

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**

№2(131)/2020

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, 2020

Nur-Sultan, 2020

Нур-Султан, 2020

Бас редакторы **Қайрат Сак**
ф.ғ.к., профессор, Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Нұр-Сұлтан, Қазақстан

Бас редактордың орынбасары **Серік Тахан** *ф.ғ.д., проф., Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Нұр-Сұлтан, Қазақстан*

Бас редактордың орынбасары **Гүлнар Кендірбай** *PhD, Колумбия университеті, Нью-Йорк, АҚШ*

Редакция алқасы

Алдабергенов Қырықбай	<i>т.ғ.д., проф., Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Нұр-Сұлтан, Қазақстан</i>
Асанов Камашке	<i>ф.ғ.д., проф., Е.А. Бөкетов ат. ҚарМУ, Қарағанды, Қазақстан</i>
Әбдіманұлы Өмірхан	<i>ф.ғ.д., проф., Әл-Фараби ат. ҚазҰУ, Алматы, Қазақстан</i>
Әбішева Вера	<i>ф.ғ.д., проф., Е.А. Бөкетов ат. ҚарМУ, Қарағанды, Қазақстан</i>
Әшірбекова Гүлмира	<i>ф.ғ.к., доцент, Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Нұр-Сұлтан, Қазақстан</i>
Браун Михаил	<i>PhD, проф., Вайоминг университеті, Ларами, АҚШ</i>
Дзялошинский Иосиф	<i>ф.ғ.д., проф., Экономика жоғары мектебі, Мәскеу, Ресей</i>
Есдаулетов Айтмуханбет	<i>к.ф.н., доцент, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Сұлтан, Қазақстан</i>
Жақып Бауыржан	<i>ф.ғ.д., проф., Әл-Фараби ат. ҚазҰУ, Алматы, Қазақстан</i>
Жусупова Алматы	<i>ф.ғ.к., доцент, А. Байтұрсынов ат. ҚМУ, Қостанай, Қазақстан</i>
Ирназаров Қудрат	<i>т.ғ.д., проф., М. Ұлықбек ат. Өзбекстан Ұлттық университеті, Ташкент, Өзбекстан</i>
Корконосенко Сергей	<i>саяси ғ.д., проф., Санкт-Петербург мемлекеттік университеті, Санкт-Петербург, Ресей</i>
Қара Әбдізақ	<i>т.ғ.д., проф., Мимар Синан Көркемөнер университеті, Стамбұл, Түркия</i>
Қозыбаев Сағымбай	<i>т.ғ.д., проф., Әл-Фараби ат. ҚазҰУ, Алматы, Қазақстан</i>
Лебедева Татьяна	<i>ф.ғ.д., проф., Еуропа PR институты, Париж, Франция</i>
Нұртазина Роза	<i>саяси ғ.д., проф., Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Нұр-Сұлтан, Қазақстан</i>
Омашев Намазалы	<i>ф.ғ.д., проф., Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Нұр-Сұлтан, Қазақстан</i>
Ризун Владимир	<i>ф.ғ.д. проф., Т. Шевченко ат. Киев ұлттық университеті, Киев, Украина</i>
Саид Агил бин Шех	<i>PhD, проф., Малайзия Путра университеті, Серданг, Малайзия</i>
Саудбаев Мадияр	<i>PhD, С. Демирел ат. университет, Алматы, Қазақстан</i>
Сердәлі Бекжігіт	<i>ф.ғ.к., проф. м.а., Қ.А. Ясауи ат. ХҚТУ, Түркістан, Қазақстан</i>
Тоқтағазин Мұратбек	<i>ф.ғ.к., проф., Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Нұр-Сұлтан, Қазақстан</i>
Халилов Әбдіғани	<i>PhD, проф., Ж. Баласағұн ат. Қырғыз мемлекеттік университеті, Бішкек, Қырғызстан</i>
Ченгел Хулия Касапоглу	<i>PhD, Анкара Хаджы Байрам Вели университеті, Анкара, Түркия</i>
Шайхитдинова Светлана	<i>филол.ғ.д., проф., Қазан федералды университеті, Қазан, Ресей</i>
Шындалиева Меңдігүл	<i>ф.ғ.д., проф., Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Нұр-Сұлтан, Қазақстан</i>
Шестеркина Людмила	<i>ф.ғ.д., проф., Оңтүстік-Орал мемлекеттік университеті, Челябинск, Ресей</i>
Шульцман Петр	<i>өнертану ғ.к., доцент, Ресей мемлекеттік университеті, Мәскеу, Ресей</i>

Жауапты редактор, компьютерде беттеген: **Г. Базылхан**

Жауапты хатшы: **Г. 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: 17 дана. Басуға 09.06.2020 ж. қол қойылды.
Типографияның мекенжайы: 010008, Қазақстан, Нұр-Сұлтан қ., Қажымұқан к-сі, 13/1, тел.: +7(7172) 709-500 (ішкі 31-413)

© Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

Editor-in-Chief **Kairat Sak**

Candidate of Philology, Professor, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan

Deputy Editor-in-Chief **Serik Takhan** *Doctor of Philology, Prof., Nur-Sultan, Kazakhstan*

Deputy Editor-in-Chief **Gulnar Kendirbai** *PhD, Professor, Columbia University, New York, USA*

