всех функций СМИ в массовой аудитории, которая существует в условиях двуязычия и даже многоязычия. В то же время центральные СМИ функционируют в основном на русском языке, а также на якутском языке. Тем самым якутская журналистика по многим параметрам может быть отнесена к журналистике этнической. Ее рассмотрение через призму актуальных вопросов билингвизма затрагивает не только тематику, но и специфику формирования и восприятия массовой информации. Так, следует признать, что билингвизм влияет на функционирование СМИ и в результате позволяет сформулировать основные принципы этноориентированной журналистики.

Постановка задачи. Таким образом, исследование должно осуществляться в междисциплинарном соединении этнологии, массовой коммуникации, исследований в области функционирования СМИ, а также филологии и лингвистики. Рассматривать эту проблему нужно, опираясь на труды С. Бенхабиба, К. Вильсона, Н. Глейзера, М. Кастьяса, К. Кортеса, Ю. Хабермаса, С. Хантингтона, посвященные вопросам общей теории и практики массовой коммуникации, глобализации и геополитики, мультикультурализма и социологии этнических групп. В работах по этнологии С.А. Арутюнова [3], Ю.В. Бромлея [6], В.И. Козлова [24], С.М. Широкогорова [47] формируются теоретические концепции и подходы к изучению этносов, их этнической культуры, а также работы ученых, специализирующихся на вопросах гражданской и этнической идентичности, культурного и религиозного многообразия Российской Федерации, связи этнических концептов и других сфер общественной жизни, в том числе журналистики (В.А. Тишков, В.К. Малькова [44]). Важным аспектом изучения взаимодействия СМИ и этнического является репрезентация образа этносов и этнических групп в СМИ (Е.К. Рева, О.В. Тихонова, А.А. Гладкова [35]). Также проблемы взаимодействия этносов, этнической культуры и СМИ в своих трудах анализируют С.И. Августевич [1] и П.Ф. Потапов [33].

Теоретическое обоснование и методология. О взаимодействии журналистики и этнической системы как двух социальных институтов пишут в своих трудах И.М. Дзялошинский [17], Е.П. Прохоров [34], С.Г. Корконосенко [26], А.А. Грабельников [16], И.Н. Блохин [4] и др. Проблемы формирования новых медиа подробно рассматривает Е.Л. Вартанова, считая их «мощным и влиятельным сегментом медиаструктуры, обуславливающим модернизацию СМИ» [12, с. 38]. Различным аспектам интернет-журналистики, в частности, сочетанию традиционного и инновационного, посвящены работы А.А. Калмыкова, Л.А. Кохановой, М.М. Лукиной [22] и др. Понимание новых медиа как пространства для создания уникального многомерного контента, который не может быть представлен в традиционных формах в силу сложной технологической специфики характерно для О. Стинса и Д. Вана Фухта [43].

Этническая журналистика как часть СМИ в аспекте мультикультурализма активно изучается учеными во многих странах мира (Д. Браун, Б. Бриггз, С. Вильсон, Ф. Гутиерез, П. Кобли, К. Кортес, Э. Мицкевич, К. Томсон, Ч. Файерстоун, Р. Харрис и др.). В российской современной науке эти вопросы рассмотрены в трудах В. Воронкова, Б. Герушинского, Ц. Дариевой, И. Дзялошинского, О. Карпенко, В. Титова, М. Тлостановой, А. Шевченко. Особенно подробно разбираются проблемы толерантности как важнейшего принципа этнической журналистики (работы С. Виноградовой, Д. Ганцевой, Я. Засурского, И. Засурского, Г. Лазутиной, А. Леонтьева, В. Мальковой, Р. Овсепяна, Е. Прохорова, И. Следзевского, В. Филиппова, В. Хабенской). Так, в частности В. Малькова детально разбирает проблемы массовой коммуникации этнических групп. Свои модели интеграции этнических принципов в журналистике предлагают как западные, так и российские исследователи (А. Давила, В. Дахин, Н. Глейзер, Ж. Зайончковская, В. Иноземцев, М. Калишевский, Р. Коадик, Р. Козловский, К. Корякин, В. Малахов, В. Мукомель, А. Шмидт, О. Щедрина и др.

Уделяя большое внимание внутренним взаимосвязям СМИ и этничности, В. К. Малькова исследует функционирование «этнических» каналов СМИ, специфику аудитории, на которую направлена этническая информация, правовые и этические требования к этнической журналистике, собственно контент, тематику этнических публикаций и пр. [2, 45 с.]. Исследователь выделяет несколько направлений изучения современной российской медиасистемы с точки зрения освещения этнических и межэтнических проблем: освещение этнокультурной жизни и межэтнических и межконфессиональных отношений; формирование этнической идентичности; освещение в прессе этнополитических и миграционных процессов и ситуаций [2, 49 с.].

По мнению И. Н. Блохина, к этнической журналистике относятся СМИ, тематикой которых являются особенности жизни и культуры других народов, а также сами СМИ этнических меньшинств или диаспор, издающиеся на национальных языках [4, 13 с.]. О. А. Богатова уточняет, что главной задачей этнических СМИ «является освещение этнических проблем или реализация этнокультурных потребностей этнических групп» [5, 58 с.]. В то же время Н. А. Кондакова относит к этнической журналистике СМИ на разных языках российских этносов, кроме русского [25, 16 с.]. С. И. Августевич предлагает отличать этническую журналистику от этножурналистики [1] по их направленности: этническая журналистика работает на языке этносов и обслуживает внутренние интересы этих этносов, а этножурналистика призвана рассказывать о разных этнических культурах всем, интересующимся ими. Более пристально сегодня изучается именно этническая журналистика как в контексте печатных периодических изданий, издаваемых в регионах России (Л.Г. Свитич, О.Г. Сидоров, О.В. Смирнова [37]), так и в системе печатных и электронных СМИ (А.А. Гладкова, Д.Ю. Кульчицкая, Н.М. Лазутова, Т.С. Черевко [15]). Так, А.А. Гладкова подчеркивает всестороннее внимание именно к СМИ на языках различных этнических групп России [14, 297 с.]. Этническая журналистика Якутии начала свое активное развитие в 80-е

годы, что П.Ф. Потапов охарактеризовал как период «взбунтовавшейся этничности» или «нового национального возрождения» [33, 20 с.].

Сегодня под воздействием многих объективных и субъективных причин особый интерес исследователей вызывает специфика медиатекста, который, по мнению И.В. Ерофеевой, «аккумулирует виртуальное духовное бытие, имманентно нацелен на аксиологическую репрезентацию, является уникальной лабораторией по синтезу и трансляции ценностей» [18, 101 с.]. Все это реализуется в тексте через языковую специфику. Как считает Ю. В. Бромлей, «язык, как и другие знаковые средства культуры, наряду с сигнификативной выполняет и коммуникативную функцию. Эта функция культуры имеет особое значение для этносов, обеспечивая каждому из них характерные информационные связи – специфический способ передачи этнокультурной информации» [6, 12 с.]. В комплексе формируется специфическая языковая картина мира, которая отражает мнение Л. Вайсгербера о том, что «в языке конкретного сообщества живет и воздействует духовное содержание, сокровище знаний, которое по праву называют картиной мира конкретного языка» [12, 187 с.] .

Особая языковая картина мира формируется у тех, кто оказывается в ситуации одинаковой значимости двух языков. Впервые об этом заговорили западные исследователи У. Вайнрайх [10, 124 с.] и Э. Хауген [50]. Затем изучение билингвизма стало многоаспектным. С точки зрения лингвистики проблему изучали Э.М. Ахунзянов, У. Вайнрах, Л.В. Щерба, В.А. Виноградов, Е.М. Верещагин, Г.В. Колшанский. Исследования А. Лурия, А.А. Леонтьева, Е.М. Верещагина, Н.В. Имедадзе легли в основу психолингвистического подхода к билингвизму. Безусловно, во главу угла был поставлен вопрос о высоком уровне владения обоими языками и необходимости использовать их в коммуникации. При этом Л.Л. Нелюбин акцентирует владение двумя языками [29], А.Д. Швейцер уточняет, что первым языком обычно считается родной, а вторым – не родственный, но широко употребляемый той или иной этнической общностью. При этом степень владения различными видами коммуникативной деятельности на разных языках - устным разговорным или письменным литературным - может быть разной [46, 76 с.]. У. Вайнрайх признает двуязычием навыки попеременного пользования двумя языками [9, 32 с.], а В.Ю. Розенцвейг объединяет эти стороны билингвизма как «владение двумя языками и регулярное переключение с одного на другой в зависимости от ситуации общения» [36, 9 с.]. О том же говорит и А.А. Бурыкин, трактуя билингвизм как «функционирование двух языков для обслуживания нужд этнического коллектива и его отдельных членов, который отличается от простого знания еще одного языка наравне с родным тем, что предполагает возможность пользоваться разными языками в различных жизненных ситуациях [7]. В то же время важно понимать, что просто владение иностранными языками, даже на уровне коммуникации, не является признаком билингвизма, речь идет о владении языком на уровне культурных кодов и формирования языковой картины мира [23]. Ближе всего к этому подошел Л.В. Щерба, который под билингвизмом или двуязычием понимал способность принадлежать одновременно к двум различным языковым группам, когда, например, в семье употребляется один язык, а в обществе – другой, и «люди постоянно переходят от одного языка к другому и употребляют то один, то другой язык, сами не замечая того, какой язык они в каждом данном случае употребляют» говорят о смешанном двуязычии [48, 290 с.]. Такой вид билингвизма А.А. Залевская и И.Л. Медведева определяют как естественный (бытовой), в отличие от искусственного (учебного) двуязычия (билингвизма). При этом подразумевается, что языки как часть культуры усваиваются с рождения в естественной обстановке через широкую речевую практику с помощью окружения, тогда как иностранный язык «выучивается» при посредстве волевых усилий и с использованием специальных методов и приемов [21, 7 с.]. Еще дальше пошла С. Эрвин-Трипп, предложив свою модель двух типов двуязычия у его носителей: совмещенное (comprand) и соотносительное, или координативное (coordinate) двуязычие.

В первом случае носитель языка смешивает элементы двух языков, речь его нередко получается смешанной, а во втором случае производство текстов на каждом из языков происходит самостоятельно, их содержание лишь координировано, соотносимо на двух языках. Причину существования этих двух типов двуязычия Эрвин-Трипп видит в типах соотношения двух языковых систем в сознании и речевой деятельности носителя двуязычия [49, 341 с.]. Наконец, У. Вайнрайх классифицирует двуязычие по трем типам: составной билингвизм, когда для каждого понятия есть два способа реализации (характерно для двуязычных семей), координативный, когда каждая реализация связана со своей отдельной системой понятий (в ситуации существования диаспор), и субординативный, когда система второго языка полностью выстроена на системе первого (при обучении иностранному языку) [10, 276 с.]. Е.М. Верещагин определяет три уровня развития билингвизма: рецептивный (понимание речевых произведений), репродуктивный (умение воспроизводить прочитанное и услышанное) и продуктивный (умение не только понимать и воспроизводить, но и строить цельные осмысленные высказывания) [13, 125 с.]. К факторам, влияющим на выбор одного из языков для общения, относят социальную сферу общения, коммуникативную ситуацию, отношения между участниками общения, моментное эмоциональное состояние коммуникантов, а также отсутствие эквивалентности между языковыми единицами [31]. А.А. Бурькин при этом отмечает, что важной чертой билингвов является свобода выбора языка общения в любой ситуации с опорой на культурную мотивировку. Со временем эти стереотипы приобретают предписывающий статус и превращают акты коммуникации, сопровождающиеся сознательным выбором языка, в аналог ритуала [8].

Подобная междисциплинарность обусловила и сочетание таких научных методов, как контент-анализ, сравнительно-сопоставительный, типологический, культурологический анализ. Обозначенные методы и обращение к вышеизложенному теоретическому материалу позволяют комплексно подойти к исследованию влияния билингвизма на функционирование СМИ и развитие журналистики в многонациональном регионе Саха-Якутия, результаты которого проявляются в качестве репрезентации этнической культуры в журналистских текстах, принадлежащих разным типам СМИ.

Результаты и их обсуждение. Известно, что этнос – это, согласно словарным определениям, «исторически сложившаяся на определенной территории устойчивая совокупность людей, обладающая общими чертами и стабильными особенностями культуры, включая язык, а также сознанием своего единства и отличия от других подобных образований» [20, 856 с.]. Коренные народы, населяющие Якутию, являются одним из важнейших субъектов государственной национальной политики. В связи с их малочисленностью, сохранением традиционного образа жизни, хозяйствования и промыслов данные этносы объединены в укрупненную группу вместе с якутами как основным коренным народом региона. Особую значимость приобретает их уникальная этническая культура, требующая особенно бережного к себе отношения вследствие процессов глобализации. И в этом аспекте наиболее устойчивым фактором оказывается родной язык, который выступает и как хранитель этнической культуры, и как один из ее важнейших созидающих компонентов. При этом этническая культура включает в себя совокупность элементов материальной и духовной культуры этноса, являющихся основным этнодифференцирующим признаком. В состав компонентов этнической культуры входят те, для которых характерны традиционность и устойчивость: обычаи, обряды, народное искусство, нормы поведения и т. п. [20, 789 с.] Журналистика Саха-Якутии как важный социальный институт играет существенную роль в процессе поддержки, сохранения, развития самобытных этнических культур. В основе устойчивости якутской этнической культуры лежит традиция передачи культурных кодов как внутри поколений, так и через поколения. Это определяет реальную потребность аудитории в этноориентированных билингвальных СМИ.

Понимание особенностей этнической культуры позволяют СМИ учесть ценности, имеющие важнейшее значение для представителей этнической массовой аудитории, которая обладает самобытной духовной и материальной культурой и фиксирует ее в языке. Специфика восприятия этнической массовой аудитории также детерминируется этнической культурой Немаловажно и этническое самосознание как акцентирование единства представителей определенной этнической группы, а также территориального единства, связанного с обладанием общей территорией [27, 26 с.].

Журналистика, безусловно, активно занимается этническими и межэтническими вопросами, которые становятся особенно острыми в условиях развития многонационального государства. По официальным данным в Республике Саха (Якутия) функционируют 374 средства массовой информации [45]. Из них – 168 газет, 97 журналов, 46 телевизионных программ, 51 радиопрограмма, 4 информационных агентства (SakhaNews, Якутия 24, SakhaLife и Якутское-Саха информационное агенство). В Республике функционируют и государственные, и собственные республиканские издания. Издаются такие общероссийские издания, как «Аргументы и факты на Севере», «Комсомольская правда – Якутск» и «Московский комсомолец – Якутия», которые помимо федеральной информации освещают внутриреспубликанские события.

К государственному сегменту якутских газет относятся газеты «Якутия» на русском языке, «Саха Сирэ» на якутском языке и Якутское-Саха информационное агенство (ЯСИА), которые издаются республиканским информационно-издательским холдингом «Сахамедиа», а также газеты «Илкэн», «Забота-Арчы» и 35 районных (улусных) редакций. Якутское Саха-информационное агенство (ЯСИА) – основной источник информации о событиях в Республике Саха (Якутия). Новости о жизни в Республике ЯСИА публикуются на трех языках — якутском, русском, английском. На портале Якутского-Саха информационного агенства ежедневно публикуется 50-80 информационных сообщений на якутском, русском и английском языках. Информация от ЯСИА распространяется новостными лентами Рамблер, Яндекс, Майл Ру, Регнум, РИА «Новости», ИТАР-ТАСС, Интерфакс, других российских информагентств и СМИ, всех республиканских и улусных печатных и электронных СМИ. Для детей и юношества выпускаются газета на якутском языке «Кэскил» и «Юность Севера» (русскоязычный аналог этой же газеты), которые тоже входят в редакции газет «Якутия» и «Саха Сирэ». Официальная деловая газета «Ил Түмэн» публикует новости Государственного Собрания (Ил Түмэн) Республики Саха (Якутия).

Негосударственный сектор периодики представляют еженедельники «Якутск вечерний», «Кыым», «Наше время», «Орто дойду», «Она+», «Молодежь Якутии», «Спорт Якутии», журналы «Журфикс», «Охота в Якутии», «Хатан», «Курулгэн. В негосударственный медиахолдинг «Ситим» входят общественно-политический еженедельник «Кыым» («Искра»), газеты «Молодежь Якутии», «Спорт Якутии», «Ваше право», литературный альманах «Кюрюлгэн» («Водопад»), журналы «Хатан» («Закаленный»), «Байдам» («Благополучие»), «Здоровье есть», информационные агенства «Якутия 24» и «Кыым.ру».

По территориальному признаку современные печатные СМИ в Республике Саха (Якутия) подразделяются на республиканские, городские и районные (улусные). В Республике выпускаются 5 республиканских газет («Якутия», «Саха сирэ», «Забота-Арчы», «Кэскил», «Юность Севера», «Илкэн»), 19 городских газет («Ил Түмэн», «Якутск Вечерний», «Она +», «Наше время», «Кыым», «Молодежь Якутии», «Из рук в руки», «Голос профсоюза», «Коммунист», «Спорт Якутии», «Туймаада уоттара», «Кылыһах», «Ленский водник», «Все для вас», «Вторник. Реклама-бизнес», «Некоммерческий вестник Якутии», «Эхо столицы», «Ваше право», «Киин куорат»), 16 городских журналов («Байанай», «Журфикс», «Илгэ», «Илин», «Ангел в ладошке», «Көмүөл», «Ковровый центр», «Сезон идей», «Вестник Республиканского хореографического училища», «Наука и образование», «Народное

образование Якутии», «Предприниматель Якутии», «Якутск строительный», «Эксперт цен», «Якутский медицинский журнал», «Саха-спорт») и 35 улусных (районных) редакций. Выпускаются городские издания: «Город Якутск», «Эхо столицы», «Киин куорат» («Центральный город») и «Якутск Вечерний», ряд многотиражек, а также 35 районных (улусных) газет.

Принятое разграничение этножурналистики и этнической журналистики, хотя и имеет основания, но выражено недостаточно четко и опирается на эксплицитное выражение этнической составляющей журналистского контента. Этножурналистика посвящена проблемам межнациональных отношений, рассказывает о других этнических культурах и адресована аудитории, интересующейся национальными отношениями, независимо от ее этнической принадлежности. В ней этнический компонент размыт в огромном информационном потоке, который формируется самыми разнообразными СМИ, от специализированных до общественно-политических. Этническая журналистика способствует самопознанию аудиторией своего этнического бытия, консолидации этноса, сохранению и развитию его культурной самобытности. Как правило, это СМИ на языке этносов, ее адресатом прежде всего являются представители собственных этносов. Такие СМИ могут быть правомерно названы этническими СМИ. Они не только являются частью культуры этноса, но и активно влияют на ее дальнейшее развитие, на сохранение этнической идентичности, на взаимовлияние и взаимопроникновение культур этносов. Их можно назвать зеркалом, в котором окружающая действительность, события, явления отражаются через этническое сознание. Следовательно, и языковая картина мира имеет в таких СМИ субъективно-национальный характер, ярко выраженную национальную окраску, поскольку акцентирует внимание на тех национальных признаках, явлениях, действиях, которые представляют особый интерес для этнической аудитории.

Этническая печать в Республике Саха-Якутия в наше время многообразна и популярна. Это журналы «Илин» («Восток») и «Байанай», газеты «Кыым» («Искра») и «Илкэн», которые нацелены на сохранение культур коренных этносов, их взаимообогащение, расширение межкультурных связей. Газета «Кыым» издается на якутском языке и имеет много рубрик, посвященных традициям, обычаям, этническим культурам малых народов: «Номох» («Легенда») – народные легенды, мифы и предания; «Күлүк» («Тень») – рубрика о духах, потустороннем мире абааһы (приведений); «Сонор» («Время охоты») – рубрика о национальной охоте и животных; Дьылба («Судьба») – невероятные истории из жизни самых разных людей – от шаманов до политических деятелей; «Тэбэнэт» («Озорство») – интервью и рассказы об одаренной якутской молодежи; «Аймах» («Родство») – рубрика о родственниках якутам национальностях, культурах, языках; «Итэбэл» («Религия») – рубрика о якутской религии, верованиях, «Үгэс» («Традиции») – рубрика о традициях предков. Газета имеет и свою сетевую версию на сайте www.kuym.ru.

Историко-географический, культурологический журнал «Илин» выходит на якутском и русском языках. Каждый выпуск посвящен какой-нибудь определенной проблеме, историческому событию или персонажу: Например: Дням Республики Саха (Якутия) в Москве и Санкт-Петербурге – в №4 за 2012 г.; монгольскому полководцу Чингисхану – в №1 за 2010 г.; якутским просветителям Платону Ойунскому и Алексею Кулаковскому в №2 за 2009 г. Журнал публикует материалы о персонах, определяющих и формирующих духовную картину Республики, реализует информационную поддержку развития национальной культуры и образования, изучения богатейшей истории Саха-Якутии. Республиканская газета коренных малочисленных народов Севера «Илкэн» освещает жизнь северных народов на всех пяти языках коренных малых северных народов Якутии: чукотском, юкагирском, долганском, эвенском и эвенкийском. Но большинство статей выходят на государственных языках: русском и якутском как на языках межнационального общения. Журнал «Байанай»

посвящен особенностям национальной охоты и рыбалки. Охота и рыбалка у якутов издревле имели большое значение, поэтому эта тема является наиболее излюбленной и популярной в Якутии. У издания также есть сетевая версия на сайте www.bayanaу.info. Якутский общественно-политический еженедельник «Кыым» специализируется на этнической теме в формате житейских историй или легенд («Номох»).

Этническая тема является весьма популярной не только в печатных СМИ, но и на телевидении и радиовещании. Это прежде всего государственные общедоступные телеканалы «Первый», «Россия», «Россия-К», «Россия-2», «Россия-24», «НТВ». По территориальному характеру телевидение в Якутии делится на республиканские и городские каналы. К городским каналам относятся такие каналы Якутска, как «Саха 24» с сетевым партнером «СТС», «ТВК 24-Якутск» на основе канала «ТВК 24», «Стерх ТВ», «Рен-Якутск» с партнером «СТС», «Якутск-ТВ», «Мой Спорт». Также в республике функционирует филиал Всероссийской Государственной Телевизионной и Радиовещательной Компании (ВГТРК). Компания является одним из основных электронных средств массовой информации в регионе, была создана в процессе разделения Саха-Якутской телерадиовещательной компании на федеральную (ГТРК) и региональную (НБК Саха) компании. В якутском филиале ВГТРК начала выходить ежедневная информационная программа «Вести-Саха», и начал вещание информационный канал на «Радио России» на русском и якутском языках.

Единственный республиканский канал, доступный по всей республике, – это национальная вещательная компания «Саха», которая имеет свои филиалы в 34 районах (улусах) республики. Телекомпания НБК «Саха» - это единственный телеканал, вещающий на языках народов Севера. Существенный вклад в развитие этнической темы вносит телерадиоканал НБК «Саха». На телеканале выходят такие передачи, как «Музыкальная культура якутского народа» (о народном эпосе олонхо), «Творческие портреты якутских писателей», «С Якутском связанные судьбы», «Воспетый русской музой город мой», цикл передач на якутском языке «Кэпсиэ» («Расскажи»), посвященных популяризации языка и культурных традиций народа саха, просветительская передача «Геван», что в переводе с эвенского означает «рассвет», цикл очерков «Дойдум дьоно» («Люди моей Земли»).

Новые медиа, наряду с прессой и телевидением, обладают и качественно, и количественно новыми возможностями поддержки и освещения этнической культуры коренных малочисленных народов Якутии. В Республике существуют четыре информационных агентства, которые, конечно же, имеют свои официальные сайты: SakhaNews (<http://www.1sn.ru/>), Якутия 24 (<http://yakutia24.ru/>), SakhaLife (<http://sakhalive.ru/>) и Якутское-Саха информационное агентство (<http://ysia.ru/>). Многие популярные традиционные печатные издания имеют свои официальные сетевые версии: «Якутия» (<http://www.gazetayakutia.ru/>), «Саха Сирэ» (<http://sahasire.ykt.ru/>), «Кыым» (<http://www.kyym.ru/>), «Якутск Вечерний» (<http://www.vecherniy.com>), детские газеты «Кэскил» и «Юность Севера» (<http://detstvosevera.ru/>), «Эхо Столицы» (<http://www.ехо-ykt.ru/>), «Киин Куорат» (<http://www.kiin-kuorat.ru/>), «Ил Түмэн» (<http://news.iltumen.ru/>), «Она+» (<http://ona-plus.ru/>), «Наше время» (<http://nvpress.ru/>), «Журфикс» (<http://jurfix.ykt.ru/>), «Байанай» (<http://www.bayanaу.info/>), «Илин» (<http://ilinjournal.com/>), «Ленский водник» (<http://www.lorp.ru/mag>), «Наука и образование» (<http://science.ykt.ru/index.php?newsid=47>), «Якутский медицинский журнал» (<http://ymj.ykt.ru/>). Национальная вещательная компания «Саха» также имеет свой сайт - <http://nvk-online.ru/>, где можно посмотреть видеосюжеты телевидения и послушать радио «Саха». Наконец, наиболее популярные интернет-СМИ, не имеющие традиционных изданий, - это <http://www.ykt.ru/>, <http://yakutia.info/>, <http://sakhapress.ru/>, <http://yakutiamedia.ru/>.

Функционирование этнических СМИ Саха-Якутии определяется спецификой аудитории, на которую направлена этническая информация, правовыми и этическими требованиями к этнической журналистике, собственно контентом, тематикой этнических публи-

каций и пр. Большую часть этой аудитории составляют билингвы, которых интересуют этнические и межэтнические проблемы, этнокультурная жизнь и межэтнические и межконфессиональные отношения, этническая идентичность, этнополитические и миграционные процессы и ситуации.