Editorial board

Aldabergenov Kyrykbai	Doctor of Historical Sciences, Prof., L.N. Gumilyov ENU, Nur-Sultan, Kazakhstan
Asanov Kamashke	Doctor of Philology, Prof., E.A. Buketov KSU, Karaganda, Kazakhstan
Abdimanuly Omirkhan	Doctor of Philology, Prof., Al-Farabi KazNU, Almaty, Kazakhstan
Abisheva Vera	Doctor of Philology, Prof., E.A. Buketov KSU, Karaganda, Kazakhstan
Ashirbekova Gulmira	Candidate of Philology, Assoc. Prof., L.N. Gumilyov ENU, Nur-Sultan, Kazakhstan
Brown Michael	PhD, Prof., University of Wyoming, Laramie, USA
Dzyaloshinski Iosif	Doctor of Philology, Prof., Higher School of Economics, Moscow, Russia
Yesdauletov Aitmukhanbet	Candidate of Philology, Associate Prof., L.N. Gumilyov ENU, Nur-Sultan, Kazakhstan
Jakyp Baurjan	Doctor of Philology, Prof., Al-Farabi KazNU, Almaty, Kazakhstan
Zhussupova Almatay	Candidate of Philology, Assoc. Prof., A. Baitursynov KSU, Kostanay, Kazakhstan
Irnazarov Kudrat	Candidate of Philology, Assoc.Prof., NUU nam. M. Ulugbek, Tashkent, Uzbekistan
Korkonosenko Sergei	Doctor of Political Sciences, Prof., Saint Petersburg State University, Russia
Kara Abdiuakap	Doctor of Historical Sciences, Prof., Mimar Sinan Fine Art University, Istanbul, Turkey
Kozybayev Sagymbai	Doctor of Historical Sciences, Prof., Al-Farabi KazNU, Almaty, Kazakhstan
Lebedeva Tatiana	Doctor of Philology, Prof., European PR Institute, Paris, France
Nurtazina Roza	Doctor of Political Sciences, Prof., L.N. Gumilyov ENU, Nur-Sultan, Kazakhstan
Omashev Namazaly	Doctor of Philology, Prof., L.N. Gumilyov ENU, Nur-Sultan, Kazakhstan
Rizun Volodymyr	Doctor of Philology, Prof., Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kiev, Ukraine
Syed Agil bin Shekh	PhD, Prof., University Putra Malaysia, Serdang, Malaysia
Saubayev Madiyar	PhD, Prof., Suleyman Demirel University, Almaty, Kazakhstan
Serdali Bekzhigit	Candidate of Philology, Assoc. Prof, A. Yassawi University, Turkestan, Kazakhstan
Toktagazin Muratbek	Candidate of Philology, Prof., L.N. Gumilyov ENU, Nur-Sultan, Kazakhstan
Khalilov Abdygani	PhD, Prof., KNU named after J. Balasagyn, Bishkek, Kyrgyzstan
Chengel Hulya Kasapoglu	PhD, Prof., Ankara Haci Bayram Veli University, Ankara, Turkey
Shaikhidinova Svetlana	Doctor of Philosophy, Prof., Kazan Federal University, Kazan, Russia
Shindaliyeva Menlikul	Doctor of Philology, Prof., L.N. Gumilyov ENU, Nur-Sultan, Kazakhstan
Shesterkina Ludmila	Doctor of Philology, Prof., South Ural State University, Chelyabinsk, Russia
Shultsman Petr	Candidate of Art, Assoc. Prof., Russian State University, Moscow, Russia

Executive editor, computer layout: **G. Bazylkhan**

Executive Secretary: **G. Yertassova**

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: 17 copies. Signed in print: 09.06.2020

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, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан

Зам. главного редактора: **Серик Тахан** *д.ф.н., проф., ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан*

Зам. главного редактора: **Гульнар Кендирбай** *PhD, Колумбийский университет, Нью-Йорк, США*

Редакционная коллегия

Алдабергенов Кырыкбай	<i>д.ист.н., проф., ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан</i>
Асанов Камашке	<i>д.ф.н., проф., КарГУ им. Е.А. Букетова, Караганда, Казахстан</i>
Абдиманулы Омирхан	<i>д.ф.н., проф., КазНУ им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан</i>
Абишева Вера	<i>д.ф.н., проф., КарГУ им. Е.А. Букетова, Караганда, Казахстан</i>
Аширбекова Гулмира	<i>к.ф.н., доцент, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан</i>
Браун Михаил	<i>PhD, проф., Вайомингский университет, Ларамии, США</i>
Дзялошинский Иосиф	<i>д.ф.н., проф., Высшая школа экономики, Москва, Россия</i>
Есдаулетов Айтмуханбет	<i>к.ф.н., доцент, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан</i>
Жакып Бауыржан	<i>д.ф.н., проф., КазНУ им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан</i>
Жусупова Алматай	<i>к. ф. н., доцент, КГУ им. А. Байтурсынова, Костанай, Казахстан</i>
Ирназаров Кудрат	<i>д.ист. н., проф., НУУз им. М. Улугбека, Ташкент, Узбекистан</i>
Корконосенко Сергей	<i>д. полит. н., проф., Санкт-Петербургский государственный университет, Россия</i>
Кара Абдиуакап	<i>д.ист. н., проф., Университет искусств им. Мимара Синана, Стамбул, Турция</i>
Козыбаев Сагымбай	<i>д.ист. н., проф., КазНУ им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан</i>
Лебедева Татьяна	<i>д.ф.н., проф., Европейский институт PR, Париж, Франция</i>
Нургазина Роза	<i>д. полит. н., проф., ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан</i>
Омашев Намазалы	<i>д.ф.н., проф., ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан</i>
Ризун Владимир	<i>д.ф.н., проф., Киевский национальный университет, Киев, Украина</i>
Саид Агил бин Шех	<i>PhD, проф., Университет Путра Малайзии, Серданг, Малайзия</i>
Саудбаев Мадияр	<i>PhD, проф., Университет Сулейман Демиреля, Алматы, Казахстан</i>
Сердали Бекжигит	<i>к.ф.н., асс. проф., Университет А. Ясави, Туркестан, Казахстан</i>
Токтагазин Муратбек	<i>к.ф.н., проф., ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан</i>
Халилов Абдигани	<i>PhD, проф., КНУ им. Ж. Баласагына, Бишкек, Кыргызстан</i>
Ченгел Хулия Касапоглу	<i>PhD, проф., Анкара Хаджи Байрам Вели университет, Анкара, Турция</i>
Шайхитдинова Светлана	<i>д. филос. н., проф., Казанский федеральный университет, Казань, Россия</i>
Шиндалиева Менликул	<i>д.ф.н., проф., ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан</i>
Шестеркина Людмила	<i>д.ф.н., проф., Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия</i>
Шульцман Петр	<i>к. искусств. н., доцент, Российский государственный университет, Москва, Россия</i>

Ответственный редактор, компьютерная верстка: **Г. Базылхан**

Ответственный секретарь: **Г. 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: 17 экземпляров. Подписано в печать: 09.06.2020.

Адрес типографии: 010008, Казахстан, г. Нур-Султан, ул. Кажымукана, 13/1, тел.: +7(7172) 709-500 (вн.31413)

© Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева

Мазмұны

ЖУРНАЛИСТИКА ТАРИХЫ

<i>Асанов К.Д.</i> Академик Е.А. Бөкетов шығармашылығының ұлттық публицистиканы дамытудағы рөлі	8-15
---	-------------

ЖУРНАЛИСТИКАНЫҢ ТЕОРИЯСЫ МЕН ПРАКТИКАСЫ

<i>Әшірбаев Б.Т.</i> Журналистиканың идеологиялық функциясы және мемлекеттік мүдде	16-23
<i>Белдібекова Ә., Ертасова Г.</i> Қазіргі журналистика жанрларының даму үдерісі....	24-29

БАҚ ЖӘНЕ ҚОҒАМ

<i>Ермаганбетова З.Н.</i> Сыр өңірі әйел публицистерінің шығармашылық ерекшеліктері	30-36
<i>Канзатова А.К.</i> Отандық БАҚ-қа контент-талдау	37-46
<i>Сәуірбаева Ә.Ж., Гавра Д.П.</i> Қазіргі ақпараттық қоғамның теориялық мәселелері	47-58

БАСПА ІСІ

<i>Күзембай А.С., Негізбаева М.О., Күзембай У.С.</i> Кітап ісіндегі манхва жанры: тарихы мен даму болашағы	59-68
--	--------------

ТЕЛЕРАДИОЖУРНАЛИСТИКА

<i>Кертаев Р.Д., Гезгин С.</i> «Хабар» телеарнасы аудиториясының қажеттілігі мен қызығушылығын зерттеу	69-80
<i>Федорова Н.В.</i> «Культура» (Россия) телеарнасының мысалында бейіндік емес мамандық студенттеріне «Тележурналистика» тақырыбын оқытудың ерекшеліктері	81-88

ЖАҢА МЕДИА

<i>Есенбекова Ұ.М., Құтым Б.</i> Ақпараттық кеңістіктегі трансмедианың тұжырымдық негіздері	89-95
---	--------------

PR ТЕХНОЛОГИЯСЫ

<i>Бабажанова Д.М., Тахан С.Ш.</i> Қазақстанның имиджін қалыптастырудағы сыртқы саяси факторлар	96-108
---	---------------

Contents

HISTORY OF JOURNALISM

- Asanov K.D.* The role of the work of academician E. Buketov in the development of national journalism 8-15

THEORY AND PRACTICE JOURNALISM

- Ashirbayev B.T.* Ideological functions and national interests in the journalism 16-23
Beldibekova A., Yertassova G. Tendency in the development of modern genres of journalism 24-29

THE MEDIA AND SOCIETY

- Yermaganbetova Z.N.* Originality of creative work of women publicists of the Kyzylorda region 30-36
Kanzatova A.K. Content analysis of the native media 37-46
Sauyrbaeva A., Gavra D.P. Theoretical aspects of the modern informational society 47-58

PUBLISHING

- Kuzembay A.S., Negizbayeva M.O., Kuzembay U.S.* Manhwa genre in the book business: history and development prospects 59-68

TV AND RADIO JOURNALISM

- Kertayev R.D., Gezgin S.* Studying the interests and necessity of the audience of the «Khabar TV channel» 69-80
Fedorova N.V. Peculiarities of teaching the theme «TV Journalism» on the example of the channel «Culture» (Russia) for students non-core specialties 81-88

NEW MEDIA

- Yessenbekova U.M., Kutym B.* Conceptual foundations of transmedia in the information space 89-95

PR TECHNOLOGIES

- Babazhanova D.M., Takhan S.Sh.* The main foreign policy factors of Kazakhstan's country image formation 96-108

Содержание

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

<i>Асанов К.Д.</i> Роль творчества академика Е.А. Букетова в развитии национальной публицистики	8-15
---	-------------

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ

<i>Аширбаев Б.Т.</i> Идеологические функции и национальные интересы в журналистике	16-23
<i>Белдибекова А., Ертасова Г.</i> Тенденции развития современных жанров журналистики	24-29

СМИ И ОБЩЕСТВА

<i>Ермаганбетова З.Н.</i> Своеобразие творчества женщин-публицистов Кызылординского региона	30-36
<i>Канзатова А.К.</i> Контент-анализ отечественных СМИ	37-46
<i>Саурбаева А., Гавра Д.П.</i> Теоретические аспекты современного информационного общества	47-58

ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО

<i>Кузембай А.С., Негизбаева М.О., Кузембай У.С.</i> Жанр манхва в книжном деле: история и перспективы развития	59-68
---	--------------

ТЕЛЕРАДИОЖУРНАЛИСТИКА

<i>Кертаев Р.Д., Гезгин С.</i> Изучение интересов и потребностей аудитории телеканала “Хабар”	69-80
<i>Федорова Н.В.</i> Особенности преподавания темы «Тележурналистика» на примере телеканала «Культура» (Россия) для студентов непрофильных специальностей	81-88

НОВЫЕ МЕДИА

<i>Есенбекова У.М., Кутым Б.</i> Концептуальные основы трансмедиа в информационном пространстве	89-95
---	--------------

ТЕХНОЛОГИИ PR

<i>Бабажанова Д.М., Тахан С.Ш.</i> Основные внешнеполитические факторы формирования странового имиджа Республики Казахстан	96-108
--	---------------



XҒТАР 19.51.51

К.Д. Асанов

*Е.А. Бөкетов ат. Қарағанды мемлекеттік университеті, Қарағанды, Қазақстан
(E-mail: kamashke_64@inbox.ru)*

**Академик Е.А. Бөкетов шығармашылығының ұлттық публицистиканы
дамытудағы рөлі**

Андатпа. Мақалада көрнекті публицист, академик-ғалым Евней Арыстанұлы Бөкетов шығармашылығының ұлттық публицистикадағы қолтанбасы, ерекшелігі және өзектілігі айтылады. Бөкетовтің қаламгерлік қабілеті болашақ журналистерге шеберлік үлгісі ретінде көрсетілген. Ұлттық публицистиканың кескін-келбеті айқындалып, оның өзіндік ерекшелігіне Бөкетов шығармашылығы мысалында ғылыми пайымдаулар берілген.

Түйін сөздер: Бөкетов публицистикасы, ақпарат, дерек, Канада көріністері, эпистолярлық мұра.

DOI : <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2020-131-2-8-15>

Түсті: 15.05.20/Қайта түзетілді: 25.05.20/ Жарияланымға рұқсат етілді: 09.06.20

Қай қаламгер болмасын, ол, ең алдымен – өз дәуірінің, өз ортасының перзенті. Ол жазған шығарма арқауы да сол замана шындығы болып табылады. Халқының мәдени, рухани өмірінің болмысын сол уақыт үрдісімен бағалайды, суреттейді. Ешқандай жазушы-публицист болашаққа арнап, немесе келер күннің еншісіне лайықтап шығарма жазып қалдырған емес. Келер ұрпақ өзіне керегін өткен күннің шындығынан алады.