К этнической журналистике относятся те СМИ Якутии, тематикой которых являются особенности жизни и культуры якутских народов, а к этножурналистике – СМИ этнических меньшинств или диаспор, издающиеся на национальных языках. Этническая журналистика создается на якутском языке или – реже - на языке местных этносов и обслуживает внутренние интересы всех этносов, а этножурналистика рассказывает о якутских этнических культурах всем, интересующимся ими. В то же время возникает вопрос, имеет ли этноспецифику та якутская журналистика, которая не является этнической и не освещает специфически направленные тексты, но работает с якутской аудиторией. Ведь особая языковая картина мира формируется у тех, кто оказывается в ситуации одинаковой значимости двух языков: русского и якутского. И формируется она не только под эксплицитным воздействием тематики, но и имплицитно, на уровне смысловых и интерпретационных взаимодействий, в условиях равноправного функционирования двух языков, - русского и якутского - которые объединяют все этносы, населяющие Саха-Якутию. Билингвизм определяет этническую специфику и того сегмента якутской журналистики, который функционирует на русском языке и не освещает напрямую этнокультуру якутских народов. В таком контенте этнический компонент проявляется в журналистских текстах имплицитно, так как они и написаны местными журналистами, и предназначены для якутской аудитории в целом. Тем самым билингвизм становится ключевым фактором возникновения и развития билингвальной этноориентированной журналистики. Ее аудитория - представители этносов, населяющих регион Саха-Якутию, которые постоянно переходят со своего автохтонного языка на якутский и русский и обратно, употребляют их попеременно, практически не замечая того, когда и какой язык они употребляют. Такой билингвизм является смешанным. То же самое наблюдается и в якутской журналистике, авторы которой ненамеренно, но спонтанно смешивают элементы разных языковых систем.

Так, в билингвальной журналистике две языковые системы обслуживают нужды массовой якутской аудитории наравне, что объясняется их принадлежностью к двум различным языковым группам одновременно, когда, например, в семье употребляется один язык, а в обществе – другой, и «люди постоянно переходят от одного языка к другому и употребляют то один, то другой язык, сами не замечая того, какой язык они в каждом данном случае употребляют». В таких условиях языки как часть культуры усваиваются с рождения в естественной обстановке через широкую речевую практику в самых разных коммуникативных ситуациях, в том числе в общении со СМИ. С другой стороны, при формировании и изучении таких журналистских текстов следует учитывать и присутствие косвенных признаков составного билингвизма, когда для каждого понятия есть два способа реализации. В ситуации смешения двух или нескольких культур билингвизм формируется и как рецептивный (понимание речевых произведений), и как репродуктивный (умение воспроизводить прочитанное и услышанное), и как продуктивный (умение не только понимать и воспроизводить, но и строить цельные осмысленные высказывания). Билингвизм объективно необходим для медиасуществования в Якутии различных этносов и культур. Конечно, каждый якутский этнос видит в своем языке олицетворение всех своих культурных достижений, свое этническое своеобразие и уникальность, однако тенденции глобализации приобретают все большее значение в развитии современного региона Саха-Якутия. Двуязычие (многоязычие), обусловленное возрастающим взаимодействием экономических, научных, культурных и политических интересов, все больше определяет успешность медиавзаимодействия. При том, что российская языковая политика безусловно и правомерно на-

правлена на возрождение коренных национальных меньшинств, тем не менее современные условия развития информационных технологий и единого медиапространства влияют на то, что, как и многие другие территории России, Саха-Якутия выбирает в качестве нормы общения двуязычие, а значит, и местные, и якутский, и русский языки одинаково значимы для развития якутской журналистики. В этих условиях билингвизм становится особой лингвистической системой сознания, при которой носитель двух и более языков – это не сумма знаний по поводу этих языков, а уникальная и специфичная лингвистическая система. Для журналистов, работающих в якутских СМИ на русском языке, билингвизм как процесс овладения вторыми языками и вторыми культурами (в современном понимании лингвокультурами) является своеобразной доминантой журналистского творчества, реализующегося в процессе постепенной адаптации к лидирующей культуре, но без отказа от нативной языковой идентичности. Тем самым предлагается наиболее приемлемая медиалингвальная модель для аудитории, формирующей новую культуру. В ходе формирования билингвального медиапространства осуществляется кросс-культурное взаимодействие аудитории и СМИ. При этом наблюдается равноправная координация родного и неродных языков, при которой говорящий мыслит и проходит подготовительные ступени речи одновременно на нескольких языках, переход на акустический или графический код сопровождается интерференционными явлениями не только в фонетике, но и в лексике, синтаксисе. С другой стороны, якутская журналистика формируется в условиях продуктивного типа билингвизма, который предполагает не только восприятие, но и продуцирование устной и письменной речи, в которой смешиваются знаки разных языковых систем, разных культур. Такой сегмент русскоязычной региональной журналистики, авторы которой могут свободно выразить свою мысль на неродном языке, органично включая в него лингвокультурные языковые единицы родного языка, причем тексты не касаются этнических вопросов, может быть назван билингвальной этноориентированной журналистикой.

Языковые особенности якутской этноориентированной журналистики прежде всего проявляются в лексике, которая включает в себя не только множество «книжных» слов, но и разговорно-просторечную и жаргонную лексику, аббревиатуры, неологизмы, архаизмы и т.д., но ее главная лексическая особенность – это заимствования из русского языка. Хотя такая же интерференция наблюдается и, например, в словообразовании (рубрика в газете «Илкэн» называется «Илкэнчик»).

Как пишет П.А. Слепцов, при вхождении в якутский язык русские слова проходят через многовариантный путь [41, 247 с.]. До середины 20-х гг. каждый автор вводил слова из русского языка по своему разумению, поэтому они часто становились вариантами, употребляющимися в разных коммуникативных ситуациях. «На протяжении совместного проживания якутов с представителями русского народа заимствовано большое количество слов, которые отражают глубокое разностороннее влияние русского языка» [40, 21 с.]. По мере усиления взаимодействия между русским и якутским языками усиливается влияние русского языка на якутский язык, расширяется замещение исконно якутских слов и выражений соответствующими единицами переводного характера вплоть до их взаимной интерференции в языковом сознании. Именно поэтому большинство новых заимствований проходит непростой путь коммуникативного освоения, изменяет свойства речи и влияет на эффективность медиаобщения. Журналистские тексты повседневно взаимодействуют с массовой аудиторией и непосредственно отражают общую картину формального освоения иноязычной лексики. Терминологическая лексика из русского языка обладает особой значимостью для передачи смыслов и информации в журналистских текстах и является незаменимым средством лаконичной и точной передачи информации. По мнению П.А. Слепцова, наиболее характерным для лексики почти всех жанров якутских СМИ является смелое и довольно широкое употребление заимствованной лексики [42, 66 с.].

Для устных СМИ, функционирующих в аудиовизуальном медиапространстве региона Саха-Якутии, важным фактором билингвистической диффузии являются фонетические отличия между русским и якутским языками, так как якутский относится к тюркской группе языков, а русский - к славянской группе [39, 30 с.]. В таких словах произношение слова приводится в соответствие с нормами якутской речи: изменяются место и характер русского ударения, длительность и качество гласных, мягкость и твердость согласных, нарушаются границы русского слогораздела.

Интересным примером проявлений такой билингвальной интерференции являются ежедневная газета «Саха Сирэ» и еженедельник «Кыым». Прежде всего наблюдается замена специфических русских звуков и соответственно их буквенных обозначений на письме соответствующими якутскими. Особенно отчетливо расхождение наблюдается в системе согласных звуков, так как в якутском языке в принципе отсутствуют согласные в, з, ж, ф, щ, ц. Соответственно при переходе заимствованных слов в якутскую речь эти звуки заменяются другими, что отражается и на письме. В газете «Саха сирэ» иноязычная лексика в основном сохраняет свое исходное обличие. В издании «Кыым», где больше внимания уделяется культурно-просветительской тематике, наоборот, происходит усиление влияния традиций и правил якутского произношения и правописания. Русскоязычные заимствования под воздействием обиходно-бытовой разговорности приобретают характеристики, присущие якутскому языку, что, по мнению П.А. Слепцова, можно рассматривать как один из признаков полного освоения заимствованного слова [38, 43 с.]. Интерференция наблюдается и в интонационных оборотах, которые придают материалам газеты народно-разговорную стилевую окраску, для которой характерно широкое использование различных синонимов, эпитетов, переносных значений слов, образных средств, архаизмов, диалектизмов и профессионализмов. Таким образом, процесс интерференции языков в билингвальной среде якутского региона сопровождается преодолением официозности языка СМИ и расширением палитры разговорных средств. Активнее в речевой обиход якутских журналистов входит лексика, обозначающая понятия, которые отсутствуют в якутской культуре. Произношение и написание этих слов приводится в соответствие с нормами якутской речи. При этом газета «Кыым» более якутизированная по формату и языку и наращивает свою популярность. В ней этноориентированный билингвизм проявляется в том, что якутизированная лексика доминирует над неадаптированной, а также в двухвариантном обозначении понятий с помощью языковых единиц как в русскоязычном написании, так и в адаптированном якутским языком виде, поскольку одной из особенностей билингвизма является возможность использования иноязычных слов в двух вариантах. Могут встречаться и избыточные заимствования, употребляемые спонтанно, что также свидетельствует о билингвальности журналистского текста. Тем самым, современная якутская орфография подтверждает активные тенденции билингвистически обусловленного развития этноориентированной журналистики в Саха-Якутии. Якутско-русский билингвизм проявляется в том, что авторы употребляют несколько вариантов одного и того же слова. Соответственно варианты слова могут удерживаться в языке очень долго.

Заключение. Итак, к отличительным характеристикам билингвальной этноориентированной журналистики можно отнести более комплексный характер коммуникативной компетенции, широту и свободу выбора коммуникативных средств, большую гибкость и динамичность в использовании языковых средств, гибкое когнитивное пространство, когда языковая картина мира собственного языка дополняется новыми концептами, а также новообразованиями в виде интегрированных когнитивных структур. В то же время интердискурсивность представляет собой интерференцию двух национально-маркированных лингвокультур. Якутская журналистика функционирует в условиях билингвизма. Поэтому речь должна идти уже не только об этнической журналистике и этножурналистике, а об

этноориентированной журналистике в целом, тексты которой демонстрируют сближение двух языковых систем вплоть до их полной степени смешения, то есть интерференции, что вовсе не нарушает сохранения этнических культур, ценностей и языков, но выводит их объективное взаимодействие на новый уровень. Этноориентированной журналистикой можно назвать журналистские тексты, написанные в среде билингвального медиасообщества.

Список литературы

- 1 Августевич С.И. Этническая журналистика и идентификация читателя // Медиа. Информационная. Коммуникация. – 2012. – №3. [Электронный ресурс]. - URL: <http://mic.org.ru/phocadownload/3-avgustevich.pdf>. (Дата обращения 12.05.2019)
- 2 Антропология медиа: теория и практика / Под ред. В. К. Мальковой, В. А. Тишкова. – Москва: ИЭА РАН, 2016. - 299 с.
- 3 Арутюнов С.А., Рыжакова С.А. Культурная антропология / С.А. Арутюнов, С.И. Рыжакова. – Москва: Издательство «Весь мир», 2004. - 216 с.
- 4 Блохин И.Н. Журналистика в этнокультурном взаимодействии: учебное пособие. / И.Н. Блохин – Санкт-Петербург: С.-Петерб. гос. ун-т, 2013. – 308 с.
- 5 Богатова О.А. «Конструирование этничности» и этническая пресса // Информационная политика в регионе: между прошлым и будущим: Материалы Всерос. науч.-практ. конф. в МГУ им. Н.П.Огарева 19 дек. 2002 г. / под ред. П. Н. Киричека. – Саранск, 2003. – С. 46-67
- 6 Бромлей Ю. В. Очерки теории этноса. – Москва: Наука, 1983; / Ю.В. Бромлей Этнические функции культуры и этнография // Этнознаковые функции культуры. – Москва: Наука, 1991.
- 7 Бурькин А.А. Заметки к характеристике языковой коммуникации билингвов: ритуал, спектакль, балаган, карнавал [Электронный ресурс]. - URL: <http://arctogaia.krasu.ru/laboratory/burykin/bilinguism.shtm> (Дата обращения 24.06.2019)
- 8 Бурькин А.А. Ментальность, языковое поведение и национально-русское двуязычие // Мир слова русского [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.rusword.org> (Дата обращения 25.06.2019)
- 9 Вайнрайх У. Одноязычие и многоязычие // Новое в лингвистике. Вып. VI. Языковые контакты. - Москва, 1972. - С. 25-60.
- 10 Вайнрайх У. Языковые контакты. Состояние и проблемы исследования. / Перевод с англ. и комм. Ю.А. Жлуктенко; вступит. ст. В.Н. Ярцевой. - Киев: Вища школа, 1979. - 264 с.
- 11 Вайсбергер Й.Л. Родной язык и формирование духа / Пер. с нем., вступ. ст. и коммент. О.А. Радченко. Изд. 2-е, испр. и доп. - Москва: Едиториал УРСС, 2004. - 232 с.
- 12 Вартанова Е.Л. Новые медиа как фактор модернизации СМИ / Е.Л. Вартанова // Информационное общество. – 2008. –№5-6. – С. 37-39.
- 13 Верещагин Е.М. Психологическая и методическая характеристика двуязычия (билингвизма). / Е.М. Верещагин - Москва: Наука, 1969. 160 с.
- 14 Gladkova A.A. К вопросу об основных направлениях государственной политики РФ в области поддержки этнических СМИ / А.А. Gladkova // Вопросы теории и практики журналистики. - 2018. - Т. 7, - № 2. - С. 297.
- 15 Gladkova A.A., Кульчицкая Д.Ю., Лазутова Н.М., Черевко Т.С. Современное состояние и тенденции развития этнических СМИ России (телевидение, радио, пресса, Интернет) / А.А. Gladkova, Д.Ю. Кульчицкая, Н.М. Лазутова, Т.С. Черевко // Медиаскоп. – 2016. – Вып. 2. [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.mediascope.ru/?q=node/2116>. (Дата обращения 02.07.2019)
- 16 Грабельников А. А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы. / А.А. Грибельникова – Москва: РИП-холдинг, 2000. – 336 с.
- 17 Дзялошинский И.М. Современное медиaprостранство России. / И.М. Дзялошинский - Москва: Аспект, 2017. - 312 с.

- 18 Ерофеева И.В. Медиатекст как носитель национальных ценностей // Медиатекст: стратегии – функции – стиль. / И.В. Ерофеева - Орел: Орловск. гос. ин-т искусств и культуры, 2010. - С. 101-109.
- 19 Жлуктенко Ю.А. Лингвистические аспекты двуязычия. / Ю.А. Жлуктенко - Киев: Вища школа, 1974. 176 с.
- 20 Жуков В.И., Тавадов Г.Т. Большой этнологический словарь. / В.И. Жуков. Г.Т. Тавадов – Москва: Издательство РГСУ, 2015. – 856 с.
- 21 Залевская А.А., Медведева И.Л. Психолингвистические проблемы учебного двуязычия: Учебное пособие. / А.А. Залевская, И.Л. Медведева - Тверь: Твер. гос. ун-т, 2002. - 194 с.
- 22 Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 383 с.; Лукина М.М. Интернет-СМИ: теория и практика. – Москва: Аспект Пресс, 2010. - 348 с.; Лукина М.М., Фомичева И.Д. СМИ в пространстве Интернета / Учебное пособие. – Москва: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – 87 с.
- 23 Капочкина А.Г. Статус родного языка в билингвальной школе // Проблемы билингвального образования [Электронный ресурс]. - URL: http://gcon.pstu.ac.ru/pedsovet/programm/-section=2_1-12.htm, <http://www.countries.ru/library/etno>. (Дата обращения 25.06.2019)
- 24 Козлов В.И. Этнос и культура (к проблеме соотношения национального и интернационального в этнографическом изучении культуры) // Советская этнография. – 1979. – №3. – С. 77-87.
- 25 Кондакова Н.А. Разноязычная пресса России // Пресса и этническая толерантность. – Москва, 2000. – С. 16-17.
- 26 Корконосенко С. Г. Теория журналистики. Моделирование и применение. - Москва: Логос, 2013. – 247 с.
- 27 Костина А.В., Гудима Т.М. Культурная политика современной России: соотношение этнического и национального. - Москва: ЛЕНАНД, 2016. – 26 с.
- 28 Миасова К.Р. Двуязычие как способ культурной интеграции этнических меньшинств в многонациональном обществе // Социс, - 2002. - №8. - С. 15-21.
- 29 Нелюбин Л.Л. Толковый переводоведческий словарь. 3-е изд. - Москва: Флинта: наука, 2003. - 320 с.
- 30 Петрова К. Проект о создании корпуса устной речи русско-болгарских билингвов [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.dialog-21.ru> (Дата обращения 06.07.2019)
- 31 Петрова К. Проект о создании корпуса устной речи русско-болгарских билингвов [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.dialog-21.ru> (Дата обращения 02.07.2019)
- 32 Потапов П.Ф. Журналистика и этнокультура народов Поволжья на рубеже XX-XXI веков: монография / П.Ф. Потапов. – Саранск: Мордов. университет, 2002. - 232 с.
- 33 Потапов П.Ф. СМИ в механизме воздействия этнического ренессанса на общественное сознание. Этническая журналистика в условиях глобализации. / П.Ф. Потапов - Москва: Фак. журн. МГУ, 2018. – 86 с.
- 34 Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. – Москва: Аспект Пресс, 2004. – 352 с.
- 35 Рева Е.К. Особенности отражения этнокультурных ценностей народов Северного Кавказа в периодической печати: межнациональный аспект: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / Е.К. Рева. – Москва, 2015. – 34 с.; Тихонова О.В., Гладкова А.А. Этнические аудиовизуальные СМИ в медиапространстве России (на примере республик Татарстан, Башкортостан и Чувашия) // МедиаАльманах. – 2017. – № 4 (81). – С. 120-129.
- 36 Розенцвейг В.Ю. Основные вопросы теории языковых контактов // Новое в лингвистике. Вып. VI. Языковые контакты. - Москва, 1972. - С. 5-24.
- 37 Свитич Л.Г., Сидоров О.Г., Смирнова О.В. Улусные (районные) газеты Республики Саха (Якутия): социологическое исследование (опрос редакторов и журналистов). – Новосибирск: Наука, 2017. – 140 с.
- 38 Слепцов П.А. К вопросу изучения влияния русского языка на якутский язык // Доклады на XIV научной сессии. ЯФ СО РАН СССР. - Якутск: Книжное издательство, 1964. - 99 с.

- 39 Слепцов П.А. Об основных тенденциях развития лексики современного якутского литературного языка // Актуальные вопросы якутской лексикологии и лексикографии. - Якутск: Як. фил. СО РАН, 1980. - 42 с.
- 40 Слепцов П.А. Русские лексические заимствования в якутском языке (дореволюционный период). - Якутск: Кн. изд-во, 1964. - 40 с.
- 41 Слепцов П.А. Русские лексические заимствования в якутском языке (послереволюционный период). - Москва: Наука, 1975. - 256 с.
- 42 Слепцов П.А. Якутский литературный язык. Истоки, становление норм. - Новосибирск: Наука, 1986. - 102 с.
- 43 Стинс О., Ван Фухт Д. Новые медиа // Вестник ВолГУ. Серия 8. Литературоведение. Журналистика. - 2008. - Вып. 7. - С. 98-106.
- 44 Тишков В.А., Малькова В.К. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. // Антропология медиа: теория и практика / Под ред. В.К. Мальковой, В.А. Тишкова. - Москва: ИЭА РАН, 2016. - 302 с.
- 45 Указ от 12 октября 2011 года №955 О государственной программе Республики Саха (Якутия) «Развитие региональных печатных и электронных СМИ на 2012-2016 годы» [Электронный ресурс]. - URL: <http://docs.cntd.ru/document/473509467> (Дата обращения 02.07.2019)
- 46 Швейцер А.Д. Современная социолингвистика: Теория, проблемы, методы. - Москва: Либроком, 2009. - 178 с.
- 47 Широкогоров С.М. Этнографические исследования: Этнос. Исследование принципов изменения этнических и этнографических явлений / Отв. редактор А.М. Кузнецов, А.М. Решетов: В 2-х кн. Книга вторая. - Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2002. - С. 10-12.
- 48 Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. - Ленинград: Наука, 1974. - 427 с.
- 49 Эрвин-Трипп С.М. Язык. Тема. Слушатель. Анализ взаимодействия. // Новое в лингвистике. Вып. VII. Социолингвистика. - Москва, 1975. - С. 336-362.
- 50 Haugen, E. The Norwegian Language in America: A Study in Bilingual Behavior / E. Haugen // Philadelphia: University of Pennsylvania Press. - 1953. - 159 p.
- 51 Jong de Ester J. Effective Bilingual Education: from Theory to Academic Achievement in a Two-Way Bilingual Program// Bilingual Research Journal/ Spring 2002/ Volume 26/ Number 1.
- 52 Krashen S. Surveys of Opinions on Bilingual Education: Some Current Issues // The Bilingual Research Journal. Summer/Fall 1996. Vol.20. №. 3&4, - P. 411-431.

Г.Н. Трофимова, Г.П. Петров, В.В. Барабан

Ресей халықтар достығы университеті, Мәскеу, Ресей

Билингвалды медиакеңістіктегі Саха-Якутияның этнобағытталған журналистикасы

Андатпа. Бұл зерттеу Ресейдің солтүстік аймағындағы делдалдық коммуникациялар мен журналистиканы зерттейді. Бұл арктикалық 13 елді мекені бар Якутия. Этникалық журналистика бұқаралық ақпарат құралдарының жұмысына әсер ететін және екіжақты журналистиканың негізгі қағидаттарын қалыптастыруға мүмкіндік беретін билингвизмнің өзекті мәселелері тұрғысынан қарастырылады. Екітілділік (көптілділік) экономикалық, ғылыми, мәдени және саяси мүдделердің өсіп келе жатқан өзара әрекеттесуіне байланысты бұқаралық ақпарат құралдарының өзара іс-қимылының сәттілігін анықтайды. Этникалық журналистика мен этникалық журналистикада айырмашылықтар келтірілген; Мақалада екі тілді араласудың мысалдары келтірілген. Авторлар жаңа мәдениетті қалыптастыратын аудитория үшін медиа-тілдік модель құру мақсатында Саха Республикасындағы (Якутия) әртүрлі бұқаралық ақпарат құралдарын зерттейді.

Түйін сөздер: этно-бағытталған журналистика, екі тілді медиа-қоғамдастық, жаңа медиа-ның қалыптасуы, Саха Республикасы (Якутия), тілдің араласуы.

G.N. Trofimova, G.P. Petrov, V.V. Drum

Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia

Ethno-oriented journalism in the bilingual media space of Sakha-Yakutia

Abstract. This study examines mediated communication and journalism in the North region of Russia. This is Yakutia which has 13 Arctic settlements. Ethnic journalism is considered within the prism of current issues of bilingualism that affects the functioning of the media and as a result, allows to formulate the basic principles of ethno-oriented journalism. Bilingualism (multilingualism), due to the growing interaction of economic, scientific, cultural and political interests, increasingly determines the success of media interaction. The differences in ethno journalism and ethnic journalism are given; examples of bilingual interference are presented in the article. The authors explore various types of media in the Republic of Sakha (Yakutia), with the aim of creating a media-lingual model for an audience that forms a new culture.

Keywords: ethno-oriented journalism, bilingual media community, new media formation, Sakha Republic (Yakutia), language interference.