Е.А. Бөкетов шығармаларындағы уақыт шындығы, сол шындыққа берген пайым-парасаты бүгінгі ұрпақ үшін таптырмас құнды дүние. Сондықтан «Е.А. Бөкетовтің ғылыми-публицистикалық шығармалары көрегенділікпен жазылыпты» деген әсіре марапаттаудан аулақпыз. Мысалы: «Иә, бүгінгі аға ұрпақтың өмірі қараша үйден басталған. Қара сирақ балалар қараша үйдің жабығынан сығалап, айналаға елеңдей қарап жүргенде ұлы Октябрьдің нұрлы таңы атты. Бүтін ел тарихында болмаған ғажайып зор бақыт қазақ даласын сілкінтіп өтті. Қазақтың бар баласы мазмұны терең, еркін өмірге жаппай араласып, революциялық романтикамен жалындап ер жетті. Содан бері елу бес жылдан сәл астамдау ғана уақыт өткен екен. Ал сондағы балалар бүгінде ғылымның алтын баулы ірі-ірі шаңырақтарын көтеріп, ғалымдар тарихын жасап отыр» [1] - деген жолдар сол дәуір көзқарасы мен пайым-парасатынан хабардар етіп тұрған жоқ па?

Уақытында Евней Арыстанұлымен үлкен қарым-қатынаста болып, жиі араласқан қарағандылық қарт қаламгер Жайық Бектұров өз естелігінде ғалым інісі жайлы терең тебіреніспен: «Көбіне ғалым жолы да, ақын жолы да тақтайдай тегіс бола бермейтіні белгілі. Тасы өрге домалап, атағы шығып, жұртшылық аузына қарап келе жатқан оқымысты, әдебиетші-сыншы, аудармашы, публицист Е.А. Бөкетовті көре алмай етекпен тартқан, аяқтан

шалған қу-сұмдарда болмай қалған жоқ. Еңбегі жемісті, бойындағы мол қабілет-күшін, қайрат жігерін Отанымыздың мәдени өмірін мерейлендіре түсуге жұмсаған ақ көңіл, адал кісілікті Е. Бөкетовке жала жапқан эзезіл, өсекші бүркеншектер Қарағандыдан да, пәлекор пасық пасквильшілер Алматыдан да табылды. Бірақ шындық, ақиқат жеңбей, көкті қалың бұлт қанша торласа да, сол бұлт серпілмей күннің көзі жарқ етпей қоймайтындай, өтірік-өсектің құйрығы бір тұтам дегендей, бұл күнде жалақор, пәлекор, эзезіл арамзалардың беттері ашылып, қара жүзділердің еңсесі басылды» [2].

Сондай-ақ, медицина ғылымдарының докторы, профессор, Қазақстан Республикасы ғылым академиясының корреспондент - мүшесі Ғабдолла Құлқыбаев өзінің Евней Арыстанұлы туралы жазған «Әдебиетші» атты естелігінде: «Академик-жазушының эпистолярлық мұрасы да аса бай. Еліміздің көптеген белгілі қайраткер, ғалым, жазушылармен жазысқан хаттар соның куәсі. Ол кісі заманында Ғ. Мүсірепов, Ә. Тәжібаев, Ә. Нұрпейісов, К. Салықов, Ж. Бектұров сынды қазақтың ақын-жазушыларына, сонымен қатар, В. Кожевников, С. Никитин, А. Брагин сынды орыстың ақын-жазушыларымен тығыз шығармашылық байланыста болды. Зерттеген, зерделеген кісі осы кісілермен жазысқан хаттарының ішінен қаншама ой, пікір маржандарын теріп алар еді» - деп жазады.

Әрине, Евней Арыстанұлының публицист-қаламгерлігі мен оның шығармалары тұрғысында айтылған мұндай ой-пікірлерді көптеп келтіруге болады. Бірақ бұл зерттеудің диттеген мақсаты ол емес. Жоғарыда сөз еткендегіміздей, замана ағымын аңдап, түбінде тарих ақиқаты ашыларын сезген сұңғыла адамдардың бірі Евней Бөкетов еді.

Евней Арыстанұлының қоғамдық көзқарасы мен парасат-пайымының қандай екендігін оның публицистикалық мұрасын оқып, зерделеген адам жақсы аңғарады.

Евней Бөкетов мұрасының басты байламдары ұрпақты парасаттылық, адамдыққа тәрбиелеу, білім мен ғылымды меңгеріп, туған еліне қалтқысыз қызмет етуге баулу, сондай-ақ, қоршаған орта мен рухани құндылықтардың қасиетін бағалау болып табылады. Содан кейінгі жиі еске салатыны және оны өз шығармаларында үнемі қолданып, қисынды дәлелдермен тұжырымдап жүретін пікірі ғылым мен әдебиеттің творчестволық туыстығы жайындағы көзқарасы.

1975 жылғы «Лениншіл жас» газетінің 22-наурыздағы санында аталмыш газет тілшісі Ақселеу Сейдімбековтің Е.А. Бөкетовпен «Жиырма деген жасында...» сұхбаты жарияланды. Бұл көлемді сұхбатта Е.А. Бөкетовтің азаматтық болмысы мен қоғамдық көзқарасы, ғалымдық зерде, зейіні барынша ашылып көрсетілген.

Әсіресе, сол кезеңнің жастары туралы айтқан келелі пікірі, бүгінгі күнге дейін маңыздылығын жоя қоймағандай.

«Ата-бабадан «ақылгөй шал» деген сөз қалған. Адам есейген сайын жобасы ақылгөй келеді де, сол ақылгөйлігімен жастардың құлағын кеміреді. Меніңше, мұндай ақылгөйліктің керегі жоқ. Өйткені біздің жастар белгілі бір айқын-аян қағидаларды құлағына құя берерліктей ойсыз, пікірсіз, тұрлаусыз жастар емес қой» [3] - дейді.

Жалпы, Евней Арыстанұлы өскелең ұрпақ, жастар туралы, олардың қоғамдағы алар орны, үлесі, мақсат-мүддесінің ерекшелігі жайлы келелі пікірлерін үнемі жазып жүрген.

Публицистикалық шығармаларының дені жастарды парасаттылық пен білімге, адамгершілік сияқты асыл қасиеттерге баулуға арналған. Мүмкін бұл қасиет ұзақ жылдар іргелі оқу орнына басшылық қызмет еткендіктен немесе өзінің өмірден көрген, бастан кешкен «соқтықпалы, соқпақты» тағдырынан туындаса керек.

Қалай десек те жастарға, жас деп қарамай, өзімен тең адамша тілдесіп, сырласқан. Архивтегі кейбір қолжазбаларын оқығанда, жастар мәселесіне соншалықты көңіл бөлгендігі ерекше аңғарылады. Әсіресе, «Жоғары оқу орнына түскендерге есік ашар лекция» деп аталатын қолжазбасы үлкен жүректі ғалымның азаматтық кішпейілдігін танытқандай. Бірнеше жерін сызып, үстінен түзей отырып жазған, осынау қолжазба ғалым-публицисттің

творчестволық табандылығын, тазалығын, әрі жазуға үлкен жауапкершілікпен қарайтын еңбекқорлығын көрсетеді. Әрі өзінің әдебиетке жақын екендігін, оны сүйетіндігін паш етеді. Мәселен: «Сіздер өмірдің шешімін өздеріңіз шешуге жаңа ғана қадам басқан балдырғансыздар. Бұл кезең ең қызық кезең, ізденіс, толғаныс кезеңі, арман кезеңі, құлаштап талпыну кезеңі, мұның бәрі поэзия. Олай болса, мен лекциямды поэзиядан, Тұманбай ақынның бір әдемі өлеңінен бастағым келіп тұр» - деп, ақынның бес шумақтан тұратын жастар туралы өлеңін келтірген [4]. Е.А. Бөкетовтің баспасөздегі қозғаған көкейкесті мәселелерінің бірі, әрине, ғылым мен техника, өндіріс мәселесі. Осы өзекті тақырып төңірегінде жазған ғалымның публицистикалық мұраларын зерделей отырып немесе әртүрлі газет-журналдардағы сұхбат диалогтарынан, ой-пікірлерінен түйгеніміз Бөкетовтің қоғамдық көзқарасы мен ғылыми ой пікірінің сонылығы және дәйектілігі болып табылмақ. Себебі «ғылыми-техникалық революция және адам» деген аса күрделі проблема сол уақыттың көкейкесті мәселелерінің бірі болып саналатын. Бүгінгі күрделі өмірімізді де онсыз елестету қиын. Озық ойлы адамзатты қатты толғандырып отырған осы проблемаға қатысты қазақ қаламгерлері әлі толымды сөз, толғамды жауап айтқан жоқ. Осынау күрделі тақырып кей шығармаларда ұшқын беріп өткенмен, арнайы зерттеу объектісіне айналмауы, айтыла қалғанда да ғасырымыз алға тартқан жоғары деңгейде сөз етілмеуі қынжылтады. Жазылып жүрген қай тақырыпты алсаңыз да, бәрінен де зымыран заман өзгерісін бүкіл сана-сезіммен сезінген, басынан кешіп жатқан күрделі бейнелерді аз көреміз. Әлде біздің замандастарымызға ғылыми-техникалық революция әлі толық әсер етіп, тереңдей бойлап сіңісе қойған жоқ па?

Е. Бөкетов публицистикасының негізгі арқауларының бірі – дәстүр, тағылым аясында өрбитіндігін біз жоғарыда айтқан болатынбыз. Бұл тұрғыда қаламгер көптеген мақалалар мен лекциялық баяндамалар жазғаны мәлім. Жастардың оқу-білімге құштарлығын ояту, тәлімді, тәрбиелі, мәдениетті болып қалыптасуына ықпал ететін, уәлі сөздері мен дәйекті пайымдауларын публицистикалық шығармаларынан анық байқаймыз. Мысалы: «Ағадан ақыл, ініден ілтипат», «Қараша үйден Қарағанды Университетіне дейін», «Жас замандас келбеті», «Арманшыл болғанға не жетсін», «Сыйлас, сырлас, көмектес», «Парасат - білім бұлағы», «Ғылым көкжиегін көксесек» атты мақалалары өскелең ұрпақ бойындағы жақсы қасиеттер мен парасаттылықтың қалыптасуына ықпал ететін, соған меңзейтін дүниелер.

Жастар тақырыбындағы қай мақаласында болмасын көтерер өзекті мәселенің бірі өскелең ұрпақты жат қасиеттерден, мен-мендіктен, тәкәппарлықтан, мансапқорлық пен көрсеқызарлықтан сақтандырып, ғылым, білімнің қоғамға тигізер пайдасының қаншалықты салмақты екендігін ескерту болып табылады.

«Сыйлас, сырлас, көмектес» аттас мақаласында: «Амал не, жастардың арасынан ғылымның бірінші сатысына жетер-жетпестен-ақ «Мен білгенді кім біледі» деп кеудесін соғатындар кездесіп қалады. Мұндай зиянды мінезді ерте білсе, ерте жоюға болар еді-ау, ал осындай осалдық есейіп, едәуір лауазымға ие болып қалған кезге дейін ілесіп барса, ғылыми ортаға одан ауыр жоқ» - деп қиналыс білдіреді [4].

Публициске тән болмыспен өлшер болсақ, Е. Бөкетовтің осылайша толғануын қайраткерлік, азаматтық тұлғадағы пайым-түйсігі, өздік санадан ұлттық санаға ұласқан биік парасаты деп бағалар едік. Жастар жөніндегі публицистикалық шығармаларындағы Евней Бөкетовке тән өзгешелік оның білікті педагогтық-психологиялық таным-түйсігінің тереңдігі болып табылады. «Қазіргі жастарға гөй-гөй ақылдың керегі жоқ, олардың көзі ашық, көкірегі ояу», - дейтін Е. Бөкетов олармен «сырласудың», «сыйласудың» өзіндік жолын қарастырады. «Жастардың болашағын мезгеу ісіне ойдағыдай көңіл бөлінсе, олардың басым көпшілігінің қабілетін уақытылы танып, сол қабілетіне орай әуестігін тәрбиелеуге болатыны тіршілік тәрбиесінен белгілі ақиқат. Әрине, бұл үшін баланың өсіп-қалыптасудағы құбылыстарына сергек үңіліп отырытын ата-ана керек те, оқушы баланың ішкі сырындағы

ауытқушылықтарды мезгілімен сезініп, жамандыққа ауыстармай баулуға тырысатын оқытушы ұстаз керек» дейді «Жастардың болашағын ойлай түссек» атты мақаласында.