References

- 1 Avgustevich S. I. Etnicheskaya zhurnalistika i identifikatsiya chitatelya [Ethnic journalism and reader identification], Media. Informatsiya. Kommunikatsiya [Media. Information. Communication], (3). [Elektronic resource] Available at: <http://mic.org.ru/phocadownload/3-avgustevich.pdf>. (Accessed: 12.05.2019) [in Russian]
- 2 Antropologiya media: teoriya i praktika [Anthropology of Media: Theory and Practice], Pod red. V. K. Mal'kovoy, V.A. Tishkova [Ed. V.K. Malkova, V.A. Tishkova], (IEA RAS, Moscow, 2016, 299 p.). [in Russian]
- 3 Arutyunov S.A. Kul'turnaya antropologiya [Cultural Anthropology], (Izdatel'stvo «Ves' mir», Moscow, 2004, 216 p.). [in Russian]
- 4 Blokhin I.N. Zhurnalistika v etnokul'turnom vzaimodeystvii: uchebnoye posobiye [Journalism in ethnocultural interaction: a training manual], (S.-Peterb. gos. un-t, Sankt-Peterburg, 2013, 308 p.). [in Russian]
- 5 Bogatova O.A. «Konstruirovaniye etnichnosti» i etnicheskaya pressa [«Designing Ethnicity» and the Ethnic Press] // Informatsionnaya politika v regione: mezhdru proshlym i budushchim: Materialy Vseros. nauch.-prakt. konf. v MGU im. N.P.Ogareva 19 dek. 2002 g. [Information Policy in the Region: Between Past and Future: Materials of All-Russia. scientific and practical conf. at Moscow State University N.P. Ogareva Dec 19 2002], / Red. P. N. Kiricheka, (Saransk, 2003, P. 46-67). [in Russian]
- 6 Bromley YU.V. Ocherki teorii etnosa [Essays on the theory of ethnos], (Nauka, Moscow, 1983; Bromley YU.V. Etnicheskiye funktsii kul'tury i etnografiya [Ethnic functions of culture and ethnography] // Etnoznakovyye funktsii kul'tury [Ethnosign functions of culture]. (Nauka, Moscow, 1991.). [in Russian]
- 7 Burykin A.A. Zametki k kharakteristike yazykovoy kommunikatsii bilingvov: ritual, spektakl', balagan, karnaval [Elektronic resurs] Available at: <http://arctogaia.krasu.ru/laboratory/burykin/bilinguism.shtml> (Accessed: 24.06.2019) [in Russian]
- 8 Burykin A.A. Mental'nost', yazykovoye povedeniye i natsional'no-russkoye dvuyazychiye [Mentality, linguistic behavior and national-Russian bilingualism], Mir slova russkogo [World of Russian words], [Elektronic resurs] Available at: <http://www.rusword.org> (Accessed: 25.06.2019) [in Russian]
- 9 Vaynraykh U. Odnoyazychiye i mnogoyazychiye [Monolingualism and multilingualism] Novoye v lingvistike [New in Linguistics], VI, Language contacts, (Moscow, 1972, P. 25-60).
- 10 Vaynraykh U. YAzykovyye kontakty. Sostoyaniye i problemy issledovaniya [Language contacts. Status and problems of the study], Perevod s angl. i komm. YU.A. Zhluktenko; vstupit. st. V.N. Yartsevov [Translation from English. and comm. Yu.A. Zhluktenko; will enter. Art. V.N. Yartseva], (Vishcha shkola, Kiyev, 1979, 264 p.). [in Russian]
- 11 Vaysberger Y.L. Rodnoy yazyk i formirovaniye dukha [Native language and the formation of the

spirit], Per. s nem., vstup. st. i komment. O.A. Radchenko. Izd. 2-ye, ispr. i dop [Transl. with him., entry. Art. and comment. O.A. Radchenko. Ed. 2nd, rev. and add], (URSS editorial, Moscow, 2004, 232 p.). [in Russian]

12 Vartanova Ye. L. Novyye media kak faktor modernizatsii SMI [New media as a factor in the modernization of the media] Information Society, 2008, (5)-(6), P. 37-39. [in Russian]

13 Vereshchagin Ye.M. Psikhologicheskaya i metodicheskaya kharakteristika dvuyazychiya (bilingvizma) [Psychological and methodological characteristics of bilingualism (bilingualism)], (Nauka, Moscow, 1969, 160 p.). [in Russian]

14 Gladkova A.A. K voprosu ob osnovnykh napravleniyakh gosudarstvennoy politiki RF v oblasti podderzhki etnicheskikh SMI [To the question of the main directions of the state policy of the Russian Federation in the field of support of ethnic media] Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki [Issues of theory and practice of journalism], 2018, 7, (2), P. 297. [in Russian]

15 Gladkova A.A., Kul'chitskaya D.YU., Lazutova N.M., Cherevko T.S. Sovremennoye sostoyaniye i tendentsii razvitiya etnicheskikh SMI Rossii (televideniye, radio, pressa, Internet) [The current state and development trends of ethnic Russian media (television, radio, press, Internet)] MediaScope, 2016, Issue 2. [Electronic resource]. Available at: <http://www.mediascope.ru/?q=node/2116>. (Accessed: 02.07.2019) [in Russian]

16 Grabel'nikov A. A. Russkaya zhurnalistika na rubezhe tysyacheletiy. Itogi i perspektivy [Journalism at the Turn of the Millennium. Results and prospects], (RIP-holding, Moscow, 2000, 336 p.). [in Russian]

17 Dzyaloshinskiy I. M. Sovremennoye mediaprostranstvo Rossii [The modern media space of Russia], (Aspekt Press, Moscow, 2017, 312 p.). [in Russian]

18 Yerofeyeva I.V. Mediatekst kak nositel' natsional'nykh tsennostey [Media text as a carrier of national values], Mediatekst: strategii – funktsii – stil' [Media text: strategies - functions - style], (Orlovsk. gos. in-t iskusstv i kul'tury, Orel, 2010, P. 101-109.). [in Russian]

19 Zhluktenko YU.A. Lingvisticheskiye aspekty dvuyazychiya [Linguistic aspects of bilingualism], (Vishcha shkola, Kiyev, 1974, 176 p.). [in Russian]

20 Zhukov V. I., Tavadov G.T. Bol'shoy etnologicheskiy slovar' [Big Ethnological Dictionary], (Izdatel'stvo RGSU, Moscow, 2015, 856 p.). [in Russian]

21 Zalevskaya A.A., Medvedeva I.L. Psikholingvisticheskiye problemy uchebnogo dvuyazychiya [Psycholinguistic Problems of Educational Bilingualism]: Uchebnoye posobiye [A Training Manual], (Tver. gos. un-t, Tver', 2002, 194 p.). [in Russian]

22 Kalmykov A.A., Kokhanova L.A. Internet-zhurnalistika [Online journalism], (YUNITI-DANA, Moscow, 2005, 383 p.); Lukina M.M. Internet-SMI: teoriya i praktika [Internet media: theory and practice], Aspekt Press, Moscow, 2010, 348 p.), Lukina M.M., Fomicheva I.D. SMI v prostranstve Interneta [Media in the Internet], Uchebnoye posobiye [Textbook], (Fakul'tet zhurnalistiki MGU im. M.V. Lomonosova Moscow, 2005, 87 p.). [in Russian]

23 Kapochkina A.G. Status rodnogo yazyka v bilingval'noy shkole [The status of the mother tongue in a bilingual school], Problemy bilingval'nogo obrazovaniya [Problems of bilingual education], [Electronic resource] Available at: http://gcon.pstu.ac.ru/pedsovet/programm/-section=2_1-12.htm, <http://www.countries.ru/library/etno>. (Accessed: 25.06.2019) [in Russian]

24 Kozlov V.I. Etnos i kul'tura (k probleme sootnosheniya natsional'nogo i internatsional'nogo v etnograficheskom izuchenii kul'tury) [Ethnicity and culture (to the problem of the correlation of national and international in the ethnographic study of culture)], Sovetskaya etnografiya [Soviet Ethnography], 1979, (3), P. 77-87.). [in Russian]

25 Kondakova N.A. Raznoyazychnaya pressa Rossii [Multilingual Press of Russia], Pressa i etnicheskaya tolerantnost [Press and Ethnic Tolerance], (Moscow, 2000, P. 16-17.). [in Russian]

26 Korkonosenko S. G. Teoriya zhurnalistiki. Modelirovaniye i primeneniye [Theory of Journalism. Modeling and application], (Logos, Moscow, 2013, 247 p.). [in Russian]

26 Korkonosenko S. G. Teoriya zhurnalistiki. Modelirovaniye i primeneniye [Theory of Journalism. Modeling and application], (Logos, Moscow, 2013, 247 p.). [in Russian]

27 Kostina A.V., Gudima T.M. Kul'turnaya politika sovremennoy Rossii: sootnosheniye etnicheskogo

- i natsional'nogo [The cultural policy of modern Russia: the ratio of ethnic and national], (LENAND, Moscow, 2016, 26 p.). [in Russian]
- 28 Minasova K.R. Dvuyazychiye kak sposob kul'turnoy integratsii etnicheskikh men'shinstv v mnogonatsional'nom obshchestve [Bilingualism as a way of cultural integration of ethnic minorities in a multinational society], (Sotsis, 2002, (8), P. 15-21.). [in Russian]
- 29 Nelyubin L.L. Tolkovyyu perevodovedcheskiy slovar'. 3-ye izd [Explanatory translation dictionary. 3rd ed.], (Flinta: nauka, Moscow, 2003, 320 p.). [in Russian]
- 30 Petrova K. Proyekt o sozdanii korpusa ustnoy rechi rusско-bolgarskikh bilingvov [Project on the creation of the spoken language corps of Russian-Bulgarian bilinguals]. [Electronic resource] Available at: <http://www.dialog-21.ru> (Accessed 06.07.2019) [in Russian]
- 31 Petrova K. Proyekt o sozdanii korpusa ustnoy rechi rusско-bolgarskikh bilingvov [Project on the creation of the spoken language corps of Russian-Bulgarian bilinguals], [Electronic resource] <http://www.dialog-21.ru> (Accessed: 12.05.2019) [in Kazakh]
- 32 Potapov P.F. Zhurnalistika i etnokul'tura narodov Povolzh'ya na rubezhe XX-XXI vekov: monografiya [Journalism and ethnic culture of the Volga peoples at the turn of the XX-XXI centuries: monograph], (Mordov. University, Saransk, 2002, 232 p.). [in Russian]
- 33 Potapov P.F. SMI v mekhanizme vozdeystviya etnicheskogo renessansa na obshchestvennoye soznaniye. Etnicheskaya zhurnalistika v usloviyakh globalizatsii [Media in the mechanism of the impact of ethnic renaissance on public consciousness. Ethnic journalism in the context of globalization], (Fak. zhurn. MGU, Moscow, 2018, 86 p.). [in Russian]
- 34 Prokhorov Ye.P. Zhurnalistika i demokratiya [Journalism and democracy], (Aspekt Press, Moscow, 2004, 352 p.). [in Russian]
- 35 Reva Ye.K. Osobennosti otrazheniya etnokul'turnykh tsennostey narodov Severnogo Kavkaza v periodicheskoy pechati: mezhnatsional'nyy aspekt: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk: 10.01.10 [Features of the reflection of the ethnocultural values of the peoples of the North Caucasus in the periodical press: interethnic aspect: author. dis. ... Dr. Filol. Sciences: 10.01.10], (Moscow, 2015, 34 p.); Tikhonova O.V., Gladkova A.A. Etnicheskiye audiovizual'nyye SMI v mediaprostranstve Rossii (na primere respublik Tatarstan, Bashkortostan i Chuvashiya) [Ethnic Audiovisual Media in the Media of Russia (on the example of the Republics of Tatarstan, Bashkortostan and Chuvashia)], (MediaAl'manakh, 2017, (4) 81, P. 120-129.). [in Russian]
- 36 Rozentsveyg V.YU. Osnovnyye voprosy teorii yazykovykh kontaktov [The main issues in the theory of language contacts], Novoye v lingvistike. Vyp. VI. YAzykovyye kontakty [New in Linguistics. Vol. VI. Language contacts], (Moscow, 1972, P. 5-24.). [in Russian]
- 37 Svitich L.G., Sidorov O.G., Smirnova O.V. Ulusnyye (rayonnyye) gazety Respubliki Sakha (Yakutiya): sotsiologicheskoye issledovaniye (opros redaktorov i zhurnalistov) [Ulus (district) newspapers of the Republic of Sakha (Yakutia): a sociological study (a survey of editors and journalists)], (Nauka, Novosibirsk, 2017, 140 p.). [in Russian]
- 38 Sleptsov P.A. K voprosu izucheniya vliyaniya russkogo yazyka na yakutskiy yazyk [To the question of studying the influence of the Russian language on the Yakut language], Doklady na XIV nauchnoy sessii, YAF SO RAN SSSR [Reports at the XIV scientific session. NF SB RAS USSR], (Knizhnoye izdatel'stvo, Yakutsk, 1964, 99 p.). [in Russian]
- 39 Sleptsov P.A. Ob osnovnykh tendentsiyakh razvitiya leksiki sovremennogo yakutskogo literaturnogo yazyka [On the main trends in the development of vocabulary of the modern Yakut literary language], Aktual'nyye voprosy yakutskoy leksikologii i leksikografii [Actual issues of Yakut lexicology and lexicography], (Yak. fil. SO RAN, Yakutsk, 1980, 42 p.). [in Russian]
- 40 Sleptsov P.A. Russkiye leksicheskiye zaimstvovaniya v yakutskom yazyke (dorevol'yutsionnyy period) [Russian lexical borrowings in the Yakut language (pre-revolutionary period)], (Kn. izd-vo, Yakutsk, 1964, 40 p.). [in Russian]
- 41 Sleptsov P.A. Russkiye leksicheskiye zaimstvovaniya v yakutskom yazyke (poslerevol'yutsionnyy period) [Russian lexical borrowings in the Yakut language (post-revolutionary period)], (Nauka, Moscow, 1975, 256 p.). [in Russian]
- 42 Sleptsov P.A. Yakutskiy literaturnyy yazyk. Istoki, stanovleniye norm [Yakut literary language. The

- origins, the formation of norms], (Nauka, Novosibirsk, 1986, 102 p.). [in Russian]
- 43 Stins O., Van Fukht D. Novyye media [New Media], Vestnik VolGU. Seriya 8. Literaturovedeniye Zhurnalistika [Bulletin of VolSU. Series 8. Literary criticism. Journalism], (2008, (7), P. 98-106.). [in Russian]
- 44 Tishkov V.A., Mal'kova V.K. Etnichnost' i tolerantnost' v sredstvakh massovoy informatsii [Ethnicity and tolerance in the media], Antropologiya media: teoriya i praktika [], (IEA RAN, Moscow, 2016, 302 p.). [in Russian]
- 45 Ukaz ot 12 oktyabrya 2011 goda №955 O gosudarstvennoy programme Respubliki Sakha (Yakutiya) «Razvitiye regional'nykh pechatnykh i elektronnykh SMI na 2012-2016 gody» [Decree of October 12, 2011 No. 955 On the state program of the Republic of Sakha (Yakutia) "Development of regional print and electronic media for 2012-2016], [Electronic resource] Available at: <http://docs.cntd.ru/document/473509467> (Accessed: 02.07.2019) [in Russian]
- 46 Shveytser A.D. Sovremennaya sotsiolingvistika: Teoriya, problemy, metody [Modern sociolinguistics: Theory, problems, methods], (Librokom, Moscow, 2009, 178 p.). [in Russian]
- 47 Shirokogorov S.M. Etnograficheskiye issledovaniya: Etnos. Issledovaniye printsipov izmeneniya etnicheskikh i etnograficheskikh yavleniy [Ethnographic studies: Ethnos. Study of the principles of changing ethnic and ethnographic phenomena], (2), Dal'nevost. un-ta, Vladivostok, 2002, P. 10-12. [in Russian]
- 48 Shcherba L.V. YAzykovaya sistema i rechevaya deyatel'nost' [Language system and speech activity], (Nauka, Leningrad, 1974, 427 p.). [in Russian]
- 49 Ervin-Tripp S.M. YAzyk.Tema. Slushatel'. Analiz v zamodeystviya [Language. Topic. Listener. Interaction analysis], Novoye v lingvistike. Vyp. VII. Sotsiolingvistika [New in linguistics. Vol. VII. Sociolinguistics], (Moscow, 1975, P. 336-362). [in Russian]
- 50 Haugen, E. The Norwegian Language in America: A Study in Bilingual Behavior / E. Haugen // Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1953, 159 p.
- 51 Jong de Ester J. Effective Bilingual Education: from Theory to Academic Achievement in a Two-Way Bilingual Program (Bilingual Research Journal, 2002, Vol 26, Number 1.
- 52 Krashen S. Surveys of Opinions on Bilingual Education: Some Current Issues, The Bilingual Research Journal. Summer, Fall 1996, Vol. 20, (3-4), P. 411-431.

Сведения об авторах:

Трофимова Галина - доктор филологических наук, профессор, профессор филологического факультета Российского университета Дружбы Народов, Москва, Россия.

Петров Григорий - аспирант филологического факультета Российского университета Дружбы Народов, Москва, Россия.

Барабаш Виктор - доктор филологических наук, профессор, профессор филологического факультета Российского университета дружбы народов, Мцсква, Россия.

Trofimova Galina - the Doctor of Philology, Full Professor, professor of the philological faculty of the Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia.

Petrov Grigory - Ph.D. student, the philological faculty of the Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia.

Barabash Victor - the Doctor of Philology, Full Professor, professor of the philological faculty of the Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia.

XFTAP 19.01.07

М.Б. Шындалиева¹, Қ.Қ. Саркенова²

Л.Н. Гумилев ат. Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан
(E-mail: ¹mendigul@list.ru, ²sareke.kk@gmail.com)

Журналистика, филология мамандықтарының оқу бағдарламасын дайындаудың өзекті мәселелері

Андатпа. Мақалада жоғары оқу орындарының академиялық еркіндігі, қазіргі уақытта кадрларды даярлау барысы мамандықтар жіктеуішіне сәйкес жүргізілетіні, жаңа классификаторға сәйкес кадрларды даярлау бағытының лицензияланатыны туралы айтылады. Жоғары білім сапасын бағалау аккредиттеу тетігі, олардың регламенттері, жоғары оқу орындарының академиялық еркіндігі туралы да жазылған. Филология және журналистика мамандықтары бір-біріне жақын мамандықтар болғандықтан жаһандану кезеңінде журналистика, массмедиа технологиясы мен филология салаларындағы мамандардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруға бағытталған ортақ журналист-филолог мамандығының бағдарламасын жасау қажеттігі жан-жақты талданған.

Мақала болашақ журналистерді даярлау үрдісінде филологиялық пәндерді тереңдетіп оқытудың қажеттілігіне де арналған, себебі студенттер сөзді пайдаланудың тәсілдерін жақсы меңгеріп қана қоймай, болашақ журналистің жалпы мәдени өресінің жоғары болуы қажет екені айтылады.

Түйін сөздер: журналистика, филология, бағдарлама, академия, бағыт, дербестік.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2019-128-3-39-44>

ҚР Парламенті Сенатының пленарлық отырысында депутаттар «Жоғары оқу орындарының академиялық және басқарушылық дербестігін кеңейту мәселелері бойынша ҚР кейбір заңнамалық актілеріне өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» заң қабылданғаны біршама уақыт өтті. Аталған заң жобасы бұрынғы Мемлекет басшысының Қазақстан халқына Жолдауында белгіленген міндеттерді орындау үшін әзірленген болатын. Заң жобасының негізінде ұлттық «100 нақты қадам» жоспарының 78 қадамын жүзеге асыруды қолға алды. Назарбаев университетінің тәжірибесін ескере отырып, жоғары оқу орындарының академиялық және басқарушылық дербестігін кезең-кезеңмен кеңейту көзделген. Жалпы аталған өзгерістер ЖОО қызметінің үш негізгі бағытын реттейді. Біріншісі - академиялық, екіншісі - басқарушылық, үшіншісі - қаржылық.

Академиялық дербестік бойынша мына жайттарды ескерген жөн сияқты. Академиялық еркіндік - бұл оқу сапасын арттыру бағдарламаларының мазмұнын дербес анықтау бойынша жоғары оқу орындарына өкілеттік беру. Бұл жаңа экономикаға көшу жағдайында, білікті кадрлар мен жаңа мамандықтарға деген қажеттілік одан сайын артып келе жатқан маңызды. Біз бүгінгі күні жоғары білім беру еңбек нарығы талап ететін сын - қатерлерге жедел жауап бере алмайтынын мойындаймыз.

Біріншіден, заң жобасы жоғары оқу орындарының академиялық еркіндігін 65% - дан 85% - ға дейін кеңейтуді ұсынады. Бұл үшін жоғары оқу орындарына білім беру бағдарламаларын дербес әзірлеу бойынша өкілеттіктер беріледі. Осылайша, даад бағдарламасының әрбір мамандық бойынша әзірленетін жоғары оқу орны өз бетінше бағдар жасай отырып, еңбек нарығына ұсынады. Аталған білім беру бағдарламаларын есепке алу және ақпарат алу үшін бірыңғай ақпараттық білім беру жүйесі арқылы білім беру бағдарламаларының тізілімін енгізу қарастырылған.

Екіншіден, қазіргі уақытта кадрларды даярлау мамандықтар жіктеуішіне сәйкес жүргізіледі. Онда 600-ден астам мамандық бар, олардың көбі бүгінде еңбек нарығы үшін өзекті емес. Кадрлардың еңбек нарығының қажеттіліктеріне сәйкес келмеуі де жоғары және жоға-

ры оқу орнынан кейінгі білім беру мамандықтарының жіктеуішіне жаңа мамандықтарды енгізудің ұзақ процестеріне байланысты. Бұл процесс алты айдан бір жылға дейін созылады. Білім беру бағдарламаларына көшу үшін сыныптауыштың құрылымын өзгерту қажет.

Үшіншіден, бұрын мамандығы лицензияланған болса, енді жаңа классификаторға сәйкес кадрларды даярлау бағыты лицензияланатын болады. Басқаша айтқанда, жоғары оқу орны кадрларды даярлаудың нақты бағыты бойынша лицензия алады, оның шеңберінде білім беру бағдарламаларын өз бетінше әзірлейді және жүзеге асырады.

Төртіншіден, жоғары білім сапасын бағалау аккредиттеу тетігі арқылы жүргізіледі. Бүгінде Қазақстанда аккредиттеу агенттіктерінің тізіліміне онға жуық агенттік кіреді. Оның ішінде бес қазақстандық және үш шетелдік агенттік бар және олардың ережелері халықаралық стандарттар негізінде әзірленгені белгілі. Сондай-ақ елде қазақстандық және шетелдік аккредиттеу агенттіктері арасында бәсекелестік орта пайда бола бастады. Басқарушылық дербестікке қатысты ол жоғары оқу орындарының академиялық еркіндігінің кеңеюі жоғары оқу орындарын басқару жүйесінің өзгеруімен тығыз байланысты.

Филология және журналистика мамандықтары бір-біріне жақын мамандықтар. Біз жаһандану кезеңінде журналистика мен филология салаларындағы мамандардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруға бағытталған бағдарлама жасауды жөн деп таптық.

«Журналист-филолог» білім беру бағдарламасының жобасын жасап, зерттеулер жүргізе отырып олардың мазмұнын жетілдіруді жұмыс берушілердің белсенді қатысуымен, еңбек нарығының негізгі нақты, қазіргі заманғы талаптарына сәйкес мазмұнды қайта құрылымдау жүргізуге талпыныс жасадық. Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Журналистика және саясаттану факультетінде «Халықаралық журналистика», «Интернет журналистика», «Әскери журналистика», «Спорт журналистикасы» т.б. оқу бағдарламаларының жобасы жасалды.

Қазіргі уақытта Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ-дің филология факультетінде де білім беруді трансформациялау мақсатында жаңа білім беру траекторияларын енгізуге белсенді түрде кірісуде. Филология факультеті жұмысының басым бағыттары жақын болашақта ЖОО-да филологиялық білім беруді трансформациялау, жаңа оқу бағдарламаларды жасау, білім беру сапасын одан әрі арттыру, интернационалдандыру және қосымша білім беру бағдарламаларының неғұрлым икемді жүйесін дамытуды қолға алып жатыр.

«Журналист-филолог» білім беру оқу бағдарламасын жасау бүгінгі күннің талабы. Оның бірінші себебі, журналист сөзбен жұмыс істейді, бұл оның басты кәсіби құралы. «Филология» сөзі – тіл мен стилистика саласы және адамзаттың рухани мәдениетін ғана емес тіл білімі, әдебиеттану, мәтінтану, деректану т. б. пәндердің жиынтығы дегенді білдіреді. Филология (гр. *Philologia* сөзге құмарлық) - жазба ескерткіштерді тілдік және стилистикалық жағынан талдау арқылы адамзаттың рухани мәдениетін зерттейтін тіл білімі, әдебиеттану, мәтінтану, деректеметану, палеография т.б. гуманитарлық пәндердің жиынтығы. Мәтін филологияның алғашқы нақты негізі болды, оның дамуына философия елеулі ықпал етті [1, 345 б.]. Сондықтан, кез келген бейіндегі журналистика факультеттерінде филологиялық пәндерді тереңдетіп оқыту қажет екені баршымызға аян.

Журналистерге арнайы білім беру қажет пе, әлде білімнің тар саласында, мысалы, экономика, саясат, медицина, экология және т. б. кәсіпқой болу жеткілікті дейтін пікірлер ара-тұра айтылып жүр және жақсы журналист болу үшін, интернет - журналистиканы меңгерсе жеткілікті деген біржақты пікір бар екені де жасырын емес.

Журналист пен филолог маманын дайындаудағы басты мақсаты - сауатты және түсінікті сөйлеу және жазу, өз ойын кәсіби және дәлелді баяндау, ұсынатын деректер мен құбылыстарды талдау үшін жақсы гуманитарлық және жалпы мәдени дайындық та қажет етеді. Осындай дайындық толық және жан-жақты болуы үшін журналистика мен филология мамандарын дайындау қажет деп ойлаймыз.

Журналистерге филология пәндерін тереңдетіп оқытудың маңызы зор. Журналистика мамандығында оқытын студенттерге стилистика, әдеби редакциялау курстарын ғана емес, сонымен қатар оқу жоспарларындағы қазіргі оқу сағаты қысқартылған қазақ тілінің салаларын терең меңгерудің маңызы зор. Сөйлеу мәдениетінде қателіктер өте көп кездеседі, атап айтқанда, БАҚ қызметкерлерінде жиі кездесетін екпін қоюдағы, сөз формасының түзілуінде, ой-пікірдің бір түрлілігі мен мәнерлеп сөйлегенде қазақ тіліндегі кейбір әріптерді дұрыс дыбыстай алмайтындар қатары көбейіп келеді. Әрбір болашақ журналист сөзге құлақ түру керек, оны шебер және кәсіби түрде пайдалана білуі шарт. Журналистің ең көп жіберетін қателігі қазақ тілінің заңдылықтарын терең білмеуінен туындайды. Зерттеуші Наталья Ярыгина: «Филология факультетінде мамандану барысында алынған журналистік білім көп қырлы сипатқа ие болады, білім алушының филологиялық мәдениетін қалыптастыруға және студенттердің рухани әлеміне жақын журналистика бойынша арнайы курстар оқыту арқылы, олардың шығармашылыққа, өзін-өзі дамытуға деген қызығушылығын оятуға мүмкіндік береді»[2, 56 б.], -деген пікір орынды.

Отандық журналистиканың ұлттық ерекшелігі, бұл шығармашылық мамандық және журналистиканың тарихи және органикалық байланыста болуы үшін филологияны тереңдетіп оқыту керек. Тек жазушы ғана емес, сондай - ақ тамаша журналист және публицист болған Ф. М. Достоевский: «Сөз - бұл жетекші іс»[3, 78 б.], - деген пікір айтады. Сондықтан журналисттер мен филология оқу бағдарламасын жасауда әдебиеттің тарихы, теориясымен қатар отандық журналистиканың тарихы, теориясы бойынша пәндер тең дәрежеде енгізілуі тиіс. Бұл студенттердің білімін, олардың ана тіліндегі сапалы мәтіндермен танысуы мен жұмыс істеуіне, болашақ журналистердің кәсіби дайындық деңгейін жоғарылатудың бірден-бір жолы болмақ.