«Публицистикаға ең керегі ой, жан тербер пікір. Байыптай қараған адамға айнала - тұнып тұрған публицистика. Небір мәнді оқиғалар, проблемалар, ғажап адамдар бар. Сол проблемалардың мәніне, адамдардың жан-дүниесіне үңілсе, міне, нағыз публицистика осы». Публицистика болмысын ашатын осы аксиома Е. Бөкетов шығармаларының барлығына тән қасиет.

Жалпы, Евней Бөкетовтің жастар тақырыбына жазылған публицистикалық мақала, очерктерінің проблемалық сипатын төмендегіше саралаймыз:

- Отбасы, өскен орта тәрбиесі.
- Оқу, білімді игеруі.
- Ғылымға деген құлшынысын ояту.
- Адамгершілік, ар-ождан, парасатты болуы.
- Отан, қоғам алдындағы жауапкершілігін сезінуі.

Қарап отырсақ, публицистикалық шығармаларына проблемалық сипат беретін осынау қағидалар адам баласының дүниеге келгеннен бастап, өсіп-өркендеуін, жақсы азамат болып, туған отанына адал қызмет ету, сол арқылы мынау ұлы дүниеге «кетігін тауып, кірпіш боп қалануына» бастайтын өмір формуласының тұтас бір ережесін жазып қалдырғандай әсер береді.

Е. Бөкетовтің публицистикалық мұраларының ішінде қомақты тақырыптарының бір саласы әдебиет пен өнер мәселелеріне арналады.

Бойында сан қырлы таланттың қасиеті шоғырланған қаламгер ғалымның бұл салада кеңірек қалам тербеуіне, әрине, оның әдебиетшілдігі - өнерді сүйетіндігі себеп болғаны белгілі. Бұл мәселені сөз етпес бұрын публицист Е. Бөкетовтің сол кезеңдегі рухани ортасына зер сала кеткен орынды. Бозбала Бөкетовтің әдебиет пен өнерге деген алып-ұшқан арманын, тағдыр жолы жаратылыс тану ғылымның соқпағына түсірді. «Ұлы Отан соғысы бітісімен жоғары оқу орнына түскен біздердің өзіміз көбіне мамандық таңдағамыз жоқ. Мен, мысалы, инженер-металлург болам деп орта мектепте бірде-бір ойлап көргем жоқ», - деп жазады Евней Бөкетов. «Арманшыл болғанға не жетсін» атты мақаласында: «Әрине, сүйген мамандық деген әдемі ұғым. Бірақ, бір ұғатын нәрсе бар: ол еңбек бар жерде жеміс барлығы. Сүйген мамандық дегеніміз еңбекті белшеңнен сіңірген мамандық, маңдай терің мен жаныңның жалыны жұмсалған мамандық қой. Еңбек сіңірген жерде сүю де, күй де болады, сол еңбек жұмсалған мамандыққа шын жан тәніңмен берілу де туады. Сондықтан, жаңылыстым деп кейін қайту еріккенің ісі деп, адасқанын сезсе де (жастардың жаңылдым дегенінің өзі кейбір уақытта елес пен әуестіктен туған жалған болжау болып шығады) алған беттен қайтпай ілгерлей беру ердің ісі, үйткені, Абай айтқандай, «Адасқанның алды жөн, арты соқпақ». Менің осы бір айтқанымнан - мамандықты талғама, кез-келген мамандыққа оқи бер, тең еңбек жеңеді, деген келте, шолақ ұғым тумас деп ойлаймын».

Е. Бөкетов публицистикасындағы ой тасқыны, көркем тілмен келісті өріліп оқырманын тұңғыыққа тартқан иірімдей бірден үйіріп ала жөнелетінін біз қаламгердің сөзден қамшы өрген шеберлігі деп танымыз. Е. Бөкетов тілінің шешендігі, көсіліп жазып кеткендегі терең білімі мен тағылымы мол ғибраты оқыған жанды бей-жай қалдырмайды. Әсіресе, студент-жастарға арналған баяндама-лекцияларының (бұлардың көбі баспасөзде жарияланып, жеке кітаптарға енген) тілдік тартымдылығы өте ерекше. «Мен бұл әңгімемді «Ашық лекция» деп атамақпын», - деп басталатын «Алғашқы сабақ» атты лекция-мақаласының тілдік жүйесі оймен өріліп, сөзбен төгіліп тұрған ақ өлең үлгісін еске түсіреді.

Тұманбай ақынның «Жиырма жаста жетпеген арманыма» деп басталатын өлеңі Е. Бөкетов «лекциясының» негізгі өзегіне айналған.

Жиырма жаста жетпеген арманыма,

Жиырма жаста бармаған тауларыма,
Жиырма жаста жүрмеген жолдарыма,
Бүгін жете алам ба, жүре алам ба,
Барша бақыт тілеймін бар адамға.

Бес шумақ өлеңді түгел келтіре отырып: «Мен осы бір тебіреністі, нәзік сезімге толы өлеңнің шумақтарын әдейі келтіріп отырмын. Бұл өлеңнің мағынасына қарағанда, адам бар ісін жиырма жастан бастап, жиырма жаста қамтып қалуы керек сияқты, олай болмаса адамның қалған өмірі өкініше толы болмақ сияқты. Ақынның осы сөздерінде терең сыр, мол шындық жатыр - дей келіп, 18-20 жасында студенттік жолға түскен жастарға оқуға түскендегі бірде-бір мақсат-өмірге, елге керекті жақсы маман болып шығу керектігін айтады. Әрине, жастарға Чкалов пен Гризодубова, Гагарин мен Терешкова арманын, Қаныш пен Мұхтар парасатын, Шаляпин мен Горький тағдырын, Менделеев өмірін тілге тиек ете отырып, мамандықтың жаманы жоқтығын тек соны дұрыс таңдай білу керектігін, таңдаған мамандықты игеру жолында қандай істер атқару керектігін, кестелі ой, шебер тілмен баяншы жеткізген.