«Журналистика» мен «Филология» оқу бағдарламасын жасау барысында журналистика мен филология пәндерінің тепе-теңдігі сақталады. Дәстүрлі журналист мамандарын дайындау барысындағы міндетті пәндер «Журналистикаға кіріспе», «Журналистика жанрлары мен пішіндері», «Қазақ баспасөзінің тарихы», «Әдеби редакциялау және стилистика», «БАҚ заңнамасы және этикасы» т.б. пәндер міндетті түрде оқытылады. Сонымен қоса филологиялық пәндер де оқу жоспраның 50 пайызын құрайды. Журналист-филолог оқу бағдаламасына отандық әдебиет тарихының барлық кезеңдерімен қоса, тіл білімінің барлық салалары қамтылуы тиіс. Әдебиет пен тіл психологиялық, адамгершілік-философиялық және этикалық мәселелерді қамтиды және ол бұқаралық ақпарат құралдарының болашақ қызметкерлеріне заманауи қоғамдық процестерде бағдарлануға көмектеседі. Әдебиет тарихымыз бен мәдениетімізді бейнелейді десек, оны студент білмей көркем-публицистикалық туындыны жазудың қыр-сырын меңгереді деу қиын.

Журналист пен филолог мамандарға әдебиет пен тіл тарихы мен теориясын оқытуда міндеті түрде студенттерге тарихи-мәдени үрдістің заңдылықтары туралы терең және жүйелі түсінік беру, тіл мен әдебиеттің идеялық-көркемдік байлығын, эстетикалық жетілдірілуін және гуманистік мазмұнын таныстыру өте қажет. Көркем әдебиет - сөздегі заманауи және мәңгілік мәселелерді ұғыну деп түсінсек, практикалық сабақтарда жеке туындыларды талдау кезінде жазушының стилі мен сөзінің өзіндік ерекшелігіне, оның көркемдік шеберлігіне ерекше назар аударылуы тиіс. Бұл әсіресе журналист пен филология студенттер үшін маңызды және сөз меңгерудің жоғары үлгілерімен танысқан кезде, олар өз ой-пікірлерін нақты және сауатты жеткізе білуді үйренеді.

Филология факультеттерін бітірген барлық маман журналист бола алады деп айтуға болмайды. Сондықтан, болашақ маманды даярлаудың сапасы, формасы және әдістері туралы мәселе қазіргі уақытта да өзекті болып қала бермек. Әлбетте, журналистика факультетінің қазіргі заманғы студенттері бұқаралық ақпарат құралдарындағы өзекті тақырыптарды, жаңа медиатехнологияларды зерттеп белсенді қызмет атқарып жүр.

Журналистика - бұл ақпарат пен репортаж ғана емес. Бұл сараптама. Бұл респонденттермен сұхбаттар мен репортаждар жасаудың қыр-сырын меңгеру бір күннің шеңберіне сыймайды. Журналист ақылды, ойға итермелейтін сұрақ қою үшін білімнің белгілі бір деңгейі ғана емес, сонымен қатар жалпы мәдениеттің де болуы қажет екендігі түсінікті. Соның ішінде, атап айтқанда, филологиялық дайындықсыз жақсы материал жазу оңай емес. Біздің ойымызша, журналистика мен филология мамандығының болашағы зор және бұл оқу бағдарламасы болашақ түлектерді жұмыссыз қалдырмайды.

Бағдарлама барысында қазақ, орыс тілдеріндегі күрделі мәтіндермен жұмыс істей алатын, әдеби редакциялау және мәтінді стильдік жағынан жөндеу, электрондық деректер қорын, сандық кітапханаларды, кітап порталдарын және веб-мұрағаттарды құру дағдыларын меңгерген, әдеби шығармаларды талдау мен интерпретациялаудың түрлі әдістерін практикада қолдана алатын мамандарды дайындауға бағытталған.

«Журналистика» мамандығын бітірген түлектер спичрайтер, телевидение мен радио, газет-журналдарда редактор, корректор, интернет саласында журналист, баспада редактор болып жұмыс істей алады. Алдымен спичрайтер мамандығына тоқталайық.

«Спичрайтер» (ағылш. speech-сөз, writer-автор, жазушы) - қоғаммен байланыс саласындағы маман. Ағылшынның «спичрайтер» сөзі 1990-шы жылдардан бастап қолданыла бастады. Бірақ әлі күнге дейін мемлекеттік қызметте осындай атаумен ресми лауазым жоқ, әдетте бұл мамандықтың қызметкерлерін референт немесе көмекшілер деп атайды. Қазіргі уақытта біздің еліміздегі лауазымды тұлғалардың жанында спичрайтерлер мемлекеттік қызметшілер болып табылады. Президент Әкімшілігінде 40-қа жуық референт (аға және кіші) жұмыс істейді екен. Президенттің көмекшісі қызметін атқарған жеке спичрайтерлер де болады.

Спичрайтердің негізгі міндеті - сөз сөйлеу барынша қызықты және ең жағымды әсер етуі үшін мәтінді жазу. Спичрайтер саясаттанушы, актер, психолог, әдебиетші қабілетін біріктіруі тиіс. Қалай сөйлеу керек екенін анықтау үшін спичрайтер өз клиенттерімен келіссөздер жүргізеді және саясаткер немесе бизнесмен өз сөзінде қандай мәселелерді, қандай көзқарасты ұстанғысы келетінін нақтылайды. Осыдан кейін жазбаша жұмыс басталады: маман қаралатын мәселелердің өз көзқарасын баяндайды. Әрине, спичрайтер оның клиентінің сөз сөйлеуін қандай аудитория тыңдайтынын ескереді. Осыған сәйкес ол мәтінді стилистикалық түрде ресімдейді. Мысалы, оны қандай да бір анекдоттармен, мақал-мәтелдермен толықтырады, егер бұл болашақ сөз сөйлеу тақырыбымен сәйкес сабақтасырады. Сөйлеудің нобайы жазылған кезде спичрайтер міндетті түрде мәтінді тапсырыс берушімен келіседі. Маман нақты адам үшін сөз сөйлеуді дайындайды және оның сөйлеу ерекшеліктерін ескеруі, тыңдай білуі тиіс. Келісілгеннен кейін мәтін пысықталады.

«Журналистика» мен «Филология» мамандығында оқитын студент редактор міндетінің қыр сырын толық меңгеруі тиіс. Олар теледидарда, радиода, киноиндустрияда, сондай-ақ кітап баспалары мен мерзімді басылымдарда редакторлық жұмыс істей алады.

Редактор (лат. redactus – ретке келтірілген) - бұл туындыны жариялау үшін іріктейтін немесе автор жазбасын стильдік, грамматикалық жағынан түзетулер енгізетін маман. Ол авторға кемшіліктерді жоюға, акценттерді қоюға, басты ойды білдіруге көмектеседі.

Бұл оқу бағдарламасын тәмамдаған түлектер алғашқыда корректор болып жұмыс істеуі де мүмкін. Корректор (лат. corrector-түзетуші) - редактордан кейін мәтінді оқитын маман. Ол өткізіп алған орфографиялық және пунктуациялық, грамматикалық қателерді түзетеді, артық бос сөздерді жөндеп, қателерін түзетеді.

Ұжымдық радио мен телевизиялық шығармашылықта оның барлық қатысушылары бірыңғай редакциялық саясатты анық түсінуі және жүзеге асыруы маңызды. Оған жетудегі негізгі рөл шығармашылық үдеріске белсенді қосылатын маман – редактор болып табылады.

Редактор эфирден тыс жұмыс жасайды. Оның қызметінің басты ерекшелігі-ол басқа хабар жасаушылардың шығармашылық қиялын бағыттайды, регламенттейді, кейде шектейді. Оның негізгі мақсаты қандай да бір хабарда көтерілген мәселені тақырыптық әзірлеу болып табылады, сондықтан ол барлық материалдардың басты тақырыптың айналасында шоғырлануын, көрермен мен тыңдаушының назарын алаңдатпауын қадағалайды.

Редакциялау процесі қандай да бір айдардың жоспарын құрудан, кейде тіпті оның атауы мен тұжырымдамасынан басталады. Көптеген жағдайларда редактор өзі бағдарлама авторларын жоспарларға дейін де, материалды жинау кезеңі басталғаннан кейін де іздейді және таңдайды. Ол берілісті дайындаудың технологиялық схемасында дайындық немесе редакторлық деп аталады. Қазіргі заманғы бағдарламалардың көпшілігі авторлардың қатысу арқылы құрылады, сондықтан радио мен телевидение редакторына әртүрлі авторлардың категорияларымен: кадрда немесе микрофонда сөз сөйлеуші авторлармен және сценарийлер мен сценарийлік жоспарларды әзірлеуге қатысатын авторлармен жұмыс істеуге тура келеді.

Сценарлық жоспар бойынша редактор автордың сұхбат немесе әңгімеге дайындық дәрежесін анықтайды. Редактор автордан сұрақтар шеңберін, олардың дәйектілігін тақырыпты ашу немесе оған жаңа, түпнұсқа көзқарасты табу үшін негіз құруы тиіс. Редактор автор сценарийге салған негізгі публицистикалық және көркем идеяларды келесі орындаушылар (кейіпкерлер, жетекші), хабар жасаушылар (режиссер, оператор), көрермендерге бірдей түсінікті болатынына сенімді болуы тиіс. Радио мен ТВ редактордың жұмысында тағы бір кезең - эфирлік редакциялау болуы мүмкін. Мұндай редакциялау қажеттілігі әдетте тікелей репортаждар мен басқа да хабарларда алдын ала жазылусыз пайда болады, онда сценарийлік жоспарда көзделмеген күтпеген жағдайлар болуы мүмкін. Мұндай жағдайларда редактор хабар беру барысында дикторлық мәтінді немесе жүргізуші мәтінін қысқартуды, тез арада өзгерту мәтініне енгізуді, бағдарламаға соңғы минуттардың ақпаратын енгізуді талап етеді. Ақпараттық бағдарламада редактор басқа қызметкерлерге қатысты шығармашылықта ең үлкен құқықтарға және дербестікке ие. Жаңалықтар бағдарламаларында журналистер екі редактормен жұмыс істейді: - редактормен, репортер мен тілшілер арасында жедел материалдарды жинау бойынша міндеттерді бөледі (оны үйлестіруші деп атайды) және шығарушы редактормен. Редактор-үйлестіруші-ақпарат бөлімдеріндегі ең маңызды қызметтердің бірі, барлық бөлім жұмысының жүйке торабы, репортер, операторлар, режиссерлер, монтажерлер қызметін үйлестіретін осы редактор.

Қорыта келгенде айтармыз, «Журналист-филолог» мамандығын дайындау бүгінгі күннің талабы. Бұл білім беру бағдарламасы журналистика саласы үшін бакалавр деңгейдегі маман даярлауға бағытталған. Білім беру бағдарламасын дайындау барысында біліктіліктің ұлттық талаптары мен ҚР Білім және ғылым саласындағы нормативті-әдістемелік құжаттары басшылыққа алынды. Оқу бағдарламасыда білім беру үрдісінің мақсаты, нәтижелері, мазмұны анықталып, бұқаралық ақпарат құралдарының редакцияларына білікті маман даярлауды қамтамасыз етеді.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Тіл білімі терминдерінің түсіндірме сөздігі. - Алматы. «Сөздік-Словарь», 2005. - 240 б.
- 2 Ярыгина Н.С. Филологическая культура как показатель качества журналистского образования. // Образование. - 2011. - Т.74. - №20. - С. 15-19.
- 3 Достоевский Ф.М. Философский энциклопедический словарь. / Ред. Е.Ф. Губский, Г.В. Кораблева, В.А. Лутченко. - Москва: Инфра-М, 2003. - 576 с.

М.Б. Шындалиева, К.К. Саркенова

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан

Актуальные проблемы учебной программы факультетов журналистики и филологии

Аннотация. Статья посвящена необходимости серьезного изучения филологических дисциплин в процессе подготовки будущих журналистов, так как они должны научиться в совершенстве владеть словом, а также обладать широкой общекультурной эрудицией. В данной статье рассматриваются вопросы подготовки кадров, проводившейся в соответствии с классификатором специальностей, а также лицензирование новых направлений подготовки кадров в соответствии с классификатором. Изучены вопросы механизма аккредитации, оценки качества высшего образования, их регламенты, а также академическая свобода высших учебных заведений. Поскольку филология и журналистика особенно близки друг к другу в период глобализации рассматривается необходимость создания общей специальности «филолог-журналист» с целью развития конкурентоспособности специальностей в области журналистики, массмедиа и филологии.

Ключевые слова: журналист, филолог, программа, академия, дисциплины, проект.

M.B. Shindaliev, K.K. Sarekenova

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan

Actual problems of the curriculum of journalism and philology specialties

Abstract. The article is devoted to the need for a serious study of philological disciplines in the training of future journalists, as they must learn to master the word, as well as have a broad general cultural erudition. Academic freedom of higher educational institutions, training conducted in accordance with the classifier of specialties, as well as licensing of new areas of training in accordance with the classifier are considered in this article. The questions of accreditation mechanism, quality assessment of higher education, their regulations, and academic freedom of higher education institutions are studied. Because of Philology and journalism are close to each other, in the period of globalization in the areas of journalism, mass media technology and Philology.

Keywords: journalism, philology, program, academy, direction, freedom.

References

- 1 Til bilimi termindерinin tusindirme sozdigi [Explanatory dictionary of terms of linguistics], («Sozdik-Slovar», Almaty, 2005, 240 p.). [in Kazakh]
- 2 Yarygina N.C. Filologicheskaya kul'tura kak pokazatel' kachestva zhurnalistskogo obrazovaniya [Philological culture as an indicator of the quality of zhournalism education], *Obrazovanie [Education]*, 74(20), P. 15-19. (2011). [in Russian]
- 3 Dostoevskii F.M. Filosofskii yenciklopedicheskii slovar [Philosophical Encyclopedic Dictionary], / Red. E.F. Gubskii, G.V. Korableva, V.A. Lutchenko. (Infra-M, Moscow, 2003, 576 p.). [in Russian]

Авторлар туралы мәлімет:

Шындалиева М.Б. - Журналистика және саясаттану факультетінің профессоры, фил.ғыл. докторы, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қ.Сәтбаев көш. 2, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Саркенова Қ.К. - Филология факультетінің профессоры, фил.ғыл. кандидаты, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қ.Сәтбаев көш. 2, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Shyndaliyeva M.B. - Doctor of Philology, Professor of the faculty Journalism and Political Science, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Satpayev str., Nur-Sultan, Kazakhstan.

Sarekenyova K.K. - Candidate of philological Sciences, Professor of the Philology faculty, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Satpayev str., Nur-Sultan, Kazakhstan.



XFTAP 070.93.30

Г.С. Амангелдиева, Қ.А. Сақ

*Л.Н. Гумилев ат. Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан
(E-mail: gulmira.sabyr@mail.ru)*

Сандық журналистиканың қалыптасуы және өзгермелі көкжиектері

Аңдатпа. Авторлар мақалада сандық журналистиканың қалыптасу жолын қарастырған. Ғылыми еңбекте алғашқы сандық форматтағы материалдың пайда болу кезеңінде күтілген жетістіктер мен қол жеткізген нәтижелер негізге алынған. Интернет журналистикаға, соның ішінде жаңалықтарға қолжеткізу бойынша сараптама жасалды. Шетелдік ғылыми еңбектер негізінде интернет басылымдарға сараптама жүргізу арқылы журналистика саласындағы мамандардың пікірін келтіреді. Ғылыми тұжырымдамаларға сүйеніп, сандық журналистикаға өту жолында қажетті парадигмаларды көрсетеді.

Авторлар мақала жазу барысында гиперлокальды журналистика ұғымына түсінік берген. Жаңа медиа толқынында Hashtagify, HTML немесе CSS сияқты кодты білудің маңыздылығын айқын көрсеткен. Солардың негізінде дигитализацияның құралдарымен жұмыс істеуді бастап, журналистерге қолайлы қосымшаларды пайдалануды ұсынады.

Түйін сөздер: сандық журналистика, жаңа медиа, гиперлокальды журналистика, код, веб-сервис, newsmidia, hashtagify.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2019-128-3-45-52>

Сандық журналистика он жыл бұрын болған дәстүрлі журналистикадан өте ерекшеленеді. Онлайн журналистика ретінде танымал сандық журналистика – редакциялық контент баспа немесе трансляция арқылы емес, интернет арқылы таратылатын журналистиканың қазіргі заманғы түрі. Нарыққа ену жолындағы кедергілердің төмендеуі, компьютерлік желілік технологиялардың дистрибуциясы мен сан алуандығына жұмсалатын шығындардың төмендеуі сандық журналистиканың кең таралуына алып келді. Ол бұрын дәстүрлі БАҚ-тарды, соның ішінде газеттерді, журналдарды, радио мен теледидарды бақылайтын ақпарат ағынын демократиялады. Кейбіреулер сандық журналистиканы дәстүрлі журналистикамен салыстыра отырып, алғашқысында үлкен шығармашылық белсенділік танытуға болатынын айтады. Сандық аспект журналистік қатынастағы орталық орынға ие болады және белгілі бір дәрежеде автордың, редактордың немесе баспагердің шығармашылық бақылауында болады.

Сандық журналистиканың айқын анықтамасы жоқ болса да, ол интернетте орналастырылатын журналистік контенттің кез келген түрі ретінде кеңінен танылған. Бұл мәтіндік, аудио немесе бейне нысаны болуы мүмкін, өйткені ол мазмұнды басып шығаруға және таратуға болмайды, бұл дәстүрлі журналистика қарағанда әлдеқайда жылдам. Адамдар тәулігіне 24 сағат жаңалықтар мен оқиғаларға қол жеткізу үшін ғаламторды пайдалануда. Өйткені мазмұн бұрынғыдан қысқа: мақалалар қысқа, GIF-файлдар бірнеше секунд ішін-

де, ал ВВС сияқты желілерде енді 15 секундтық үзінділер ұсынылады. Сандық журналист рулоны әлеуметтік желілер сияқты жерлерден алынған контентті құруға арналған. Қысқа мерзімде көптеген ақпаратты жеткізуге ерекше көңіл бөлінеді. Көптеген сандық гиперсілтемелер камерамен түсірілген және Facebook немесе YouTube-те орналастырылған бейне-лерге немесе фотосуреттерге сілтеме жасайды. Журналистика факультетінің студенттері үшін осындай мазмұнды қалай іздеу керектігі туралы ақпарат беретін курстар пайдалы болуда. Бұл авторлық құқық және плагиат т.б. заңдық аспектілерді зерттеуге септігін тигізеді.

Жалпы сандық журналистиканың тарихы телемәтін ретінде пайда болған. Ол сандық журналистиканың бірінші түрі ретінде 1970 жылы Ұлыбританияда ойлап табылды. Телемәтін-көрермендерге қандай тарихты оқып, оны дереу көргісі келетіндерін таңдауға мүмкіндік беретін жүйе. Телемәтін арқылы берілетін ақпарат бүгін сандық журналистикада байқалатын қысқа және жылдам, ұқсас ақпарат болып табылады. Ақпарат теледидар сигналының жақтаулары арасында берілді, ол VBI арқылы пайда болды. Американдық журналист, Хантер С. Томпсон 1971 жылғы АҚШ президентінің сайлау алдындағы науқаны туралы хабарлау үшін факсті пайдаланудан бастап, оның «Қорқыныш және сайлау алдындағы науқанға алаңдату» кітабында құжатталғандай, ерте сандық коммуникациялық технологияға сүйенді [1]. Телемәтіннің өнертабысынан кейін videotex өнертабысы болды, оның ішінде әлемдегі алғашқы жүйе болды. 1979 жылы «Файнэншл Таймс» газеті сияқты түрлі Британдық газеттер үшін мәліметті ғаламтор арқылы жеткізу басты кезекте тұрды. Дегенмен Videotex соңғы пайдаланушы сұранысын қанағаттандыру қабілетсіздігі салдарынан 1986 жылы жабылды [1].

Америкалық газет компаниялары жаңа технологияға назар аударып, өзінің жеке videotex жүйесін құрды, олардың ішінде ең ірі және өршіл Viewtron, 1981 жылы іске қосылған Knight-Ridder сервисі. Басқалары Лос-Анджелесте Чикаго мен Gateway-да Keycom болды. Олардың барлығы 1986 жылға дейін жабылды. Содан кейін компьютерлік хабарландыру тақталары пайда болды. 1980 жылдардың соңында және 1990 жылдардың басында бірнеше шағын газеттер BBS бағдарламалық жасақтамасы мен телефон модемдерін пайдалана отырып, онлайн-жаңалықтар қызметін іске қосты. Олардың біріншісі 1989 жылы Albuquerque Tribune болды [2].

Компьютерлік ойындар әлемі 1992 жылдың қыркүйек айында Prodigy-те Origin жүйесінің Electronic Arts сатып алу туралы жаңалықтарға таласты. Интернет-жаңалықтар сайттары 1990 жылдары тарала бастады. Онлайн-жаңалықтар Нандо ретінде Солтүстік Каролина рөлінде News & Observer болды. Стив Йелвингтон Пойнтер институтының N&O тиесілі Нандо туралы веб-сайтында былай деп жазды: «Нандо Дүниежүзілік шиеленістің алғашқы елеулі кәсіби жаңалықтар сайтына айналды» [3]. Ол 1990 жылдың басында «NandO Land» ретінде пайда болды. Сандық онлайн-журналистиканың айтарлықтай өсуі Netscape Navigator (1994) және Internet Explorer (1995) алғашқы коммерциялық веб-браузерлері пайда болған уақытта болды деп саналады. Журналистік контент мазмұнын өзгертпей түпнұсқа мәтіндік/бейне/аудио көздерден қайта бейіндегеніне қарамастан, оны құралдар панелі арқылы оның онлайн-формасына байланысты, тақырыптық топтастырылған контент және сілтемелерді басқаша пайдалануға болады. 24 сағаттық жаңалықтар циклы және пайдаланушы мен журналистің өзара іс-қимылының жаңа тәсілдері веб-тақта сандық форматқа арналған бірегей ерекшеліктердің арасында болды. Кейінірек AOL және Yahoo сияқты порталдар және олардың жаңалық агрегаторлары (жаңалықтар көздерінен сілтемелерді жинайтын және жіктейтін сайттар) Associated Press сияқты жаңалықтар агенттіктері өткен клиенттер жаңалықтарын жеткізушілерді пайдалана алатынынан тыс біріктіру үшін сандық мазмұнды ұсынды. Сонымен қатар, салон 1995 жылы құрылды. 2001 жылы American Journalism Review журналы интернет салонын «журналистикаға арналған тәуелсіз алаң» деп атады [4].

2008 жылы американдықтар алғаш рет өздерінің ұлттық және халықаралық жаңалықтарын газеттерден емес, интернеттен алатыны туралы хабарлады [5]. Pew зерттеу орталығының есебіне сәйкес 18-29 жас аралығындағы жастар жаңалықтарды негізінен интернет арқылы алады [6]. Жаңалықтар сайттарының аудиториясы жаңа жаңалықтар сайттарының іске қосылуына, дәстүрлі жаңалықтар ұйымдарының онлайн-жаңалықтарға арналған инвестицияларының жалғасуына және жалпы интернет-аудиторияның өсуіне байланысты дамып келеді. 2012 жылғы сарапта бойынша жастардың алпыс бес пайызы негізінен интернетте жаңалықтарға қол жеткізетінін білуге болады. Ал 2018 жылғы талдау бойынша халықтың 85 пайызы ғаламторды тікелей пайдаланатын болған [6].

Сандық журналистика басылымның өзі ұсынбайтын деңгейде сөйлесуге және талқылауға мүмкіндік береді. Адамдар мақалаларға түсініктеме беріп, мақалаларды талқылау үшін форумдар жасай алады. Ғаламторға дейін ешқашан кездеспеген оқырмандар арасындағы пікірталас мүмкін емес еді. Жаңалықтар мақаласын талқылау процесі - сандық журналистика үшін атқаратын жұмыстың басым бөлігі. Адамдар тарихты қосады және тақырыпты талқылағысы келетін басқа адамдармен сөйлеседі.

Цифрлық журналистика адамдардың көру және оқу үшін көбірек мүмкіндіктер алуына мүмкіндік бере отырып, тауаша аудитория үшін мүмкіндіктер жасайды. Сандық журналистика тарихты айтудың жаңа тәсілдерін ашады; жаңа құралдың техникалық компоненттерінің көмегімен сандық журналистер аудио, бейне және сандық фотосурет сияқты түрлі бұқаралық ақпарат құралдарын ұсына алады.

Сандық журналистика қоғам жаңалықтарды қалай тұтынатыны туралы революция болып табылады. Интернеттегі көздер соңғы жаңалықтар туралы санаулы секунд ішінде тез, тиімді және дәл хабарлай алады. Іс-шара барысында журналистер ғаламторда ақпарат көздерін орналастыра алады. Мақала жариялануы мүмкін жылдамдық, әдетте баспа журналистикасында болмайтын есептердің дәлдігіне әсер етуі мүмкін. Сандық журналистика пайда болғанға дейін баспа процесі қателерді анықтауға және түзетуге мүмкіндік бере отырып, әлдеқайда көп уақыт алды.

Жаңалықтар тұтынушылары веб-сауатты болуы және дереккөздердің шынайылығын бағалау үшін сыни ойлауды пайдалануы тиіс. Кез келген адам мақалаларды жаза алады және оларды Интернетте жариялай алады, журналистиканың анықтамасы өзгереді. Қарапайым адам үшін блогтар және беделді жаңалықтар веб-сайттарындағы жаңалықтарға пікіртерім сияқты құралдардың көмегімен жаңалықтар әлемінде әсер ету оңай болғандықтан, сандық журналистика аймағынан түсетін ақпараттың үлкен санын сұрастыру қиынға соғады. Жазушы мен тұтынушы арасындағы өзара іс-қимыл жаңа болып табылады және оны сандық журналистикаға жатқызуға болады. Интернетте жеке ойларды алудың көптеген жолдары бар. Алайда, бұл кейбір кемшіліктер бар, олардың негізгісі нақты ақпарат. Сандық журналистикада дәлдік қажеттілігі бар және олар дәлдікке жету жолын таппағанша, олар әлі де сынға ұшырайды.

Бір маңызды дау осы жаңалықтар веб-сайттарына сенуге қатысты. Онлайн-жаңалықтар қауымдастығы өткізетін сандық журналистикаға деген сенімді зерттеуде Интернеттегі жұртшылықтың сенім рейтингі респонденттердің нақты сенім рейтингтерімен салыстырылады. Онлайн-БАҚ-тардың түрлі көздерін зерттей отырып, зерттеу тұтастай алғанда, көпшілік онлайн-БАҚ-та шын мәнінде қарағанда көбірек сенімділігін көрсетті. [3]

Сандық журналистиканың әсері бүкіл әлемде айқын. Журналистиканың бұл түрі журналистерді реформалар мен дамуға итермелейді. Нанотехнологиялардан беймәлім тілшілер бұл күшті сезінді. Соңғы айларда бірнеше тілшілер ығыстырылды, ал жас журналистерді олардың төмен құны мен озық технологиялар жағдайында жұмыс істеу қабілетіне байланысты тартты. Негізгі жаңалықтар сайттары newsmedia онлайн өндірісінің ең көп таралған нысаны болып табылады. 2000 жылғы жағдай бойынша Батыс әлеміндегі журнали-

стердің басым көпшілігі енді интернетті өзінің күнделікті жұмысында үнемі пайдаланады. Негізгі жаңалықтар сайттарына қосымша сандық журналистика индекстік және категориялық сайттар (сайттар түпнұсқалық контентсіз, бірақ қолданыстағы жаңалықтар сайттарына көптеген сілтемелері бар), meta- және пікірлер сайттары (media watchdogs сияқты newsmedia мәселелері туралы сайттар), сондай-ақ алмасу және талқылау сайттары (Slashdot сияқты адамдардың қосылуын жеңілдететін сайттар) кіреді [7]. Блогтар сондай-ақ жеке сайттардан бастап жүздеген мың адамға аудиторияға дейін жаңа ақпарат алуға қабілетті сандық журналистиканың тағы бір феномені болып табылады.

2008 жылға дейін сала интернетте жаңалықтарды жариялау дәстүрлі жаңалықтарды жинауға арналған шығындарды қаржыландыру үшін айтарлықтай табысты болады деп үміттенді. Алайда 2008 жылы интернет-жарнама баяулай бастады және соңғы үлгідегі бизнес-модельдерді әзірлеудегі ілгерілеу елеусіз болды [8]. Дегенмен, онлайн-журналистер ньюзрумдардың кенеюі туралы хабарлама таратып, интернет табыс көзі болатынына сенді. Олар жарнама, бәлкім, онлайн-жаңалықтар өндірісін қолдайтын табыстың ең жақсы үлгісі болады деп санады. Бүгінде ол табыстың негізгі көзіне айналып отыр. 1999 жылы құрылған онлайн-жаңалықтар қауымдастығы жаңалықтарды жинаумен немесе өндірумен айналысатын 1700-ден астам мүшелері бар онлайн-журналистерді анықтайтын ірі ұйым болып табылады [9].

Интернет, сондай-ақ, әдетте Indy Media (Макс Перес) сияқты журналистер емес адамдардың үлкен қатысуына әкелді.

Блогерлер веб-журналдарда немесе блогтарда жазады. Дәстүрлі журналистер блогерлерді жедел журналист деп санамайды. Бұл ортамен салыстырғанда стандарттар мен кәсіби практикамен байланысты. Мысалы, краудсорсинг және краудфандингтік журналистика әуесқой журналистерді, сондай-ақ дәстүрлі баспасөз орнатылған шекаралармен шектелген өршіл кәсіпқойларды тартады. Алайда, журналистиканың бұл түрлерінің маңызы-олардың мазмұнның дәлдігі мен әділдігін қамтамасыз ететін журналистік практиканың кәсіби нормаларын елемейді. Бірақ 2005 жылғы жағдай бойынша, әдетте, көп көңіл бөледі және бұқаралық Журналистика үшін кейбір салдарға әкеп соғады, мысалы, президент Ұлттық гвардиясының кіші Джордж Буш қызметі туралы телевизиялық мақаламен байланысты мәселелерді анықтау.

Жақында сот шешімдері блогерлердің сол міндеттер қолданылатын басқа журналистер сияқты қорғалуға құқығы бар екенін анықтады. Құрама Штаттарда Electronic Frontier қоры журналист-блогерлердің құқықтарын қорғауда маңызды рөл атқарды.

Канадада, Канаданың Жоғарғы Соты: «Екінші алдын ала сұрақ-жаңа қорғау біздің алдымызда дәлел ретінде туындауы тиіс, қорғау жауапты журналистиканың тесті ретінде берілді, бұл лаконикалық стильдегі қорғаудың мәні болып табылады. Алайда, дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдары қоғамдық мүддені білдіретін мәселелер бойынша қарым-қатынастың жаңа тәсілдерімен тез толықтырылады, олардың көпшілігі онлайн, оларға журналистер қатыспайды. Бұл соңғы жаңалықтар мен ақпаратты таратушылар алып тастау үшін дәлелді себептер болмауы тиіс, белгіленген бұқаралық ақпарат құралдары сияқты заңдарға бағынады. Мен Лорд Хоффманмен жаңа қорғаныс «қоғамдық қызығушылық тудыратын материалдарды кез келген тасымалдаушыда жариялайтын кез келген адамға қолжетімді»: Джамиль, 54-тармақта» деп келісемін [4]

Онлайн-журналистиканың басқа да маңызды құралдары интернет - форумдар, форумдар мен чаттар, әсіресе ресми БАҚ-тың интернет-нұсқасын ұсынатын сайттар болып табылады. Бүкіл әлемде интернетті кеңінен пайдалану Израиль-Палестина қақтығысы және бірінші және екінші шешен соғыстары сияқты көптеген қақтығыстарда екі тарап үшін Кездесу орнын құруға бірегей мүмкіндік жасады. Көбінесе бұл қақтығыстың жаңа, балама шешімдерін табуға бірегей мүмкіндік береді, бірақ жиі интернет қақтығыс тараптары шексіз «онлайн-шайқас» құруына байланысты шайқас алаңына айналады.

Интернет-радио мен подкаст - бұл басқа өсіп келе жатқан тәуелсіз БАҚ. Гиперлокальды журналистика – бұл өте кішкентай қоғамдастықтағы журналистика. Гиперлокальды журналистика, сандық журналистиканың басқа да түрлері сияқты, оқырмандарға өте ыңғайлы және журналистиканың бұрынғы түрлеріне қарағанда көбірек ақпарат ұсынады. Сандық журналистика интернетте болғандықтан және негізінен пайдаланушы контенті бар сайттарда азаматтар жүзеге асыратындықтан, олардың арасындағы бәсекелестік өсіп келеді. Азаматтық журналистика кез-келген адамға кез-келген нәрсені жариялауға мүмкіндік береді. Мақалаларда «Пікірлер» бөлімі бар, оған адамдар онлайн қатысып, өз пікірін білдіре алады. Журналистер үшін бұл дәстүрлі журналистикамен байланысы жоқ кері байланыс алуға мүмкіндік береді, бірақ бұл контентті бақылау қиын екенін білдіреді.

Журналистердің тарихты қалай зерттейтіндігі де өзгерді. Бұрын журналистер жұртшылықпен байланыс жөніндегі кеңсеге жиі қоңырау шалатын. Қазір олар әлеуметтік желілерді (краудсорсинг ретінде белгілі) пайдалана отырып көптеген зерттеулер жүргізеді. Өткен жылы ING жүргізген зерттеуде журналистердің 50% әлеуметтік желілерді негізгі ақпарат көзі ретінде пайдаланатыны анықталды. Сондай-ақ, журналист хештег (#) арқылы тарихты бақылай алады. Хештегтер журналистерге тарихты қадағалауға, бірнеше дереккөздерден ақпарат жинауға және жазып отырған тақырып қызықтырған аудиторияны табуға мүмкіндік береді. Сондай-ақ, журналисттерге арналған құралдар бар. Hashtagify сияқты сайттар журналистерге хештегтердің танымалдығын көруге мүмкіндік береді және оларға кең аудиторияға хабарласу үшін ең релеванттық хештегті пайдалануға мүмкіндік береді. 2015 жылдардан бастап мыңдаған журналистер жұмысынан айрылды, газет үшін табыс көзі едәуір азайды. Жаңа құралдар мен бәсекелестік жойылады деген пікір, керісінше өрши түсті. Жаңа медиа: Facebook, Twitter, Youtube және WhatsApp ақпарат құралының негізгі көзіне айналды. Андреас Коллер Зальцбургер Нахрих: «Сандық дәуірдегі журналистің рөлі әрине өзгерді. Соңғы технологияның арқасында қазіргі уақытта көптеген ақпараттық ресурстар жаңарды. Ал миллиондаған ойыншылар: әлеуметтік медианы пайдаланатын барлық адамдар (тіпті жүздеген ескі электрондық пошта арқылы ақпарат бөлісетін адамдар және т. б.) өз рөлін өзгертті ме? Twitter немесе Facebook ақпаратты растауға тырысты: «Бұл кәсіби журналистер үшін өте қиын болуы мүмкін».

Сандық журналистикада пікір алмасу соншалықты танымал болғандықтан, фактпен пікір арасындағы қайшылық тууы мүмкін. Журналистер түрлі платформаларда контенттің дәлдігі туралы ойланып, олардың көздерін мұқият тексеруі қажет. Жаңалықтарға сұраныс қатты болғандықтан, көптеген журналистер мақаланы тез шығару үшін фактілерді тексермей, асығыстықпен жариялап жібереді. Нәтижесінде жарияланып кеткен мақаланы түзетулер мен теріске шығару етек алып барады. Сондықтан журналистер үшін жарияланған жұмысты қадағалау, оның әлі де дәл екеніне көз жеткізу және егер олай болмаса, оны өзгерту маңызды. Ең дұрысы мақаланы жарыққа шығармай тұрып, тексеру.

Журналист болғысы келген әрбір адам бос уақытында сандық журналистикамен айналысуы қажет. Блог жүргізуге және үнемі хабарлар жариялауға тиіс. Бейне, аудио және фотосуреттер салу арқылы хабарламаны көркемдеу қажет. Жұмысты дамыту үшін әлеуметтік желілерді пайдалану тиімді болуы мүмкін. Кевин Андерсоннің айтуынша: «Визуалды журналистикалық жобаларды жоспарлау және жүзеге асыру. Мәліметтер журналистикасының кең таралуы тегін немесе арзан құралдардың көбеюіне ықпал етті. Ол журналистерге кішігірім мекемелерде мәліметтерді визуализацияландыруға жәрдем береді. Мысалы, карта, шкала, сызбалар және кескіндер. news:rewired конференциясында, Media Wales компаниясының онлайн-контент бойынша төрағасының орынбасары Пол Роуланд (Paul Rowland) қатысушыларға: «Бұны жасау үшін сіздерге арнайы бюджеттің қажеті жоқ. Ол «үлкен адамдарға» ғана арналмаған» деді.

Роуландтың айтуынша, аймақтық әлде жергілікті медиада жұмыс жасау:

- Ресурстардың шектеулігін,
- Қаржы тапшылығын,
- Мамандардың жетіспеуін,
- Дәстүрлі бизнестің қиын жағдайын көрсетеді. - дейді.

Ол халық арасында мәліметтер журналистикасы мен визуалдау әдістері не үшін қажет деген сұрақтардың туындауына алып келеді. Оқиғаны баяндаудың қарапайым формасы мәтінді «бөлшекке бөлу» дейді Роуланд.

«Визуалды оқиғасыз сандық журналистика суретсіз шыққан газет секілді». Суреттер оқиғаның «сезімін» көрсетеді. Оқырманды мақалаға «кіргізеді».

Сондай-ақ, оқиғаны визуализациялау оқырманды шақыру мен ұстап қалудың тиімді жолы. Егер аймақтық басылымдардың құралдары немесе арнайы мамандары болмаса, олар сандық журналистикадағы барлық тегін бағдарламаларды игерулері керек дейді Роуланд. Негізгі талап мақалаға қажетті әдісті таңдау. Роуланд кеңестеріне құлақ асып көріңіз. «Өзіңіздің ақылды екеніңізді көрсетуге тырыспаңыз. Керісінше, оқиғаны қаншалықты оңай беруге болатынын көрсетіңіз». Егер белгілі бір құрал сіздің мақалаңызға рең бермесе, әдісті ауыстырыңыз. Бірінші, мақала жазуға кіріспес бұрын, өзіңізге «Мен не айтпақшымын?» деген сұрақ қойыңыз. Одан бөлек, Роуланд:

1) Оқиғаны көркемдеу қажет пе?

2) Әңгімелеуге не керек: контекст, оқиға орнымен байланыс, салыстыру, иллюстрация, әлде визуализация ма?

Жүзеге асыру үшін бірнеше құралдар қажет:

Контекст: Ол уақытша шкала жасау үшін қажетті Timetoast және Dipity құралдарын ұсынады. Соңғы кездері Dipity сенімсіз болғандықтан, мен оны ұсынбаймын. Ал, Timetoast таптырмас құрал. Қазір көп журналистер Timeline.js қолданады. Сондай-ақ, ақпаратты картаға орнатуға, жолдар мен зоналарды, нүктелерді, әкімшілік аудандарды көрсету үшін Google Fusion Table Maps-ты ұсынады. Оқиға орнымен байланыс – қайтадан Google Fusion Table Maps-ты ұсынады. Одан бөлек, мультимедиа құралының уақытын, орнын көрсететін Meograph сервисі де бар. Салыстыру - Роуланд Thinglink сервисін ұсынады. Онда суреттерге сілтемені қосуға болады. Және сізге қажетті мәліметтерді әлеуметтік желілерден жинақтайтын Storify сервисін де қосуға болады. Ол тек «Фейсбук» пен «Твиттермен» шектелмейді, Flickr, Instagram және YouTube видеоларын да қамтиды. Иллюстрация – ол үшін стандартты сурет галереясын қолдануға кеңес береді. Егер сізде галерея болмаса, Yahoo –ға тиесілі Flickr фотохостингінің сервисін қолданыңыз. Визуализация – ол үшін Роуланд Tableau Public және Many Eyes деп аталатын IBM сервисін ұсынады. Ол арқылы қарапайым визуализация жасай аласыз. Google Drive-тағы онлайн-кестелер де осыған жатады [9]. Көптеген журналистер өз жұмыстарын тікелей жаңалықтар сайттары мен платформаларында жариялағандықтан, компьютерлік кодтауды үйрену, зерттеуді меңгеру қажет. HTML немесе CSS сияқты кодты білу, жазу мен көрнекі әсерлерді тікелей веб-бетте өңдеуге мүмкіндік береді. Code Academy немесе Google университеттік консорциумы сияқты кейбір веб-сайттарда тегін кодтауды үйренуге болады. Жаһандану дәуірінде жоғары технологияларды терең меңгеріп, әмбебап журналист болуға дағдылану қажет-ақ.

Әдебиеттер тізімі

1 David E. The Third Wave of Online Journalism. [Электронды ресурc] - URL: <http://www.cgwmuseum.org>.2015 (Қарастырған күні: 22.06.2019)

2 Wilson Johnny L. Anatomy of a Rumor. [Электронды ресурc] - URL: <http://www.cgwmuseum.org>. (Қарастырған күні: 24.06.2019)

- 3 Wilson Johnny L. Anatomy of a Rumor. Computer Gaming World, [Электронды ресурс] - URL: <http://www.cgwmuseum.org>. (Қарастырған күні: 12.07.2019)
- 4 Fahri Paul. Can Salon Make It?. American Journalism Review, July, 2012, 21 p.
- 5 By Meghan Peters. Tossed By A Gale. The Economist. [Электронды ресурс] - URL: <http://www.economist.com> (Қарастырған күні: 15.07.2019)
- 6 Peters Meghan. Internet Surpasses Television as Main News Source for Young Adults . Mashable. [Электронды ресурс] - URL: <http://mashable.com> (Қарастырған күні: 15.07.2019)
- 7 Kawamoto Kevin Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism, (Rowman & Littlefield, 2014, 15 p.).
- 8 The State of the Online News Media 2009, Pew Project For Excellence in Journalism, [Электронды ресурс] - URL: <http://web.archive.org> (Қарастырған күні: 17.07.2019)
- 9 Online News Association, Online News Association, [Электронды ресурс] - URL: <http://web.journalists.org>. (Қарастырған күні: 20.07.2019)

Г.С. Амангелдиева, К.О. Сак

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан

Формирование и меняющиеся горизонты цифровой журналистики

Аннотация. В статье авторы рассматривают пути становления дигитальной журналистики. В научном труде за основу взяты ожидаемые достижения и достигнутые результаты в период образования материала первого цифрового формата. Проведен анализ по доступу к Интернет-журналистике, в том числе новостям. Анализируются мнения специалистов в области журналистики на основе зарубежных научных трудов путем проведения экспертизы интернет-изданий. С основой на научные концепции демонстрируются необходимые парадигмы для перехода к цифровой журналистике.

Авторы дают объяснение понятия гиперлокационной журналистики. В новой медиа-волне четко обозначена важность таких знаний, как Hashtagify, HTML или CSS. Журналистам предлагается использовать удобные приложения на их основе, начиная с работы со средствами дигитализации.

Ключевые слова: цифровая журналистика, новая медиа, гиперлокационная журналистика, код, веб-сервис, newsmedia, hashtagify

G.S. Amangeldiyeva, K.O. Sak

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan

The formation and the changing horizons of journalism digital

Abstract. In the article the authors consider the ways of formation of digital journalism. The scientific work is based on the expected achievements and results achieved during the formation of the material of the first digital format. The analysis of access to Internet journalism, including news. Analyzes the opinion of experts in the field of journalism on the basis of foreign scientific papers by conducting an examination of online publications. Based on scientific concepts, it demonstrates the necessary paradigms for the transition to digital journalism.

When writing the article, the authors explained the concept of hyperlactation journalism. The new media wave clearly outlines the importance of knowledge such as Hashtagify, HTML or CSS. On their basis, starting with the work with the means of digitalization, offers journalists to use convenient applications.

Key words: digital journalism, novamedia, giperakuzia journalism, code, web service, newsmedia, hashtagify.

References

- 1 David E. The Third Wave of Online Journalism. [Elektronic resource] Available at: <http://www.cgwmuseum.org>.2015 (Accessed: 22.06.2019)
- 2 Wilson Johnny L. Anatomy of a Rumor. [Elektronic resource] Available at: <http://www.cgwmuseum.org>. (Accessed: 24.06.2019)
- 3 Wilson Johnny L. Anatomy of a Rumor. Computer Gaming World, [Elektronic resource] Available at: <http://www.cgwmuseum.org>. (Accessed: 12.07.2019)
- 4 Fahri Paul. Can Salon Make It?. American Journalism Review, July, 2012, 21 p.
- 5 By Meghan Peters. Tossed By A Gale. The Economist. [Elektronic resource] Available at: <http://www.economist.com> (Accessed: 15.07.2019)
- 6 Peters Meghan. Internet Surpasses Television as Main News Source for Young Adults . Mashable. [Elektronic resource] Available at: <http://mashable.com> (Accessed: 15.07.2019)
- 7 Kawamoto Kevin Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism, (Rowman & Littlefield, 2014, 15 p.).
- 8 The State of the Online News Media 2009, Pew Project For Excellence in Journalism, [Elektronic resource] Available at: <http://web.archive.org> (Accessed: 17.07.2019) .
- 9 Online News Association, Online News Association, [Elektronic resurs] Available at: <http://web.journalists.org>. (Accessed: 20.07.2019)

Авторлар туралы мәлімет:

Амангелдиева Г.С. - Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Журналистика және саясаттану факультеті «6D050400-Журналистика» мамандығының 1-курс докторанты, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Сақ Қ.Ө. – ф.ғ.к., «Журналистика және саясаттану» факультетінің деканы, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің профессоры, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Amangeldieva G.S. – L.N. Gumilev Eurasian National University, PhD student of the specificity «6D050400- Journalism» of the Faculty of Journalism and Political Science, Nur-Sultan, Kazakhstan.

Sak K.O. - Dean of the faculty of Journalism and political science», professor of the L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan

ГТАХР 19.01.11

Зүлькәпіл Маулет¹, Б. Тоқтарбай²

¹Моңғолия мемлекеттік университеті, Улаанбатор, Моңғолия

²Л.Н. Гумилев ат. Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан

(E-mail: beibit.togtarbai@mail.ru)

Ақпараттық жаңа технология және дәстүрлі журналистика

Андағна. Мақалада электронды құралдар атауларының біздің сөз қорымызға ену негіздері талқыланады. Бүгінде жаңа ақпараттық технология қарқынды дамып, аса жылдам өзгеріске ұшырап, қоғамда атқаратын ролі артып қоғамдық институтқа айналды.

Ақпараттық жаңа технологияның әсерінен дәстүрлі журналистика саласы да жаңа сипатты заманауи бұқаралық ақпарат құралдарымен бірге дамып, жаңа бағыттары айқындалды. Мақалада авторлар заманауи журналистиканың бірегей ерекшеліктерін анықтайтын интерактивтік сипаты мен жеке тұлғаның журналистикадағы ролі деген тақырыптарды жан-жақты талқылайды.

Ақпараттық жаңа технологияның ең негізгі сипаттарының бірі - интерактивтік сипаты. Осы интерактивтік сипат ғылымдардың БАҚ туралы сызықтық модель тұжырымдамалары мен ұстанымдарынан бас тартуға әкеліп соқтырды.

Түйін сөздер: Ақпараттық жаңа технология, қоғамдық институттар, журналистика, заманауи журналистика, жеке тұлға.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2019-128-3-53-60>

Кіріспе. Ақпараттық жаңа технологияның әсерімен дәстүрлі журналистика саласында болмаған көріністер заманауи бұқаралық ақпарат құралдарының тәжірибесіне еніп, оның дамуын және бағытын айқындай түсуде. Біз заманауи журналистиканың бірегей ерекшеліктерін анықтайтын оның интерактивтік сипаты, ақпаратты уақыттың түйсінуі, жеке тұлғаның журналистикадағы ролі деген тақырыптарды талқылайық. Нақтырақ айтсақ интерактивтік сипат дегеніміз ақпаратты таратушының және қабылдаушының тарапынан өзара байланысқа қойылатын бақылауды көрсететін онлайн қатынастың сипаты деуге болады. Интерактивтің негізгі сипаты екі адамның арасындағы қарапайым диалог. Бұл байланыстағы ортақ іс әрекет болумен қатар әр қатысушы кез келген уақытта диалогті үзіп, тақырыпты өзгертіп немесе жаңа пікір тудыруға болады деген сөз.

Дәстүрлі медианың онлайн түрі болсын немесе басқа құралдары да интерактивтік сипатта емес. Себебі көптеген жағдайда ақпаратты өндіруші бұқарамен бір жақты ғана байланыста болып келеді. Кері байланыс орнату жолдарының ауқымы тар және қол жетімді емес. Мысалы: газетке келген хаттар, рейтинг зерттеулері, басылып шығатын парақтар саны деген сияқтыларды атауға болады. Газет, журнал, кітап және кинолар басылымнан шыққан соң ешбір өзгеріссіз заттарға айналатындықтан қабылдаушы тарапы бұларға зейін қоюы немесе мүлде ескермеуі мүмкін. Газеттің немесе кітаптың бір парағынан әркім әртүрлі пікір түйгенімен ақпараттың мазмұны мүлдем өзгермейді. Қазіргі заманғы шетелдік және отандық жаңалықтар бағдарламаларын көргенде, ғаламның бақылаудан шығып кеткендігі туралы қорытынды жасауға тура келеді. Ақпарат агенттіктерінің бұзақылық, зорлық зомбылық жайлы именбестен хабар таратып, назарды басқа жаққа бұруы қоғамдағы маңызды мәселелерді шешуге кері әсерін тигізуде екенін зерттеушілер бірнеше рет атап өтті.

Ақпараттың жаңа құралдары адамдарды интерактивтік қатынасқа түсуге жақсы әсер етеді. Мұндағы негізгі фактор – электронды байланыстың екі жақты сипаты, жылдамдығы, тығыз қарым-қатынас, ақпаратты таратушы және қабылдаушы тарапынан процеске қойылатын бақылаудың арта түсуінде.

Соңғы жылдары мәтіндерді және кейіпкерлерді «ақылды» электронды тасымалдағыштар арқылы тарату авторлар мен режиссерлердің назарын аударып отыр. Себебі, жаңа ақпараттық технология мәдениет саласында жаңаша бағытты қалыптастыруға әсер етуде. Автор оқырманға жазбаны өзгертуге, басқа балама таңдауға және жазу процесіне қатысуды ұсынады. Суретші көркем кескіннің пішіні мен түсін белгілі мөлшерде өзгертуге мүмкіндік береді. Сондай-ақ, аудитория көмегімен құрастырылған электронды кітаптар, пьесалар мен фильмдер пайда бола бастауы мәдени саладағы жаңа құбылыс.

Адамдар интерактивті сипатты жеке көзқарастарын білдіретін және таңдау жасайтын тәсіл ретінде жақсы қабылдауда. Оларға өз көзқарасын білдіру, жарнамалық бейнелерді айналып өту, көптеген арналардан өз қалағанын таңдау, кәсіби фактілер мен ақпаратты табу ұнайды. Газет оқу мен теледидар көруді демалыспен үйлестіру – жалпы құбылыстардың бірі.

Интерактивтілік – адамдар арасындағы қарапайым қарым-қатынасты белгілі бір мөлшермен анықтайтын байланыс процесі. Адамдар арасындағы қарым-қатынаста таратушы мен қабылдаушы ақпарат алмасу функциясын кезектесіп атқаруымен қатар әрбір қатысушы кері байланысты қандайда бір жолмен жылдам және толығымен орнату мүмкіндігіне ие. Әрбір қарапайым байланыс интерактивті болуы мүмкін емес. Себебі, бір жақты байланыс кез келген қабылдаушыны жедел және толық кері байланыспен қамтуды алдына мақсат етіп қоймайды. Қоғамдық ақпарат таратушы өз аудиториясының не істеп жатқанын, не ойлайтынын, не сезінетінін білмейді және әрбір қабылдаушы өзінің оң және теріс әрекеттерін білдіре алмайды.

Сонымен қатар, интерактивтілік әрекетті қарым-қатынастың мазмұнына бірге бақылау қою мүддесі ретінде қабылдауға болады. Мысалы, адамдар арасындағы байланысқа қатысушылар әңгіме тақырыбын өзгерту немесе бас тарту арқылы байланыс процесіне, мазмұнына және мәніне әсер етуі мүмкін.