Кез келген жазушы-публицистің қаламгерлік қабілеті мен парасат-пайымын, қоғамдық көзқарасы мен таным-түйсігін танытатын шығарма түрі - эсселер, жолсапар очерктер болып табылады. Олай дейтініміз, белгілі бір кеңістіктен шыққан сана-сезім үшін өзіне бейтаныс, жат әлемнің тұрмыс-салты, әдет ғұрпы, қоғамдық болмысы, саяси-экономикалық ахуалы бәрі-бәрі де таңсық болып көрінуі табиғи жағдай. Дәл осы кезде жазушы яки публицистің бойындағы жоғарыда біз айтқан қасиеттердің барынша ашылуына табиғи мүмкіндік туады. Кейде рухани дүниедегі сілкіністерде осындай саяхат-сапарлардан кейін бой көрсетіп жатады. Жалпы осындай жол сапар очеркінің тарихы, шығу тәркініне көз жіберсек орыс әдебиеті мен баспасөзінде Радищевтің «Петербургтен Москваға саяхаты», Карамзиннің «Орыс саяхатшысының хаттары», Пушкиннің «Арзрумға саяхатын» айтуға болады. қазақ жол-сапар, саяхат очерктерінің төл басы ретінде Ш. Уәлихановтың «Жоңғария очерктерін», сондай-ақ, М. Әуезовтің «Индия очерктері», С. Мұқановтың «Алыптың адымдары», Қ. Шәріповтің «Америка алыс емес» еңбектерін айтуға болады.

«Жол сапар очерктерінің бір ерекшелігі - автор өз атынан сөйлейді, оқиғаға өзін араластыра отырады. Шығарманың басты кейіпкері де - автордың өзі. Бұрын болмаған, көрмеген, танымаған елдің жер-суы, тұрмысы, салт-санасы, мәдени ескерткіштері, халықтардың өміріндегі тарихи өзгерістер автордың өзіндік толғам, әсері, саяси көзқарасы арқылы баяндалады».

Осындай жол-сапар очерктердің қатарына Е. Бөкетовтің «Канада көріністері» атты очеркін жатқызамыз. Бұл очерк «Орталық Қазақстан» газетінің 1967 жылғы қыркүйек айындағы N218, 219, 220, 221 сандарында жарияланып, кейіннен публицистің «Көкейкесті» кітабына енгізілді.

«Мен еліміз социалистік өмір құра бастағанда туып, капиталистік өмірді көрмей өскен адаммын. Тірі капиталистердің еліне барып, оларды көру деген маған бір миллион жыл бұрын өлген ихтиозавр мен мамонтты тірідей көрген сияқты таңсық» - деп басталады очерк әлқиссасы.

«Кең жерде (біздің елден кейінгі жері мол ел осы Канада) жиырма-ақ миллион халық тұрады. Халқының аздығына қарамастан құрама Штаттардан кейін мысты, алюминийді көп қорытатын осы Канада, уран кенін көптеп шығаратын осы Канада, бидайды көп сататын осы Канада».

Е. Бөкетовтің осы сөздерінен-ақ бұл ел туралы, бұдан бұрындары да хабардар мағлұматты болғанын байқаймыз. Өзінің кен металлургия саласының білгірі екендігін Канаданың осы саласындағы жетістіктерін баяндағаннан-ақ аңғартады.

Жалпы, елден шығып Канада топырағына табаны тиген сәтке дейін көрген, білгенін

тілге тиек ете бермей, өз көзқарасы мен ойын үнемі сабырлы салиқалы жеткізіп отырған автордың бұл жол-сапар очеркіне сол уақыттың өлшемімен қарар болсақ, мүлдем болмысы бөлек дүние. Көрген әсерлері мен түйген ойларын саралай келіп автор: «Әрине, Канада елі бай ел. Өнеркәсібінен, ауыл шаруашылығынан, тұрмысты бастауынан көптеген ғибрат алуға болады», - деп қорытындылайды [1]. Дәл сол уақытта капиталистік елге мұндай баға беруге екінің бірінің жүрегі дауаламаса керек. Бірақ шындық бәрінен де қымбат дейтін Е. Бөкетовтің былай деуі оның азаматтық позициясы.

Жалпы, Е. Бөкетовтің қаламгерлік шеберлігі мен шешенге тән қасиетінің бастау бұлақ, нәр алар көзін оның табиғи болмысынан, сонау - балалық дәуренінен іздеген дұрыс болар еді. Бала Евней жас кезінен Шығыстың қисса-дастандарын жаттап өскенін, ауыз әдебиетінің нәрімен сусындап өскендігін біз зерттеу барысында айтқан болатынбыз. Ананың сүтімен, бесіктің әлдімен тұл бойына дарыған тума талант, қаршадайынан сөзге жүйрік, ойға алғыр Евнейге тән қасиет болатын. Сондықтан болар, алғашқы аяулы ұстазы Августа Иустиновнаның Евней шәкіртіне деген ұстаздық махаббаты ерекше еді. Парасатты Августа Иустиновнаның ұзақ жылдарғы өмір жолында әлдеқалай кезіккен панасыз қазақ баласы Евнейді аяуы, оған жаны ашып, айрықша көз қырын салуы, бір жағынан, оның алғырлығы мен білімге құштарлығы зейіндігінен болатын. «Шығысым батыс боп кетті» - деп Абай айтқандайын, Шығыс шығармаларының інжу-маржандарымен көз ашып, көкірегі оянған Евнейді Европа әдебиетіне ынтасын оятқан осы аяулы ұстазы Августа Иустиновна еді. Араға жарты ғасыр салып, академик Е. Бөкетовтің өзі оқыған мектеп пен ұстазы Августа Иустиновнаның орнын іздеп баруы үлкен жүректі қаламгер-академиктің адамгершілік парасының бір қырын танытқандай.

Е. Бөкетовтің публицистикалық мұрасын оқыған, оны зерделеген кез келген адам, оның тіліне, жазу машығына сүйсінері сөзсіз. Шоқан туралы қолжазбасын оқып, оған пікір айтқан белгілі сөз зергері Ақселеу Сейдімбеков: «Тіліңізге сүйсіндім» - деуі тегін айтылмаған жай сөз болмаса керек.

«Тіл – құрамдық жағынан үнемі жаңарып, толысып отыратын құбылыс. Мұндай толығыулар жаңа дәуір ерекшеліктері тудырған тың сөздер, жаңа мағынаға ие болған кейбір ескі сөздердің жаңаруы, шет және орыс тілдері арқылы кірген интернационалдық сөздер, жаңа терминдер түрінде іске асады. Алайда мұндай сөздерді пайдалану ерекше ұқыптылықты керек етеді».