Жоғарыда айтылғандардан шығатын қорытынды БАҚ-ты дамытудың маңызды ерекшеліктерінің бірі оның интерактивтік сипат екені анық. Журналистердің аудиториямен жасаған диалогы тек қана сол мезгілде орындалуымен айырықша. Оны зерттеушілердің айтуынша жеткізсек, «интерактивтілік – журналистика мазмұнының ерекшелігі, артықшылығы диалогтың дәл сол сәтте жүрілуі немесе мақсатты аудитория сұранысындағы ақпаратты өндіру, өңдеу, тарату және бақылау әрекеттерінің өзара тығыз байланыста болуы»[1].

Заманауи журналистикада интерактивтік сипат ерекше орын алғанымен, дәстүрлі журналистикадан бас тарту мүмкін емес екендігі айтпаса да түсінікті. Дегенмен, коммуникацияның жаңа бағыты және заманауи журналистің жаңа стилі қалыптасып жатқандығын мойындауға тиістіміз.

Ақпараттық жаңа технологияның нәтижесінде журналист жаңалығы жаһандану үрдісіне еріп отырғандығын біз әртүрлі ақпараттық технологиядан байқай аламыз. Дегенмен, соңғы жылдары көрермен мұндай жедел ақпараттан оқиғаның сипаты мен табиғаты туралы толық мәлімет ала ма жоқ па деген сұрақ туындап отыр. Кішкентай қорапшадағы спутник, сандық бейнемагнитофон және құрастырушы техниканың толық жиынтығы аудиторияға ұсынып отырған ақпараттың сапасын күрт өзгертеді деуге болады. Мәселен медиа өнім өндірушілер арасындағы қатаң бәсекелестік, нашар менеджмент және көбінесе технологиялық құрылғыларды орынсыз орналастыру сияқтылардың салдарынан оқиғаның қызу нүктесінен дайындалған хабарлардың негізі айтарлықтай өзгеріске ұшырауда. Бүгінде кейбір журналистер ақпараттың тікелей берілуі және оқиғаны эксклюзивті сипатына баса назар аударған жағдайда аудитория ақпаратты толық түсінбей қалуы мүмкін деп аландайды. Медиа өнім өндірушілер өз пайдасы үшін (бүгінгі таңда телеақпараттық бизнесі \$ 3 млрд шамасында бағаланады) әр тарапқа бөлінген аудиторияның кең ауқымын игеру мақсатында әр түрлі оқиғалардың маңыздылығына қарамай ұсынатын болған. Осыдан болып журналистика мен жарнама арасындағы ерекшелік құнын жоғалтуда.

Медиа зерттеуші Элих Катц бүгінгі күні жылдам өзгеріп жатқан оқиғалар мен ақпараттарды жедел жеткізу үшін кәсіпқой редактордан немесе сұхбаттан бас тарту, атап айтқанда, «дәстүрлі көзқарастағы журналистика аяқталу алдында тұр» дегенді айырықша атап көрсетеді [2]. Жаңа технология ақпаратты аса шапшаң таратып жатқандықтан оны жинау, жазу және өңдеу үшін уақыт жеткіліксіз, сонымен қатар арналардың өзара бәсекелестігі қабылдаушыларды еріксіз оқиғаның қатысушысы ретінде сезінуге итермелеуде. Кешкі бағдарламаға арнайы әзірленген жаңалық эфирге шықпай қалу ықтималдығы өте жоғары. Себебі жиырма төрт сағат бойы үздіксіз жүріліп жатқан ақпарат ағынындағы соңғы «жанды» жаңалықтар «ескі» хабарламаларды салыстырмалы түрде қатардан ығыстыру қарапайым құбылысқа айналуда. Сондықтан журналистер мүмкіндігінше дер кезінде дайындалған хабарларды жеткізуге тырысады. Алайда біздің ақпараттық технологиялық деңгейіміз әлі жоғары мүмкіндікке жетпегендіктен «жанды» немесе «шамамен жанды» дейтін санаттағы хабарлар саны шектеулі.

CNN стиліндегі журналистканы қолдаушылар көрермендердің өзіне редакциялау мүмкіндігін бергенімен ерекшеленеді деп санаса алайда сыншылар мұны кәсіби маман атқару керек деп есептейді. Сонымен қатар мамандар – журналистер қателік жасауы немесе жалған мәліметтер таратуы мүмкін екендігін ескерте келе шағын хабарлар мен әлеуметтік-саяси процестер арасындағы айырмашылық жақындай түсуі мүмкіндігін жоққа шығармайды. Сондықтан заманауи журналистиканың жаңа ақпараттарды дер кезінде жеткізу артықшылығын бағалай отырып, дәстүрлі журналистика мен арасындағы тығыз байланыстың маңызын тиянақты зерттеу қажеттілігі туындап отыр. Қысқаша айтқанда, заманауи журналистка дәстүрлі журналистканы ығыстыра ма немесе бірі келесісінің олқылықтарын толтыра ма деген сұрақтар жауабын күтуде.

Ақпараттың ең қорқынышты, шиеленісті, зорлық-зомбылықты яғни негативті сипаттайтын қазіргі бейнесі – қабылдаушыларға, әсіресе кез келген ақпараттан шектен тыс ләззат алатын ерекше адамдарға ешқандай дүниеге елең етпейтін мінез дарытып, «коллективті моральдық тозуға ұшыратуы» әбден мүмкін. Қазіргі заманғы шетелдік және отандық жаңалықтар бағдарламаларын көргенде, ғаламның бақылаудан шығып кеткендігі туралы қорытынды жасауға тура келеді. Ақпарат агенттіктерінің бұзақылық, зорлық зомбылық жайлы именбестен хабар таратып, назарды басқа жаққа бұруы қоғамдағы маңызды мәселелерді шешуге кері әсерін тигізуде екенін зерттеушілер бірнеше рет атап өтті. Жаңа технологияның соңғы жетістігімен қаруланған түсіруші топ адамзаттың ең қатыгез және қорқынышты оқиғаларынан тікелей эфир жасайды, ал бұл редакция үшін «жаңалық» емес екенін түсінбейді.

«Жанашырлықтан айырылу» – дегеніміз көрермендер мен оқырмандар осындай үрейлі оқиғаларды қайталап көре келе кінәлілер мен зорлаушылар жайлы олардың қорқыныш сезімін біртіндеп жоғалтуды атайды. Әлеуметтанушылар мұндай зорлық-зомбылық жайлы теледидардан үнемі көрсету қоғамдағы қайғылы жағдайды елемей, бей-жай қарайтын тасжүректердің санын көбейтіп, бүгінгі бейбіт өмірге қауіп төндіреді деген қорытынды жасады.

24 сағат бойы қызмет жасайтын әлемдегі ең ірі БАҚ-тардың бірі CNN – жаһандандың ірі себепкері. Сонымен қатар Reuters және Microsoft сияқты ғарыштық жетекші медиа жасаушылар электронды журналистика әлеміне үстемдік етуде. Электронды журналистика ғарыштық және уақыттық факторларға тәуелді емес, әлеуметтік мәдени жүйеде ақпаратты таңдау, жинау, көрсету, тарату жолында жаңаша үлгіде. Жаңа медиа мен дәстүрлі журналистиканың деректерді жинау әдісінде айтарлықтай айырмашылық болуымен қатар мұны «жаңалық туралы білік» деген мағынада түсінуге болады [3].

Кибернетика тұжырымдамасының ажырамас бөлігі болып табылатын компьютерлік технологияны кеңінен қолданатын ақпарат құралының жаңа буынын байланыс ғылымында кибержурналистика деп атайды. Зерттеушілер оны «телевизия және интернет арқылы жұмыс жасайтындар жаһандық тақырыптар бойынша білім алуда» деп түсіндіреді [4].

Кибернетика – бұл тірі организм, көлік құралдарының және қоғамның басшылық және ақпарат берудегі жалпы ұйымдық құрылымы туралы ғылым. Сондықтан қазіргі заманғы ең кеңінен қолданылатын БАҚ жүйесі кибержурналистика деп аталады.

Кәсіби журналистика деңгейінде конвергенция немесе ұқсастық қоғамдық БАҚ-тарды өзара интеграциялауға әсер етеді. Бір ақпарат құралының міндетін басқасына ауыстырудың нәтижесінде бірдей мазмұнды әртүрлі арналардан қабылдауға мүмкіндік туып, байланыс пен ақпарат арналары жайлы ескі ұғымдар түбегейлі өзгертін болды. «Ескі» ақпарат құралдарының болашағы белгісіз» [5].

Бірақта, зерттеушілердің айтуынша қоғам тарихында қарым-қатынастың жаңа пайда болған түрі ескі құралдарды толығымен жоққа шығармаған. Керісінше бұған дейінгі ақпарат құралдарының артықшылығын тиімді пайдаланып, жаңа технологияның жаңа әдістерімен ұштастыра пайдаланып келген. Әртүрлі ақпарат құралдарының өзара жақындасу, бірігуі әртүрлі арналар үшін біріккен медиа өнімдердің жасалуы жаңа композициялардың пайда болуына себепші болуда. Қазір біздің баспа өнімдерімізде әртүрлі БАҚ элементтерінің сипатына ие жазба түрінің көбеюін осы арқылы түсінуге болады. Сарапшылар бұл процеске әртүрлі көзқараста қарайды.

Олардың кейбіреулері өте оптимистік көзқараста. Мысалы, ресейлік тележурналистика зертеушісі В. Егоров жазба түрлерін реформалауды «тірі» процесс деп атаса, Л. Землянова қатарлы зерттеушілер қарсы болды [6]. Соңғы жылдары байланыс теориясы бойынша маманданған зерттеуші Л.М. Землянова: «Бұл ақыр соңында БАҚ-тың бұқараны қамтитын байланыс қатынасының қабілетін және адамдар оны жеке басының мүддесіне пайдалану аралығындағы қатынастың бұзылуына ықпал етіп, БАҚ-тың бұқараға қызмет етуші мақсаты ешқандай мәнсіз болуына алып келеді», - деп жазады [6].

Әлеуметтану мен саясаттану ғылымында «депривация» ұғымы адамдардың, қоғамдық топтардың өмірлік қажеттілігін қанағаттандыру мүмкіндіктерінің азаюына, кемуіне немесе сондай мүмкіндіктен айырылуына қатысты әлеуметтік процестерді сипаттауда қолданылады. Жаңа цифрлық медиалар қоғам мен адам өмірінде депривациялық құбылыстардың күшеюіне жол ашты. Өйткені, бұқаралық медиалар мен ондағы медиапсихологиялық тәсілдердің сапалы жетілуінің нәтижесінде адам мен қоғам өмірдің шынайы, объективті картинасын көру мүмкіндігінен айырылды. Жарнама беруші де, билік құрылымы да, билікке қарсы саяси күштер де ақпаратты өзінің мүддесіне сай бұрмалап, адамның санасына өздеріне қажетті образдар мен пікірлерді, көзқарастарды жарыса таңа бастады.

Әлемде болып жатқан саяси шиеленістер, әскери қақтығыстар, террорлық сойқандардың барлығы бізге тура ақпарат күйінде емес, бұрмаланған, интерпретацияланған формада келіп жетеді. Оның ішінен шындық пен өтірікті, ақ пен қараны аршып алу үшін де жоғары кәсіби біліктілік, сол мәселелерді кәсіби деңгейде сараптай алатын маман болу керек. Міне, бүгінгі күнгі адамдардың ақпаратқа деген, білімге деген өмірлік қажеттіліктерінің депривацияға ұшырауын осындай көріністер арқылы түсіндіреміз [6].

Қазіргі уақытта конвергенттік журналистика алдында осындай мәселелерді қойып отырғаны рас. Мұны интернет журналистикадан немесе әлеуметтік желі ақпараттарынан оңай аңғаруға болады. Бүгінде кез келген адам қолдағы материалын электронды жүйеге жүктей алады, мұны бір сайт «ақпарат», екіншісі «ойын-сауық», ал үшінші «жарнама» деп атайтыны қарапайым құбылысқа айналды. Кез келген оқырманның интернетке жүктеген материалын кәсіби журналистикадан ажырату оңай, бірақ қандай жазба түріне арналғанын ажырату критерийлері жоқ. Мұндай критерийлерді белгілеу де мүмкін емес.

Желілік журналистика көбінесе басқа ақпарат құралдарының ортақ сипаттамаларын ескере отырып, біртіндеп өзіндік үнін, келбетін, материалды жазу оны орналастыруға дейін ықпал етуге тырысады. Әрине, жаңа медиа өзіндік ерекшелігін айқындау үшін белгілі бір уақыт қажет ететіні түсінікті. Мысалы, бұхаралық сипаттағы мерзімді баспасөз өнімдері 50

жылдан астам уақыт өткен соң 1880-ші жылдардың соңына қарай ғана заманауи басылымға тән сипатқа ие болды. Теледидар алғаш пайда болған кезде онда жаңалықтар қызметі газет мәтіндерін тікелей оқумен шектелетін. Тек қана бейнежазбалар қарқынды дамып әрі кеңінен таралған кезден бастап тележурналистер бұқаралық бағдарламалар дайындау мен таратудың өзіндік тәсілін әзірледі.

Бірақ бір нәрсені – мойындау керек. Жаһанды қамтыған интернеттік желі журналистерге өздерінің білімдері мен біліктерін сынап көруге, қалаған ақпаратын табуға, басқалардан үйренуге және басқа бұқаралық ақпарат құралдарында кездесетін әртүрлі шектеулерден арылып, барынша еркін болуға мүмкіндік берді.

«Ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың қарқынды дамуының нәтижесінде жаңа медиалық арналардың қатары артып, интернет пайдаланушылардың саны бұрын-соңды болмаған деңгейге жетіп, әсіресе соңғы онжылдықта дәстүрлі журналистиканың негізі босаңсыды деуге болады. Кейбір батыстық ықпалды журналдардың жазуы бойынша көпшілікті қамтыған ақпарат құралдарының серпіні аяқталып, жеке тұлғаның қатысуымен немесе партиципаторлы ақпарат құралдарының кезеңі басталды» [7].

Ақпараттық жаңа технология дәуірінде қабылдаушылар саны бірте-бірте азая түсетіндігі сезіліп отыр. Адамдардың назарын аудару үшін орта және ірі ақпараттық компаниялар ғана емес, сонымен бірге кішігірім компаниялар, жеке тұлғалар бірігіп немесе ақпарат таратушылар бір-бірлеп әрекет етуге тиіс. Олар өздері өндіретін ақпараттық өнімдердің нәтижесінде кейбіреулері жетістікке жетіп, енді біреулері банкротқа ұшырайды. Бірақ бұл мәселе қатты алаңдатпайды, себебі олардың мақсаттары мен себептері басқа. Таразының бір басындағылар ақпаратты өздерінің атақ даңқы мен танымалдығы үшін жасайды, ал екінші жағындағылар жеке тұлғаның супербрендін қалыптастыруға тырысады. Заманауи ақпараттық нарықта адамдар жаңа ақпарат құралдарын (сондай-ақ, кірістің негізгі көздері болып табылатын жарнама) белсенді «пайдаланып» оның іс әрекетіне белсенді араласатындығы – ақпараттың белгілі деңгейін қандай да бір жолмен, кез келген тәсілмен жасап жатқандығының дәлелі бола алады. Зерттеулерге қарасақ, американдық жасөспірімдердің жартысынан көбі интернеттегі мәтіндерден бастап, фото, бейнеклип, музыка сияқты әртүрлі контенттерді жасап шығаратыныны айтылады.

Жеке тұлғаның араласуымен өндірілген ақпарат өнімдерінің басты ерекшелігі – қабылдаушылар мен авторлар арасындағы айырмашылықты азайтуға бағытталған. «Бір адамнан көп адамға» бағытталатын дәстүрлі журналистиканың «ұстаз дәрісі» сипатындағы байланыс бүгінде жеке адамдар арасындағы «әңгіме» болып өзгеріп жатыр. Бұл өзгерістер дәстүрлі журналистиканың негізгі қағидаларын өзгертуге әсер ете бастады. Бүгінде жастардың көп бөлігі, болашақта адамдардың белгілі мөлшері ненің рас ненің жалған екендігіне өздері ұйғарым жасайтын болады. Бұған әсер ететін көптеген факторлар бар екендігі белгілі. Олар кейде кәсіби редакторлардың таңдауына сенсе, енді бірде бүгінде пайда болған жаңа технологиялар мен бірлескен жұмыстардың нәтижесінде анықталған көпшіліктің ортақ ой пікірін құрметтейді.

Бүгінде шамамен әрбір адам жеке блог жүргізеді. Ал журналистика дербес жеке сала емес адамдар арасында пікірлесу алаңы болып өзгергенін біз сәт сайын сезініп отырмыз. Бүгінгі журналистика тек дәстүрлі журналистиканың электрондық нұсқасы емес, блог(blog) және азаматтық журналистика(citizen journalism) деген екі формасымен ерекшеленеді. Басқаша айтқанда, блог – адамның жеке электронды күнделігі, ал азаматтық журналистика – адамдар өзінің қалаған шығармашылық өнімін сайттарға ұсына алатындығын білдіреді.

Азаматтық журналистиканың артықшылықтарының бірі – жасалып жатқан контенттің жергілікті ең жақын ортаға сай сипатты (гиперосталинге) болып келуінде. Басқаша айтқанда, авторлар мектептің спорттық жарыстары сияқты жергілікті газеттер үшін кіші-

гірім, маңызы аздау жаңалықты құнды ақпарат ретінде ұсына алуы қалыпты жағдай. Әрине, қоғам үшін блогерлерден бастап азамат-журналистерге дейін жасаған өнерлі тұлғалардың үлесі ерекше екендігі түсінікті.

Кейбір зерттеушілер қазіргі кездегі тұрақты басылымның бүгінгі жағдайына қарап, болашаққа тым пессимистік көзқараста болып отыр. Мысалы, апталық Commentary журналында Джозеф Эпштейн газеттердің ешқандай бос кеңістіксіз шығып жатқандығын сынап, егер осылай жалғаса берсе газет шыбын өлтіргіш немесе балық орауға ғана қажет болады деп келеке етеді. Сонымен қатар оның ең соңғы газеттің ең соңғы оқырманы 2040 жылы оны оқиды деген пікірі қызықшылық тудырып отыр.

Бүгінде газет өндіру саласы өте қиын уақытты бастан өткеріп жатыр. Соңғы екі онжылдықта баспа басылымдары күрт төмендеді. Жастардың көпшілігі күнделікті газеттерді оқымайды.

Дегенмен, қиын жағдайға ұшыраған басқа секторлар сияқты бұл саланың да өзіндік артықшылыққа ие болып отырғандығын зерттеушілер айтуда. Газет басылымы қанша азайды дегенмен де 2004 жылы Американдық 12 ірі газеттің орташа табысы Fortune журналының тізіміне кірген 500 компанияның 21 пайызын иеленген.

Бүгінгі медиа магнаттарға дейін медиа өзгерістің тиімді жағын дұрыс пайдаланып, түсіне бастаған. Руберт Мердок: «Ақпараттық индустрия орынсыз немұрайлылық танытуда ... Газет сайттары диалог алаңы болуы керек. Цифрлы жүйе әлемінің тұрғындары енді газет шығарушыларға хаттар жібермейді, интернетте кіріп өздерінің блогтарын жүргізе береді.

Біз осы блогерлердің хатын күтіп отыратын адам болуымыз керек» - деген [7]. Сондықтан Мердок жастар арасындағы ең танымал, беделді блогерлердің жұмыс жасайтын MySparc сайты сатып алған болатын.

Қазіргі заманғы медиа революция алдыңғы дәуірдегі ақпараттық революция сияқты сөздік қорымызға жаңа сөздер мен жаңа теориялар енгізуде. XX ғасырдың басында «Манчестер Квардия» газетінің редакторы, Чарли Скотт «телеарна» (television) жартылай грек және жартылай латын тілінен алынған деп сынаса, бүгінде оданда басқаша тұрпатты терминдер қалыптасуда. Мысалы, «блог» сөзін алғаш 2004 жылы Merriam-Webster баспа мекемесі пайдаланған болса, 2005 жылы американдық «Нью-Оксфорд американдық сөздігінде», подкаст, содан кейін folksonyk сөзін қолданды. Бұл үрдіс біздің журналистикада да үйреншікті құбылыс болды. Бүгінгі онлайн баспа, онлайн журналистика, блогтар, азаматтық журналистика, кибер журналистика, контент, коммент және т.б. терминдерді күнделікті пайдалануымыз осының жақсы мысалы болып табылады.

Газеттер өз электронды нұсқаларына жаңа үрдістерді енгізіп жаңа жолдарды іздеу талабы туындап отыр. Біріншіден, мақалада оқырмандарға қысқаша ақпарат беретін мазмұны болуы керек, ал бұл жайлы редакциялар ерекше назар аудару керек. Оқырмандар электронды басылымды оқыған кезде, олар әдеттегі газет ретінде басқы бетінен бастамайды, олар өздеріне қажет ақпарат бар бетті тікелей ашады, сондықтан баспасөздің кез-келген бетіне көшіп, керекті деректерді тереңінен табуға қол жетімділігін қамтамасыз ету керек. Басқаша айтқанда, оқырманның назарын тікелей тартатын элемент болу керек. Екіншіден, әр беттегі материал оқырманға ықпал ету үшін ынталандыруды табу маңызды. Әрбір мақаланың рейтингісі үшін арнайы like немесе жұлдызшалық таңба болуы мүмкін және белсенді қатысушыларға автормен тура кеңесу немесе дебаттар үшін жеке бұрыштар мен терезелерді аша алады. Кейбір жағдайларда түрлі теріс әрекеттерден аулақ болу үшін қатысушыларды тіркеу қажет. Бұл мүмкіндіктің кеңеюіне байланысты электронды газеттерде блогтардың, блогтарда жеке газеттердің сипаты пайда болады. Бұл жерде мәселе «азаматтық журналистика» емес. Журналистика өзінің дәстүрлі ерекшеліктерін жоғалтқандықтан, мемлекеттік мекемелердің кәсіби мониторингін және бақылауын тоқтау мүмкін. Басқаша айтқанда, демократиялық қоғамдағы бұқаралық ақпарат құралдарының маңыздылығын көрсететін мүмкіндік туындайды.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Горохов В., Гринберг Т. Интерактивная журналистика: Путь в будущее // Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. / В. Горохов, Т. Гринберг - Москва, 2000. - 281 с.
- 2 Katz E. The End of Journalism? Notes on Watching the War // Journal of Communication. 2017 42(3). - P. 9.
- 3 Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. / Г.П. Бакулов - Москва, 2010. - 159 с.
- 4 Землянова Л.М. Пресс-бизнес в условиях развития кибержурнализма // Вестник МГУ. Серия «Журналистика». - 1999. - №3. - С. 71.
- 5 Вартанова Е.Л. Конвергенция как неизбежность // От книги до интернета: Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. / Е.Л. Вартанова - Москва, 2000. - 240 б.
- 6 Егоров В. Телевидение между прошлым и будущим. / В. Егоров - Москва, 1999. - 360 с.
- 7 Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика на рубеже веков / Л.М. Землянова - Москва, 2000. - 365 с.

Зулпакил Маулет, Б. Токтарбай

*Монгольский государственный университет, Улаанбаатор, Монголия
Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан*

Информационные технологии и традиционная журналистика

Аннотация. В статье рассматриваются основы доступа к именам электронных эквивалентов в нашей базе данных. Сегодня новые информационные технологии стремительно развиваются и быстро меняются и выступают общественным институтом.

Под влиянием новых информационных технологий традиционная журналистика развивается вместе с новыми медиа, с новыми тенденциями. В статье авторы подробно обсудят интерактивный характер уникальных черт современной журналистики и роль личности в ней.

Одной из важнейших особенностей информационных технологий является интерактивность. Этот интерактивный характер привел к отказу от концепции и принципов линейной модели науки о науках.

Ключевые слова: информационные технологии, общественные институты, журналистика, современная журналистика, личность.

Zulpakil Maulen¹, B. Toktarbai²

*¹Mongolian State University, Ulanbaator, Mongolia
²L.N.Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan*

Information Technology and Traditional Journalism

Abstract. The article discusses the basics of accessing electronic equivalents' names into our database. Today, the new information technology is rapidly developing and changing, and has become a public institution.

Under the influence of new information technology, traditional journalism has been developing along with new media, with new trends. In the article, the authors will discuss in detail the interactive nature of the unique features of modern journalism and the role of an individual in the journalist.

One of the most important features of information technology is interactive. This interactive character has led to the rejection of the concept and principles of the linear model of science about the sciences.

Keywords: Information technology, public institutions, journalism, modern journalism, and personality.

References

- 1 Gorokhov V., Grinberg T. Interaktivnaya zhurnalistika: Put' v budushcheye [Interactive journalism: The path to the future], Zhurnalistika i literatura na rubezhe novogo tysyacheletiya [Journalism and literature at the turn of the new millennium]. (Moscow, 2000, 281 p.). [in Russian]
- 2 Katz E. The End of Journalism? Notes on Watching the War , Journal of Communication. (3) 42, P. 9. (2017).
- 3 Bakulev G.P. Massovaya kommunikatsiya: Zapadnyye teorii i kontseptsii [Mass communication: Western theories and concepts], (Moscow, 2010, 159 p.). [in Russian]
- 4 Zemlyanova L.M. Press-biznes v usloviyakh razvitiya kiberzhurnalizma [Press business in the development of cyberjournalism], Vestnik MGU, Seriya «Zhurnalistika», (3), 71. (1992). [in Russian]
- 5 Vartanova Ye.L. Konvergentsiya kak neizbezhnost' [Convergence as inevitability], Ot knigi do interneta: Zhurnalistika i literatura na rubezhe novogo tysyacheletiya [From books to the Internet: Journalism and literature at the turn of the new millennium], (Moscow, 2000, 240 p.). [in Russian]
- 6 Yegorov V. Televideniye mezhdru proshlym i budushchim [Television between the past and the future], (Moscow, 1999, 360 p.). [in Russian]
- 7 Zemlyanova L.M. Zarubezhnaya kommunikativistika na rubezhe vekov [Foreign communication at the turn of the century], (Moscow, 2000, 365 p.). [in Russian]

Автор туралы мәлімет:

Зулькәніл Маулет - Моңғолия мемлекеттік университеті, Улаанбатор, Моңғолия.
Тоқтарбай Б. – Журналистика және саясаттану факультетінің докторанты,
Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Zulpakil Maulen - Mongolian State University, Ulanbatoor, Mongolia.
Toktarbai B. – PhD student at faculty of Journalism and Political Science, L.N.Gumilyov
Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan.



ҒТАХР 19.01.11

Ұ.М. Есенбекова

Л.Н. Гумилев ат. Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан
(E-mail: ultmudde@mail.ru)

Трансмедиалық баяндаудың тұжырымын зерттеудегі теориялық ұстанымдар

Андатпа. Мақалада трансмедиалық баяндаудың тұжырымы мен сипаттары, транс-медианы медиа кеңістікте қолдану жолдары зерттелген. Ақпараттық технологиялар мен жаңа медиалар жүйесін жетілдірудегі рөлі сарапталады.

Мақалада трансмедианың теориялық тұжырымдары мен қағидалары талданып, ақпараттық-коммуникациялық саланың даму кезеңдеріне қатысты жүйелі сараптаулар жасалған. Қоғамның ақпараттық коммуникативтік әлеуетін өсіруге қажетті ұсыныстар берілген.

Ғылыми мақалада трансмедиа технологиялары мен коммуникациялық ортадағы көріністері; трансмедиалық стратегияның маңыздылығы мен аудиторияға әсері; интерактивті медиалар қызметінің әлеуметтік аспектілері жүйеленіп, сарапталған.

Автор коммуникативтік үрдістердің даму жолдарын анықтап, болжауға тиімді әдістемелер қолданған. Мақала трансмедиалық сторителлинг технологияларының ғылыми тұжырымдарын игеру мен ақпараттық-технология заманында ұлттық ерекшеліктерді сақтап қалу үшін, адам пен қоғамның дамуын қамтамасыз ету бағытында жаңа ғылыми ізденістерге көмегін тигізеді деген ниетпен жазылған.

Түйін сөздер: трансмедиа, кросс-медиа, продюсерлеу, трансмедиа типтері, франшиза, монетизация, трансмедиалық сторителлинг, трансмедиалық стратегия.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2019-128-3-61-66>

Трансмедиалық баяндау терминін алғаш ғылыми айналымға енгізген америкалық философ және мәдениеттанушы Генри Дженкинстің тұжырымы бойынша трансмедиа басты 7 сипатымен ерекшеленеді. Олар: жайылғыштық, үздіксіздік, сериялық, көрерменді оқиға әлеміне енгізу, өзіне тартатын «ғаламдық оқиға» идеясын тауып, жасау, субъективтілік, аудиторияны қызықтыру.

Қазірдің өзінде продюсерлер өз жобаларында Дженкинс айтқан трансмедианың 7 сипатына көңіл бөліп, ойын-сауық индустриясының болашағы трансмедиалық баяндау технологияларына тәуелді болатынын жақсы түсінуде. Бұл технология ғылыми және кәсіби ортада «трансмедиалық баяндау», «мультиплатформалық баяндау» немесе «жақсартылған баяндау» деп әртүрлі анықталып келеді. Әлі де бұл технологияны анықтауда бірізділік байқалмағанмен, оның продакшн бағытындағы өнімдер үшін маңызы бөлек екенін ғалымдар да, мамандар да мойындауда [1].

Генри Дженкинстің тұжырымын дамытқан жаңа медиаларды зерттеуші ғалым Джеффри Лонг трансмедиалық баяндауды 3 типке бөліп қарауды ұсынады. Бірінші, «қат-

ты» трансмедиалық баяндау. Бұл типке басынан бастап трансмедиалық технологияны қолдану жоспарланған жобалар жатқызылған. Екінші, «жұмсақ» трансмедиалық баяндау. Басталып қойған жобада қосымша ретінде трансмедиалық баяндау қолданылады. Үшінші, трансмедиалықтың ерекше түрі «ұзақ ойлануды қажет ететін» жобалар. Бұл жобаның авторлары бастапқыда трансмедиалық технологиялар үшін жобада ашық алаңдар қалдырып кейін трансмедиа тәсілдерін енгізуге шешім қабылдағандар [2].

Осы типтерді түрлі кейстер арқылы зерттеген Джеффри Лонг өзінің трансмедиалық технологияларды қолдану әдістемесін ұсынған. Ғалым трансмедиалық контент өндірісі үшін 10 дайын концепт ұсынады:

1. Ұтымды трансмедиалық баяндауда қолданылған франшизаға енгізілетін жаңашылдық дербес және пайдалы болуы тиіс.

2. Трансмедиалық оқиғаның дамуы нақты хронологиямен жүргізіліп, жоба мақсатына сай болуы тиіс.

3. Жобаның фрагменттері, басты оқиғаның орны мен кейіпкерлері, желісі бір-бірімен жақсы байланысып тұруы қажет.

4. Фрагменттердің тізбегінде логикалық оғаштықтар, қайшылықтар болмауы тиіс. Бас кейіпкерлердің іс-қимылдары мен мінездерінде үйлесім болуы маңызды.

5. Оқиға желісінің трансмедиа қағидалары бойынша тармақталуының қажеттігін терең ойланып шешкен дұрыс.

6. Трансмедиалық оқиға ашық па, жабық па? Егер оқиға тұйық болса, оны қолда бар мүмкіндіктерді пайдаланып ашу керек.

7. Алғашқы басталған сәттегі оқиғаның дамуы барысында оған қосылған фрагменттердің бір-бірімен тығыз байланыста өрістеуін қадағалау.

8. Аудитория жобадағы шешілмеген сұрақтарға жауап алғысы келеді, оқиғаны өрістете отырып бұл мәселені де оңтайлы шешкен абзал.

9. Қосымшаларды енгізу үшін оқиғаның дамуында жаңа сұрақтар мен жауаптардың болуын да ескеру маңызды.

10. Оқиғаны баяндау барысында жобаның үйлесімді дамуын графикалық тәсілдермен жүйелеуге назар аудару қажет. Трансмедиалық контенттің авторларына мұқият жазбалар жүргізіп, графиктер мен сызбалар арқылы оқиғада қателіктер жібермеуге көңіл бөлгені дұрыс [3].

Әлемдік деңгейде трансмедиалық технологияларға деген қызығушылық жоғары. Бизнесінің продакшн бағыты тарапынан трансмедиаға үлкен үміт артылуда. Үлкен перспективасы бола тұра трансмедиалық технологиялардың теориялық негіздері әлі де ғылыми зерттеулерге зәру болып тұр. Трансмедиа феноменіне ғалымдар соңғы 10-15 жылда көңіл бөліп келеді. Бұл құбылыстың анықтамалық аппараты толық түзілмеген. Өйткені, трансмедиа интерактивті ойын-сауықтың жаңа жанры ғана емес, трансмедиа көңіл-көтеру индустриясын ұйымдастырушыларды ойландыратын жұмбақ құбылыс [4].

Цифрлық дәуірдің технологиялық мүмкіндіктеріне сүйеніп жасалған трансмедианың келісілген тұжырымы жасалмаған. Тұжырымды қалыптастырудың түрлі тәсілдемелері бір-біріне қайшы келіп те жатады. Америкалық, батыс еуропалық теоретик және практиктер трансмедианы зерттеудің әдістемелік жүйесі мен жалпы теориясын бірыңғай негізге біріктіре алмауда. Трансмедианың өлшемдік сипаттары мен осы ұғымның басқа медиа құбылыстармен ықпалдасу шектері анықталмаған. Айтылған ғылыми сараптаудағы қиындықтарға қарамастан трансмедианың қолданыс алаңдары кеңейіп, ол жаңа мультимедиалық ортада өзіне деген сұранысты ұлғайта алады деген болжамдар бар [5].

Трансмедиалық баяндаудың тұжырымын зерттеудегі теориялық ұстанымдарда трансмедиалық жобаларды баяндау мен продюсерлеуді сүйемелдеу проблемаларына да бұрынша көңіл бөлінген. Трансмедиалық баяндау мен жобаларды продюсерлеудегі мәселелер

ғалымдар мен практик-мамандардың арасында дискуссияға ұласып жатқан тақырыптар. Лондонда жыл сайын шақырылатын Халықаралық коммуникация қауымдастығының конференциясы аясында өткен «Трансмедиалық баяндау: зерттеулердің теориясы, әдістері мен стратегиясы» атты семинарда қаралған мәселе ауқымы да кең болды. Семинарда мынандай бағыттағы ғылыми тұжырымдар мен ой-пікірлер түзілді: бірінші, ХХІ-ғасырдағы дәстүрлі коммуникациялық ландшафтың (ландшафт дегеніміз – түрі, бедері деген мағынада қолданылған) ғаламдық трансформациясын қараған, екінші, трансмедиалық баяндау медиакорпорациялардың негізгі стратегиясы деген тезис талданған, үшінші, трансмедиалық жобаларда қолданушы аудитория мен басты оқиғаның өзара әрекеттесуін қамтамасыз ету, аудиторияны медиа оқиғаны дамытуға, ұлғайтуға жұмылдыру мүмкіндіктерін күшейту талқыланған [6].

Қазақ еліне жақын орналасқан көрші мемлекеттердің ішінде трансмедиалық баяндау технологияларына деген қызығушылық тек Ресейде ғана жылдам өсім көрсетуде. Ресейлік медиа индустрияның мамандары 2010 жылдан бастап шетелдік мамандарды шақырып, түрлі үйретуші семинарлар мен кейс-кампусстар ұйымдастырып жүр.

2014 жылы медиа бизнестің мүмкіндіктеріне трансмедиалық технологияларды бейімдеуге арналған «Трансмедиа мен кросс-медиа: жаңа мүмкіндіктер, жаңа көжиектер. Басты тезистер» және «Трансмедиалық баяндау және контентті монетизациялау моделі» және басқа да көптеген семинарлар әртүрлі продакшн компаниялардың алаңдарында өткізілген. 2012 жылы «Синемоушн» кино-мектебі трансмедиалық оқиғалардың сценарийлерінің байқауын алғаш ұйымдастырса, «СТС медиа» холдингі Канн қаласында «Контент 360» деген атаумен трансмедиалық жобалардың халықаралық байқауын өткізді [7].

Жобаларды продюсерлеудің теориялық-әдістемелік негізін жүйелік және синергиялық тәсілдемелер құрайды. Енді жоғарыда талданған теориялық тұжырымдарды нақты трансмедиалық жобалар арқылы жіктеп көрелік. 2012 жылдан бері телевизиялық эфирден түспей келетін «Кухня» сериалы («СТС медиа») сәтті жасалған трансмедиалық баяндаудың ресейлік контент индустриясының жақсы үлгісі. Сериалдың әрбір сериясы түсіруге 200 мың доллар шамасында жұмсалады. Рейтингі бойынша Ресейдегі сериалдардың арасынан ұзақ уақыт 2-ші орынды иемденіп келді. Бұны керемет көрсеткіш деуге болады. Бұл ситком қазақстандық «31 арнаның» сеткасынан соңғы 5-6 жылда тұрақты орын алған [8].

Сериалды жүйелік тәсілдеме арқылы сараптайтын болсақ, бұл жобаның бір-бірімен ықпалдасудан туған элементтердің жиынтығы екенін байқаймыз. Бұл элементтерді төмендегідей жүйелеп көрсете аламыз:

- Бірінші, сериал әрқайсысы 20 сериядан тұратын 6 маусымнан тұрады.
- Екінші, толық метражды «Парижде», «Қытайда» деген фильмдер.
- Үшінші, «Кухня. Фильм туралы фильм» атты деректі фильм.
- Төртінші, «Кухня. Десертке деген махаббат» атты шыққан кітап.
- Бесінші, сериалдың барлық маусымдары енген DVD-коллекциясы.
- Алтыншы, сериалдың саундтректерінен жиналған DVD-коллекциясы.
- Жетінші, сериал туралы жиналған жаңалықтар лентасы, кейіпкерлердің презентациялары, түсірілім орындарынан жасалған фото-коллекция, түсірілім алаңын көрсететін виртуалды тур. Осының бәрі біріктіріліп мультимедиалық сервис түрінде ұсынылған.
- Сегізінші, Фейсбук, Вконтакте әлеуметтік желілерінде сериалдың ресми топтары тіркелген.
- Тоғызыншы, «Кухня» сериалының фан-сайты жұмыс істейді.
- Оныншы, сериалдың өзінің әлеуметтік желісі жасалған.
- Он бірінші, медиадан тыс сериалдың символикасы бейнеленген асүйге арналған ыдыстар мен сұйық сабын шығару [9].

Өзара байланысқан бұл компоненттердің барлығы бірыңғай трансмедиялық оқиғаны құрайды. Ілгерілеп даму үрдісімен өрістейтін оқиға сюжеті әртүрлі платформаларда бір мезгілде және қатар жүре отырып аудиторияға «баяндалып» жатады. Түсірілім сапасы, декорациялар, кейіпкерлердің репликалары ғылыми негізде жинақталып, әбден сарапталып алынғанын көреміз. Әсіресе, сериал сценарийіндегі кейіпкерлердің диалогтары, актер шеберлігі жоғары деңгейде екені анық.

«Кухня» сериалының әрбір элементі қаржылық жағынан өзін-өзі өтеп қана қоймай продюсерлерге мол табыс та әкелді. Элементтерді қаржыландыру әртүрлі көздерден жүргізілді. Біріншіден, сериал Ресейдің Мәдениет министрлігінің қаржылай қолдауымен жасалды. Екіншіден, жобаның барлық компоненттері телевизиялық нұсқадан бастап Интернеттегі мультимедиялық сервистер арқылы жарнамадан жақсы табыс тапты. Үшіншіден, «Кухня Парижде» атты толық метражды фильміне 2,3 миллион доллар жұмсалып, оның кассалық табысы 14 миллион долларды құраған. Өзін 7 есе артық ақтаған [10].

Барлық медиа платформаларда оқиға желісі мен жобаның брендині жақсы қиюластыру арқылы трансмедиялық жобаның монетизациясын өсіруге болады.

Қорыта айтқанда, трансмедиялық продюсерлеудің феноменіне медиа конвергенция үрдістері мен медиа өнімді тұтынудың технологиялық ортада өзгеше болатынын жатқызамыз. Ғылыми-теориялық негіздер мен пайымдауларға сүйеніп жасалған трансмедиялық жобалардың үлгісінен қазіргі медиа жобаларды продюсерлеуде дәстүрлі тәсілдердің жеткіліксіз болатынын көреміз. Жаңа модельдерді нарықта ілгері жылжытуға қажетті құралдарды теориялық және тұжырымдық қағидаларға сүйеніп жасау – цифрлық ортаның басты талабы болып қалыптасуда [11].

Жаңа дәуірдің ақпарат тұтынушысы өте талғампаз. Оған фильмнің, музыканың немесе басқа продакшн өнімдердің аттарын ғана жазып, қысқаша жарнама беру жеткіліксіз. Олар сол өнімнің әрбір бөлшегін, ұсақ-түйегін, түсірілу алаңына үңіліп, бас кейіпкердің экраннан тыс өміріне қаныққысы келеді.

Егер продюсерлер көрерменнің талғамын қанағаттандыратын ақпаратты бөлшектеп, әртүрлі медиалар арқылы жүйелеп таратып отырса, аудитория өзінің алғысын білдіреді. Фильмнің немесе бейне үзіктің таралу ауқымы өсіп, оның авторларына экономикалық жағынан үлкен табыс әкеледі. Осының бәрін жүйелеп жасау үшін де трансмедиялық баяндау технологиялары қажет. Медиа саласын зерттеуші ғалымдар трансмедиялық технологиялардың коммуникациялық ортада қолдану тиімділігін өсіру үшін оның теориялық негіздерін барынша толық жасауға күш салуда.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Jenkins H. The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling [Electronic resource] Available at: http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html. ((Accessed: 21.06.2019 ж.).
- 2 Pratten R. Getting Started in Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners. / R. Pratten / R. Pratten – Seattle: CreateSpace, 2011. – P. 13-15.
- 3 Long G.A. Transmedia Storytelling: Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company. / G.A. Long - Cambridge: Master Thesis, 2007. - 232 p.
- 4 Scolari C.A. Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds and Branding in Contemporary Media Production / C.A. Scolari // International Journal of Communication, 2009. - Vol. 3., - № 4. - 2009. - P. 106-110.
- 5 Tellis Gerard J., Rajesh Chandy, Pattana Thaivanich. Decomposing the Effects of Direct Advertising: Which Brand Works, When, Where, and How Long?. [Electronic resource] Available

at: <https://doi.org/10.1509%2Fjmk.37.1.32.18716> (Accessed: 26.06.2019 ж.).

6 Silk Alvin J., Lisa R. Klein, Ernst R. Berndt. Intermedia substitutability and market demand by national advertisers. *Review of Industrial Organization* 20(4), 2002. - P. 323-348.

7 Ataman M., Berk Carl F. Mela, Harald J. Van Heerde. «Building Brands»: *Marketing Science* 27(6), 2008. - P. 1036-1054.

8 Eira Jones, Ruth. *Change the Story... Change the World: Transmedia Storytelling for Transformation*. - London: London South Bank University, 2013. - 108 p.

9 Lambert, J. *Digital Storytelling Cookbook and Travelling Companion version*, / J. Lambert. Digital Diner Press, 2003. - P. 10–16.

10 Phillips A. *A Creator's Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences Across Multiple Platforms Hardcover* [Electronic resource] Available at: <https://ebook/dp/B0088NGVJK> (Accessed: 29.06.2019)

11 Shankar A., Goulding, C. Interpretive consumer research: two more contributions to theory and practice. *Qualitative Market Research: An International Journal*, - 4(1), 2001. - P. 7-16.

У.М. Есенбекова

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан

Теоретические основы разработки концепции трансмедиа сторителлинга

Аннотация. В статье исследованы концепция трансмедиа сторителлинга и способы использования трансмедиа в современном медиа пространстве. Анализирована его роль в совершенствовании информационных технологий и медиа систем.

Рассмотрены теоретические концепции и принципы трансмедиа, выявлены этапы его использования в информационно-коммуникационной среде. Составлены рекомендации по повышению информационно-коммуникативного потенциала общества.

В статье систематизированы и исследованы проблемы трансмедийных технологий и важность трансмедийных стратегий, ее влияние на аудиторию, социальные аспекты деятельности интерактивных медиа.

Автором использованы разные методологии для определения и прогнозирования трансмедийных процессов. Статья написана с целью разработки трансмедиа сторителлинга с учетом особенностей отечественного медиа рынка, использования форм трансмедиа для сохранения национальной идентичности, развития человека и общества.

Ключевые слова: трансмедиа, кросс-медиа, продюсирование, трансмедиа, франшиза, монетизация, трансмедиа-сторителлинг, трансмедийная стратегия.

U.M. Yessenbekova

L.N.Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan

Theoretical bases of concept development transmedia storytelling

Abstract. The article explores the concept of transmedia storytelling and ways to use transmedia in modern media space. Analyzed its role in the improvement of information technology and media systems.

Theoretical concepts and principles of transmedia are considered, the stages of its use in the information and communication environment are revealed. The recommendations for improving the information and communication potential of society.

The article systematizes and studies the problems of transmedia technologies and the importance of transmedia strategies, its influence on the audience, the social aspects of interactive media.

The author used different methodologies for determining and predicting transmedia processes. The article was written with the aim of developing transmedia storytelling, taking into account the peculiarities of the domestic media market, the use of transmedia forms to preserve national identity, human development and society.

Keywords: transmedia, cross-media, producing, transmedia, franchise, monetization, transmedia-storytelling, transmedia strategy.

References

- 1 Jenkins H. The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling [Elektronik resours] Available at: http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html. (Accessed: 21.06.2019).
- 2 Pratten R. Getting Started in Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners. CreateSpace, Seattle, 2011, P. 32-35.
- 3 Long G.A. Transmedia Storytelling: Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company. Master Thesis. Cambridge, 2007. 232 p.
- 4 Scolari C.A. Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds and Branding in Contemporary Media Production International Journal of Communication, 4(3), 2009, P. 106-110.
- 5 Tellis Gerard J., Rajesh Chandy, Pattana Thaiwanich. Decomposing the Effects of Direct Advertising: Which Brand Works, When, Where, and How Long?. Journal of Marketing Research 37(1), 2000, P. 32-46.
- 6 Silk Alvin J., Lisa R. Klein, Ernst R. Berndt. Intermedia substitutability and market demand by national advertisers. Review of Industrial Organization 20(4), 2002, P. 323-348.
- 7 Ataman M., Berk Carl F. Mela, Harald J. Van Heerde. Building Brands: Marketing Science 27(6), 2008, P. 1036-1054.
- 8 Eira Jones, Ruth. Change the Story... Change the World: Transmedia Storytelling for Transformation. London South Bank University, London, 2013, 108 p.
- 9 Lambert, J. Digital Storytelling Cookbook and Travelling Companion version, Digital Diner Press, 2003, P. 10-16.
- 10 Phillips A. A Creator's Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences Across Multiple Platforms Hardcover [Elektronik resours] Available at: <https://ebook.dp/B0088NGVJK> (Accessed: 29.06.2019)
- 11 Shankar A., Goulding, C. Interpretive consumer research: two more contributions to theory and practice. Qualitative Market Research: An International Journal, 2001, (1) 4, P. 7-16.

Автор туралы мәлімет:

Есенбекова Ұ.М. - филология ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор. Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Esenbekova U.M. - cand. sci (philology), associate Professor, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan.

МРНТИ 19.61.11

А.Э. Сулейменова¹, А.М. Жусупова²

Костанайский государственный университет им. Ахмета Байтурсынова, Костанай, Казахстан
(E-mail: ¹ainurfromearth@gmail.com, ²zhussupova_a@mail.ru)

Региональное телевидение как объект культурного воздействия на аудиторию местного сообщества

Аннотация. Региональное телевидение чаще всего рассматривается как особый элемент в медиаэкономике, однако в мире глобальной информации именно местное телевидение становится источником культурной самооценки. В данной публикации рассматриваются результаты исследования телевидения города Костанай как объекта в вопросе культурного самоопределения местного сообщества. С этой целью определена роль телеканалов региона и проведена фокус-группа среди студентов кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента в рамках дисциплины «Медиаисследования». Результаты показали, что телевидение Костаная имеет не только экономическое, но и культурное влияние со стороны запада и аудитория местного телевидения не вполне удовлетворена настоящим содержанием. В ходе фокус-группы были выявлены болевые точки взаимоотношения телеканалов и зрителей, а также определены пожелания аудитории в увеличении интерактивности и интеграции с интернетом. Исходя из полученных данных, предполагается, что телевидение – это культурно-информационный узел сообщества определенного региона, который может сохранять особенности исторического, экономического и политического развития своей территории.

Ключевые слова: региональное телевидение, местное сообщество, культурное воздействие, медиаэкономика, культурная самооценка, культурно-просветительская функция телевидения.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2019-128-3-67-72>

Введение. Несмотря на активное развитие Интернета, телевидение сегодня остается важнейшим информационным и культурным передатчиком. Увеличение количества визуальных источников информации расширяет возможности аудитории, что и подтолкнуло телевизионные редакции к переменам. Изменяются форматы, разрешения, сетки вещания. Телевидение XXI века представляет собой огромную разнообразную систему визуальной информации, для которой не существует ни физических, ни виртуальных границ. В процессе глобализации телевидение играет одну из ведущих ролей, применяется как способ информационных войн, манипуляции и психологического воздействия. Однако в этом случае необходимо отметить, что такую силу имеет лишь международное и центральное телевидение. Телевидение регионов, которое существует вопреки экономическим факторам, является для местных сообществ не столько транслятором актуальных для данной территории новостей, сколько накопителем и движущей силой культурного самосознания как части глобального мира.

Безусловно региональное телевидение развивается параллельно общенациональному, пробуя форматы и способы подачи через новые медиа. Однако специфика экономического положения маленькой редакции на фоне глобального медиарынка обуславливает необходимость обратиться к культурно-рекреативной и культурно-просветительской функциям телевидения [1, с. 40-53], которые играют главную роль в культурном воздействии на аудиторию местного сообщества, в самоопределении его на фоне глобализации.

В данном исследовании региональное телевидение рассматривается как объект в вопросе культурного самоопределения местного сообщества. Таким образом, целью исследования стало определить роль местного телевидения в самооценке сообщества как особенно культурного пласта. Во-первых, для достижения поставленной цели необходимо описать региональное телевидение как особый субъект медиарынка, чтобы определить его место и

обосновать необходимость исследования. Во-вторых – провести работу с фокус-группой по оценке местного телевидения молодежной аудиторией, потому что именно их интересы сегодня должны быть учтены в первую очередь как будущей составляющей экономики и стабильности региона. Особенно ярко прослеживается эта необходимость на фоне активной «утечки мозгов» в национальные центры и за рубеж.

Место регионального телевидения на медиарынке.

Прежде чем оценивать и анализировать работу местного телевидения, необходимо определить их место на медиарынке. На региональном уровне телевидение Костаная находится на втором уровне в «зонтичной конкуренции» медиаэкономиста США Дж. Росса, предложенный им в 1975 году [2, с. 84-85]. Согласно этой концепции, на первом уровне, покрывая весь Казахстан и уходя за его пределы, находится республиканское телевидение, а на третьем телевидение небольших городов. В такой позиции кажется, что телевидение Костаная как областного центра находится не в такой уж и несправедливой позиции, справляясь только с конкуренцией компаний национального уровня.

Однако, с одной стороны, приграничное положение с Российской Федерацией дает о себе знать – трансляция крупных российских телевизионных каналов сильно влияет на выбор аудитории. Огромное количество развлекательных передач нового формата («Вечерний Ургант», «Пусть говорят», Comedy Club и др.), качественных сериалов («Красная королева», «Екатерина», «Ликвидация» и пр.), тематических кабельных каналов («Кинопреьера», «Бобер», «Музыка первого» и пр.) сметает как ураган всю эфирную сетку местных каналов, привлекая внимание аудитории на себя.

С другой стороны, стриминговые каналы и мультимедийные онлайн-сервисы выходят в эфир через смартфоны, планшеты, ноутбуки, персональные компьютеры пользователей и даже телевизоры. Таким образом, необходимость иметь подключение к телевидению заменяется возможностью подключения к сети Интернет. В такой позиции местное телевидение явно находится в проигрыше [3, с. 96].

Другими словами, аудитория костанайского региона находится «под зонтами» интернета, российского и республиканского телевидения (в основном казахскоязычная аудитория), которые информируют, развлекают и формулируют культурное самосознание аудитории.

Оценка аудиторией регионального телевидения.

Для того, чтобы определить роль местного телевидения в формировании культурного самосознания зрителей, необходимо выявить уровень удовлетворенности аудитории. С этой целью в Костанайском государственном университете имени Ахмета Байтурсынова было проведено исследование «Оценка телевидения города Костаная молодежью».

Под молодежью подразумевается аудитория до 30 лет, которые активно обучаются, формируются как носители массовой культуры, участвуют в коммуникации с массовыми медиа, являются той самой аудиторией, которая использует параллельно с телевидением Интернет, и постепенно переключает внимание в большей степени к сети. Все чаще в беседах слышится сознательный отказ от телевидения и телевизора как не востребованных объектах в современной медиа-среде.

Безусловно, можно спокойно работать на старшую аудиторию, которая по привычке включает телевидение в фоновом режиме, однако такой путь не ведет к прогрессу, а, следовательно, и к будущему. Будущее за молодежью.

Разработанная 4 курсом специальности «Журналистика» в рамках дисциплины «Медиаисследования» анкета была предоставлена для заполнения 29 студентам кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента в возрасте от 17 до 22 лет (13 юношей и 16 девушек). Такая выборка обусловлена показательностью данной группы как молодых людей, активно потребляющих информацию не столько как потребители, сколько как заинтересованные наблюдатели. Процесс обучения и сравнение с иностранными и медиа-объектами про-

шлых лет делают данную группу наиболее информированной в оценке местного телевидения. Анкета состояла из 6 вопросов, 2 из которых выявили потенциальных зрителей местного телевидения и 3 – определили реальных зрителей, а также их вкусы и оценку.

В первую очередь было определено, что больше половины опрошенных (68%) смотрят телевизор, из которых «ежедневно» – 10%, «несколько раз в неделю» – 35% и «редко» – 55%. Такой результат ярко иллюстрирует плавный переход от аналогового или цифрового вещания к онлайн-вещанию телевидения. Подтверждением этому стал ответ 37% опрошенных о том, что телевидение они смотрят через сеть Интернет. Из-за специфики группы респондентов только 3% ответили, что не смотрят телевидение вообще, предпочитая в качестве визуального информационного источника мультимедийные онлайн-ресурсы.

Подтверждением того, что «лицом телеканала выступают информационные и развлекательные программы» как «показатели качества журналистской деятельности коллектива телевидения» [4, с. 47] стали результаты ответа респондентов на второй вопрос: «Какого рода программы на телевидении вы предпочитаете смотреть?». В частности, 60% опрошенных отметили «Новости» и 53% - «Развлекательные передачи». Так, на костанайском телеканале «Алау» выходит 6 новостных выпусков в будни, 3 – в субботу и 1 – в воскресенье; а на телеканале «Qostanai» транслируют новостные передачи в будние дни 10 раз, в субботу -3, в воскресенье -2. Все остальное время эфира занимают развлекательные передачи, сериалы (которые предпочитают 28% респондентов), кино (46%) и аналитические программы (14%). Таким образом, для выбранной аудитории местное телевидение остается источником актуальной информации, да и телевизионный менеджмент направлен на то, чтобы постоянно держать аудиторию в курсе событий. Однако стоит обратить внимание на низкий процент выбора аналитических программ, направленных на глубокое изучение социальных проблем, в сравнении с высоким процентом по отношению к художественным фильмам. Получается, что даже заинтересованные лица предпочитают смотреть кино, а не аналитические программы. Возможно это связано с низким уровнем доверия и высоким уровнем политизированности современного телевидения на всех уровнях.

Если первые два вопроса носили общий характер и определяли из респондентов потенциальную аудиторию местного телевидения, то есть тех зрителей, которые смотрят телевизор и вполне могут выбрать из всего разнообразия местные новости или развлекательные программы, то следующие вопросы были направлены именно на реальных зрителей регионального телевидения. Опрос определил, что 51% респондент являются зрителями местных телеканалов, из которых 40% выбирают телеканал «Qostanai», 33% - «Алау», 26% - Кабельные сети Костаная. Телевизор как часть обязательного интерьера безусловно подразумевает просмотр или фоновое включение, а так как программы местных каналов размещены в любой телевизионной сети, то включить их хотя бы раз в неделю вполне возможно. Однако, как говорилось выше, переход аудитории телевидения к интернету становится тенденцией. Подтверждает это и ответ 37% респондентов, что они смотрят местные передачи через сайты телеканалов или видеохостинг Youtube, а также 34% респондентов, которые вообще не смотрят передачи местного телевидения.

Следовательно, ситуация с просмотром и выбором местного телевидения не является на сегодняшний день критической, однако есть над чем работать. Аудитория предпочитает новостные передачи, как источник информации о местных событиях, однако следующие результаты показывают, что развлекательные передачи местного производства для большинства опрошенных зрителей не составляют интереса. Так, на вопрос – «Какие передачи на местном телевидении вам нравятся?» – 44% ответили, что никакие, 37% - новости и 24% назвали разные развлекательные передачи. Были названы: утреннее шоу на телеканале «Алау» «Разбудильник» (66%), разговорное шоу на телеканале «Qostanai» (17%), вечернее шоу на телеканале «Qostanai» «В пятницу вечером с Маргаритой Ивановой» (17%). Большую по-

пулярность аудитории заслужили утренние шоу (на телеканале «Qostanai» - «Тобыл таңы», «Алау» - «Разбудильник»), которые традиционно транслируются в эфире во время утреннего сбора на работу или учебу.

В последнем вопросе анкеты было предложено дать оценку программам местного телевидения. Результаты показали общее настроение респондентов по отношению к объекту исследования. Полностью недовольными в уровне местных телекомпаний оказалось 3% опрошенных, как «удовлетворительно» качество регионального телевидения оценили 34%, как «хорошо» - 55%. В целом, по результатам анкетирования видно, что аудитория местного телевидения вполне удовлетворена тем, что транслируется, однако постепенно переходит в интернет.

Из 29 опрошенных респондентов на фокус-группу было приглашено 15 человек, которых выбирали исходя из данных анкетирования. Во-первых, выборку составили реальные зрители костанайского телевидения, которые смотрят разные передачи и имеют разное мнение по поводу качества вещания. Участники фокус-группы были поделены на три подгруппы по 5 человек. Модераторы задавали следующие вопросы:

- Как вы можете описать костанайское телевидение?
- С какой целью вы смотрите местное телевидение?
- Какие телевизионные передачи вы бы хотели видеть на костанайском телевидении?
- Передают ли передачи общее настроение костанайского региона?

В ходе дискуссии члены фокус-групп определили 2 основные проблемы местного телевидения: это отсутствие оригинального контента и языковой барьер. Под оригинальным контентом подразумевались передачи, которых нет на центральном или иностранном телевидении, или же похожие по формату, но имеющие свою оригинальную идею передачи. Фокус-группы отметили важность роли местного телевидения в формировании видения региона, его культуры, традиций, самооценки. Участники хотели бы видеть больше историй о предпринимателях, стартапах, о культурных и развивающих мероприятиях, проводимых в регионе.

В двух группах из трех указали проблему с языковым барьером, который не дает возможности русскоязычному населению посмотреть разговорные ток-шоу на казахском языке. Респонденты считают необходимым вводить субтитры, учитывая специфику северного региона.

По итогу фокус-группы были выведены следующие оценки:

- 2 группы из 3 оценили работу местного телевидения как достаточную, отмечая только необходимость региональному телевидению менять формат, активно интегрироваться с интернетом. Третья группа пришла к выводу о плачевном состоянии местного телевидения из-за низкого качества техники и творческого потенциала журналистов канала;

- все три группы определили целью просмотра местного телевидения – сбор информации о местных событиях и людях. Аудитория хочет знать в лицо не только жертв и преступников [4, с. 51], но и предпринимателей, артистов, художников, меценатов, ученых и других людей, создающих особый образ города;

- участники фокус-группы выразили желание смотреть передачи оригинального содержания, но не аналоги зарубежных программ. Многие форматы и идеи, которые скопированы редакциями программ местного телевидения, не выдерживают конкуренции с похожими телепередачами дальнего и ближнего зарубежья. Например, телеканал «Qostanai» с декабря 2018 года начали выпускать в вечерний эфир «юмористическое шоу» «В пятницу вечером с Маргаритой Ивановой», являющееся местным аналогом передачи «Первого канала» «Вечерний Ургант», который в свою очередь был скопирован с подобных шоу на американском телевидении. Гости вечернего шоу Маргариты Ивановой имеют меньше медийной славы, чем ее московского коллеги; ритм медленней, режиссура слабей. Для регионального телевидения такой формат не является выигрышным, потому что в небольших городах событий происходит не много, разнообразия медийных лиц небольшое. Лучше всего тут подойдет шоу в прямом

эфире, снятые в локациях большого скопления людей. Например, в торгово-развлекательном центре «Март» или «Костанай Плаза», где возможна безболезненная интеграция рекламы и интерактивных конкурсов; - тут мнение групп резко разделилось. Одна группа считает, что местное телевидение оторвано от реальной жизни города и транслирует только официальную информацию, не стараясь ее анализировать или искать сюжеты вне рамок решений акимата. Вторая группа наоборот высказалась, что местное телевидение сосредоточено только на жизни региона и не пытается выйти за рамки, не создает интересных информационных поводов, не вносит разнообразия в скучную жизнь провинции. И третья группа, отметила, что местное телевидение подвержено западному влиянию и отражает массовую культуру глобального общества, игнорируя национальные, социальные и культурные особенности костанайского общества. В любом случае оценка аудитории несет негативный характер.

Вывод. Неудобное положение местного телевидения в структуре регионального медиарынка сказывается и на конкурентной борьбе за внимание зрителей, и на формировании сетки вещания, и на развитии культурной самооценки сообщества, что в свою очередь складывается в оценке аудитории. Необходимо искать пути привлечения аудитории не только привычными способами, такими как контент, реклама, развлечения, но и дополнительными ресурсами. Необходима интеграция с социальными сетями, создание прямой обратной связи со зрителем, объединение местного сообщества в особую культурную единицу, выделяющуюся на фоне глобального мира.

Список литературы

- 1 Телевизионная журналистика. – 2-е изд. / Ред.колл.: Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский. – Москва: МГУ «Высшая школа», 1998. – 288 с.
- 2 Варганова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: учеб. пособие. / Е.Л. Варганова – Москва: Аспект Пресс, 2003. – 335 с.
- 3 Ильмухин В.Н. Большой город как фактор медиапотребления // Теория и практика медиарекламных исследований. Выпуск 2. / В.Н. Ильмухин – Москва: ООО НИПКЦ Восход-А, 2012. – С. 91-97
- 4 Жусупова А.М. Творческий информационный менеджмент: уроки телерадиожурналистики. – Костанай, 2014. – 160 с.

А.Э. Сулейменова, А.М. Жусупова

Ахмет Байтұрсынов ат. Қостанай мемлекеттік университеті, Қостанай, Қазақстан

Аймақтық теледидар жергілікті қауымдастық мәдениеттік аудиторияның әсер ету объекті

Андатпа. Аймақтық теледидар медиаэкономиканың арнайы элементі болып табылады, бірақ зығыр хабарлау әлемінде дәл аймақтық теледидар өзін-өзі бағалау мәдениет көзі болады. Бұл жариялауда Костанай қаласының аймақтық теледидары жергілікті қауымдастық мәдениет өз-өзін тану сұрақтарының объекті болып нәтижесі қаралады. Бұл мақсатта аймақтық телеарналар рөлі анықталды және «Медиазерттеу» пәнінің ішінде журналистика және байланыс басқару кафедрасының студенттері арасында фокус- группа өткізілді. Зерттеу нәтижесі Қостанай телеарнасының тек қана экономикасы емес, сонымен қатар мәдениеттік Батыс жағынан әсер ететінін көрсетті. Жергілікті телеарна аудиториясы бұл мазмұнымен қанағаттандырылған жоқ. Фокус-группа ішінде телеканалмен көрермендердің қатынастарының ауырсыну нүктелері анықталды, сонымен қатар интерактивтілікті арттыру және интернетке қосылу аудиторияның тілектері анықталды.

Түйін сөздер: теледидар- жергілікті қауымдастықтың мәдени-ақпараттық түйіні, өз аумағының тарихтық, экономикалық, саясаттылық дамуы мүмкіндіктерін сақтай алады.

A.E. Suleimenova, A.M. Zhusupova

Kostanay State University named after A. Baitursynov, Kostanay, Kazakhstan

A regional television like an object of culture influent to local community

Annotation. Often a regional television is researched like a special element of media economic, but specifically a local television becomes a culture self-value source in the global information. There are results of Kostanay television researching is considered like an object in local community culture existence issue in this article. For this aim there is the role of regional TV channels has been defined and a focus group has been conducted among students of the department of journalism and communication management within the framework of the “Media Research” discipline. The results showed that Kostanay television has not only economic, but also cultural influence from the west and the audience of local television is not quite satisfied with the present content. In the course of the focus group, pain points of the relationship between TV channels and viewers were identified, as well as the audience’s wishes for increasing interactivity and integration with the Internet. Based on the data obtained, it is assumed that television is the cultural and information node of the community of a certain region, which can preserve the peculiarities of the historical, economic and political development of its territory.

Key words: a regional television, local community, culture influent, media economic, culture self-value, cultural and educational function.

References

- 1 Televizionnaja zhurnalistika [Television journalism], Editorial board: G.V. Kuznecov, V.L. Cvik, A.Ja. Jurovski (MGU Vysshaja shkola, Moscow, 1998, 288 p.). [in Russian]
- 2 Vartanova Je.L. Mediaekonomika zarubezhnykh stran: ucheb. posobiye [Media economics of foreign countries: textbook. allowance], (Aspect Press, Moscow, 2003, 335 p.). [in Russian]
- 3 Ilmuhin V.N. Bolshoi gorod kak faktor mediapotrebleniya [A big city like media using faktor], Teoriya i praktika mediareklamnyh issledivani [Theory and practice of media advertising research. Issue 2.], (LLC NIPKPT Voskhod-A, Moscow, 2012, P. 91-97) [in Russian]
- 4 Zhusupova A.M. Tvorcheski informacionyi menedzhment: uroki teleradiozhurnalistiki [Creative informational management: lessons of television journalism], (Kostanay, 2014, 160 p.). [in Russian]

Сведения об авторах:

Судейменова А.Э. - магистр социальных наук, преподаватель кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента, Костанайский государственный университет им. А. Байтурсынова, ул. Байтурсынова 47, Костанай, Казахстан.

Жусупова А.М. - к.ф.н, заведующая кафедрой журналистики и коммуникационного менеджмента, Костанайский государственный университет им. А. Байтурсынова, ул. Байтурсынова 47, Костанай, Казахстан.

Suleimenova A.E. - Master of Social Sciences, a teacher of journalism and communication management department, Kostanay State University named after A. Baitursynov, Baitursynov St. 47, Kostanay, Kazakhstan.

Zhusupova A.M. - candidate of philology, assistant professor, head of journalism and communication management department, Kostanay State University named after A. Baitursynov, Baitursynov 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, Нұр-Сұлтан қаласы, Қ. Сәтбаев көшесі, 2, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Бас ғимарат, 402 кабинет) қолжазбаның қол қойылған 1 дана қағаз нұсқасын тапсырады және **Word** форматындағы нұсқасын **vest_journalism@enu.kz** электрондық поштасына жіберу қажет. Қағазға басылған мақала мәтіні мен электронды нұсқасы бірдей болулары қажет. Мақаламен бірге автордың жұмыс орнынан **Ілеспе хат** та тапсырылуы қажет. Мақалалар **қазақ, орыс, ағылшын** тілдерінде қабылданады.

3. Авторлардың редакцияға мақалаларды жіберуі «Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысында» басуға және шет тіліне аударып, қайта басуға келісімін білдіреді. Автор мақаланы редакцияға жіберу арқылы өз туралы мәліметтің дұрыстығына, мақала көшірілмегендігіне (плагиаттың жоқтығына) және басқа да заңсыз көшірмелердің жоқтығына, барлық көшірмелердің, кестелердің, сұлбалардың, иллюстрациялардың тиісті түрде рәсімдеуіне кепілдеме береді.

4. Ұсынылатын мақала көлемі (жекедеректер мен әдебиеттер тізімін қоса):
- мақалалар үшін - 8 ден 16 бетке дейін;
- сын пікірлер (монографияға, кітапқа) және конференция туралы пікір - 6 дан 12 бетке дейін болуы керек.

5. Мақала мәтінінің пішіні:
– Microsoft Word (docx) форматындағы файлда;
– Times New Roman шрифінде;
– жақтау жолағы 2x2x2x2;
– 1 жоларалық интервалы;
– 14 кегл;
– мәтінді жақтау көлеміне сәйкестендіру керек;
– Әрбір азатжол қызыл сызықтан басталуы қажет (1 см шегініс);
– транслитерация **Library of Congress (LC)** жүйесінде жасалуы керек.

Мақаланы құру сұлбасы:

XҒТАР <http://grnti.ru/> - бірінші жолдың сол жақтауында;
Автор(лар) туралы метамәліметтердің мазмұны (Рәсімдеу үлгісі / Образец оформления статьи / Template қараңыз)

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

Мекеменің толық атауы, қаласы, мемлекеті (егер авторлар әртүрлі мекемелерде жұмыс істесе, онда автордың тегі мен тиісті мекеменің қасында бірдей белгіше қойылады)

Автор(лар)дың E-mail-ы – жақша ішінде (курсивпен);

Мақала атауы – жолдың ортасында (жартылай қоюмен)

Аңдатпа – (100-200 сөз) формуласыз, мақаланың атауын мейлінше қайталамауы қажет; әдебиеттерге сілтемелер болмауы қажет; мақаланың құрылысын (кіріспе, зерттеу әдіснамасы мен әдістемесі, зерттеу нәтижелері, қорытынды) сақтай отырып, мақаланың қысқаша мазмұны берілуі қажет.

Түйін сөздер («Түйін сөздер» сөз тіркесі жартылай қоюмен белгіленеді) (5-8 сөз немесе сөз тіркестері) - Түйін сөздер зерттеу тақырыбын өте дәл бейнелеу керек, сонымен қатар, ақпараттық-ізвестіру жүйелерінде мақаланы жеңіл табуға мүмкіндік беретін мақала мәтінінің терминдерін және де басқа маңызды ұғымдарды қамтуы қажет.

Мақаланың негізгі мәтіні кіріспені, мақсат пен міндеттерді қойылуын, зерттеу тақырыбы бойынша жұмыстардың шолуын, зерттеу әдістерін, нәтижелер/талқылау қорытынды қамтуы қажет (жоларалық интервал - 1, азат жол «қызыл жолдан» - 1 см, беттеу жолағы – еніне сай жасалады.

Кестелер, суреттер – аталғаннан кейін орналастырылады. Әр иллюстрация қасында оның аталуы болуы қажет. Сурет айқын әрі сканерден өтпеген болуы керек.

Мақаладағы формулалар тек мәтінде оларға сілтеме берілсе ғана нөмірленеді.

Жалпы қолданыста бар аббревиатуралар мен қысқартулардан басқаларына міндетті түрде алғаш қолданғанда түсініктеме берілуі қажет.

Қаржылай көмек туралы ақпарат бірінші бетте көрсетіледі.

Әдебиеттер тізімі. Мәтінде әдебиеттерге сілтеме тікжақшаға алынады. Мәтіндегі әдебиеттер тізіміне сілтемелердің нөмірленуі мәтінде қолданылуына қатысты жүргізіледі: мәтінде кездескен әдебиетке алғашқы сілтеме [1, 153 б.] арқылы, екінші сілтеме [2, 185 б.] арқылы т.с.с. жүргізіледі. Мақаланың негізгі мәтініндегі кітапқа сілтеме қолданылған беттерді көрсету керек (мысалы, [1, 45 б.]).

Жарияланбаған еңбектерге сілтемелер жасалмайды. Сонымен қатар, рецензиядан өтпеген басылымдарға да сілтемелер жасалмайды (әдебиеттер тізімін, әдебиеттер тізімінің ағылшынша әзірлеу үлгісін төмендегі мақаланы рәсімдеу үлгісінен қараңыз).

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

Авторлар туралы мәлімет: аты-жөні, ғылыми атағы, қызметі, жұмыс орны, жұмысының мекенжайы, телефоны және e-mail – қазақ, орыс және ағылшын тілінде толтырылады.

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

7. Электронды корректурамен жұмыс істеу. Ғылыми басылымдар бөліміне түскен мақалалар жабық (анонимді) тексеруге жіберіледі. Эксперттер ұсынылған мақалаға оның жариялау мүмкіндігі, жақсарту қажеттілігі немесе қабылданбауы туралы дәлелді қорытындысын қамтитын жазбаша сын пікір береді. Жарамсыз деп таныған мақала қайтара қарастырылмайды. Мақаланы түзетуге ұсыныс берген жағдайда авторлар үш күн аралығында мақаланың корректурасын жіберу керек. Мақаланың түзетілген нұсқасы мен автордың рецензентке жауабы редакцияға жіберіледі. Оң сын пікірлер алған мақалалар оларды талқылау және басылымға бекіту үшін журналдың редакциялық алқасына ұсынылады.

Журнал жиілігі: жылына 4 рет.

8. Төлемақы. Басылымға рұқсат етілген мақала авторларына келесі реквизиттер бойынша төлем жасау қажет (ЕҰУ қызметкерлері үшін - 4500 теңге; басқа ұйым қызметкерлеріне - 5500 теңге).

Реквизиттері:

- 1) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
БИН 010140003594
АО «Банк ЦентрКредит»
БИК Банка: КСЖВКЗКХ
KZ978562203105747338
Кбе 16
Кнп 859

- 2) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «Bank RBK»
БИК Банка: KINCKZKA
ИИК: KZ498210439858161073
Кбе 16
Кнп 859

- 3) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «ForteBank»
БИК Банка: IRTYKZKA
ИИК: KZ599650000040502847
Кбе 16
Кнп 859

- 4) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «НародныйБанкКазахстан»
БИК Банка: HSBKKZKX
ИИК: KZ946010111000382181
Кбе 16
Кнп 859

«За публикацию ФИО автора»

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_journalism@enu.kz in Word format. At the same time, strict compliance between Word-version and the hard copy is required. And also the authors need to submit a cover letter.

Language of publications: Kazakh, Russian, English.

3. Submission of papers to the scientific publication office means the authors’ consent to the right of the Publisher, the L.N. Gumilyov Eurasian National University, to publish papers in the journal and their re-publication in any foreign language. By submitting the text of the paper for publication in the journal, the author guarantees the correctness of all information about themselves, lack of plagiarism and other forms of unauthorized use in the article, proper formulation of all borrowings of text, tables, diagrams, and illustrations.

4. The recommended volume of the paper (including metadata and references):

- for papers – between 8-16 pages;
- for reviews (of monographs, books), reviews on conferences – between 6-12 pages.

5. Text formatting requirements:

- Microsoft Word file format (docx);
- Times New Roman font;
- the size of the fields 2 * 2 * 2 * 2;
- line spacing 1,
- size 14;
- text alignment in width;
- each paragraph beginning with the main line (indent 1 cm);
- transliteration is carried out according to the Library of Congress (LC) system.

Structure of the article:

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):

Requisites:

- 1) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
БИН 010140003594
АО «Банк ЦентрКредит»
БИК Банка: КСЖВКЗКХ
KZ978562203105747338
Кбе 16
Кнп 859

- 2) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «Bank RBK»
БИК Банка: KINCKZKA
ИИК: KZ498210439858161073
Кбе 16
Кнп 859

- 3) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «ForteBank»
БИК Банка: IRTYKZKA
ИИК: KZ599650000040502847
Кбе 16
Кнп 859

- 4) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «НародныйБанкКазахстан»
БИК Банка: HSBKKZKX
ИИК: KZ946010111000382181
Кбе 16
Кнп 859

«For the publication of the name of the author»

Положение о рукописях, представляемых в журнал «Вестник Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева. Серия: Журналистика»

1. Цель журнала. Публикация тщательно отобранных оригинальных научных работ в 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. 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 – 4.500 тенге, для сторонних организаций – 5.500 тенге):

Реквизиты:

- 1) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
БИН 010140003594
АО «Банк ЦентрКредит»
БИК Банка: КСЖВКЗКХ
KZ978562203105747338
Кбе 16
Кнп 859

- 2) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «Bank RBK»
БИК Банка: KINCKZKA
ИИК: KZ498210439858161073
Кбе 16
Кнп 859

- 3) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «ForteBank»
БИК Банка: IRTYKZKA
ИИК: KZ599650000040502847
Кбе 16
Кнп 859

- 4) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «НародныйБанкКазахстан»
БИК Банка: HSBKKZKX
ИИК: KZ946010111000382181
Кбе 16
Кнп 859

«За публикацию ФИО автора»

Редактор: **Қайрат САҚ**
Жауапты редактор: **Ілияс Құрманғалиев**
Жауапты хатшы: **Гүлжазира ЕРТАСОВА**

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің
ХАБАРШЫСЫ. Журналистика сериясы.
- 2019. - 3 (128). - Нұр-Сұлтан: ЕҰУ. - 82 бет.
Шартты б.т. - 12,5 Таралымы - 25 дана

Мәтін мазмұнына типография жауап бермейді.

Редакция мекенжайы: 010008, Қазақстан Республикасы,
Нұр-Сұлтан қаласы, Қ. Сәтбаев көшесі, 2.
Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
Тел.: (87172) 709-500 (ішкі 31-413)

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің
баспасында басылды