Бұл пікірді келтіріп отырған себебіміз, Е. Бөкетов өмір сүрген дәуір Кеңес үкіметінің өсіп-өркендеу уақытымен тұспа тұс келді. Ана тіліміздің өгейлікке ұшырап, орыс тілінің үстемдік алуы, ұлттық өнер мен әдебиетке барынша кері әсерін тигізіп бақты.

Егіз-қатар екі тілде ой мен өнер адамдары туралы толғаныстары, әдебиет пен театр туындыларын талдаған эстетикалық еңбектері, оқу-білім, ғылым тақырыбындағы ағартушылық көзқарастары, тәлім-тәрбие, парасат жөніндегі келелі ой-пікірлерін қамтитын Евней Бөкетовтің публицистикалық шығармаларындағы тіл мен ой тазалығының сақталуының өзіндік құпиясы бар. Ол құпия кілті қаламгердің екі тілде еркін жазып, екі тілде ойлана алуында жатыр. Әсілі, екі тілде жазатын қаламгер басқаларға қарағанда шығармаларына өте сақтықпен, жауапкершілікпен қарайтындығы табиғи құбылыс.

Өйткені мен бұл шығармамды мына тілде жазам деген қаламгер сол жолда ол тілдегі шығармасына барлық ой, сана-сезім, таным-түйсігімен, парасат-білімімен беріле, іздене жазады. Бұл шығармашылық өмірде кездесіп жүрген факт.

Мысалы, Е. Бөкетовтің «Жас Қаныш» деректі хикаяты орыс тілінде жазылған. Орыс тілді оқырмандардың ойлау жүйесі мен қабылдау танымына лайықты тілмен жазылған бұл шығарма өте тартымды жазылған. Ол туралы кітапқа берген анықтамада: «Шығарма орыс тілді оқырманға арналып жазылғандықтан, автор қазақтың тұрмыс-салт, әдет-ғұрып, тәлім-тәрбие ерекшеліктеріне кеңірек тоқталып, қызғылықты баяндап отырады», - делінген.

Е. Бөкетов қаламының су төгілмес жорғалығы мен тіл мен ойының шебер үндесуі «Жас Қаныш» деректі хикаясында барынша ашылған.

«Дін мұсылманның киелі кітабы – құранның астар бетіне мұқияттап араб әріпімен түсірілген сол күннен бастап, Ғабдұл-ғани аталған сол нәресте де ата-анасы, күллі зәузаты кешкен аттың жалы, түйенің қомында дейтін салқар тіршіліктің кішкентай бір бөлшегіне айналды». Мұндағы зәузаты, аттың жалы, түйенің қомы, салқар тіршілік сөздері сөйлем мағынасына нәр беріп, қазақы ұғымның қасиетін жарқырай көрсетіп тұр. Сондай-ақ, бұл күндері қолданыстан шығып ұмыта бола бастаған: «қам кесек», «қыртыс шым», «қайыс әбзел», «қаптың түбі қағылған қара өзек шақ», «Ексімдеп соққан жел» т.б. қазақтың тұрмыс-тіршілігіне қатысты көптеген сөздерді осы шығармадан кездестіруге болады [5]. Орыс халқы көп қоныстанған солтүстік өңірде туып өскен, балалық шағынан орыс тәрбиесін, білімін алып өскен Евнейдің туған халқының салт-дәстүрін, тілі мен мәдениетін жетік білуі оның өз ұлтына деген шексіз сүйіспеншілігін аңғартады. Е. Бөкетовтің қай шығармасында болмасын ұлттық рух, ұлттық болмыс қашанда биік тұрады.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Букетов Е.А. Көкейкесті. Алматы: Қазақстан, 2000. – 444 б.
- 2 Амандосов Т. Публицистика – дәуір үні. -Алматы: Қазақстан, 1974. – 46 б.
- 3 Букетов Е.А. Жас замандас келбеті // Мәдениет және тұрмыс. - 1974. №1. - 1-4.
- 4 Букетов Е.А. Сыйлас, сырлас, көмектес. / Социалистік Қазақстан 1969 жыл. -№4. 11 қазан. 49-54 б.
- 5 Болғанбаев Ә. Тіл және шеберлік. Жинақ: Өнер алды - қызыл тіл. –Алматы, 1986. - 161 б.

К.Д. Асанов

*Карагандинский государственный университет им. Е.А. Букетова,
Караганда, Казахстан*

Роль творчества академика Е.А. Букетова в развитии национальной публицистики

Аннотация. В статье рассматриваются автограф, особенности и актуальность произведений видного публициста, ученого-академика Евнея Арыстановича Букетова в национальной публицистике. Авторские способности Букетова демонстрировались будущим журналистам как образец мастерства. На примере творчества Букетова представлены научные суждения, определены образ национальной публицистики и ее специфика.

Ключевые слова: публицистика Букетова, информация, факт, достопримечательности Канады, эпистолярное наследие.

K.D. Asanov

E.A. Buketov Karaganda State University, Karaganda, Kazakhstan

The role of the work of academician E. Buketov in the development of national journalism

Abstract. The article highlights the autograph, features and relevance of the work of a

prominent publicist, academic scientist E. A. Buketov in national journalism. Buketov's authorial abilities were shown to future journalists as an example of skill. The way of national journalism is determined, in its specificity presents the scientific judgments on the example of creativity Buketov.

Keywords: Publicism of Buketov, Journalism, Info, Fact, Landmarks of Canada, epistolary heritage.

References

- 1 Buketov E.A. Kokeikesti [Relevant] (Almaty, Kazakhstan, 2000, 444). [in Kazakh].
- 2 Amandosov T. Publicictika dauir uni [Voice of the era of journalism] (Almaty, Kazakhstan, 1974, 46 p.). [in Kazakh].
- 3 Buketov E.A. Jas zamandas kelbeti [Young Contemporary] / Madeniet jane turmys [Culture and life]. 1974, -№1, 6 january. 3 p. [in Kazakh]
- 4 Buketov E.A. Sylas, syrlyas, komektes [Respect, confer, help] /Newspaper: Socialistik Kazakhstan [Socialist Kazakhstan]. 1969, October 11. №4, 49-54 pp. [in Kazakh]
- 5 Bolganbayev A. Til jane sheberlik [Language and skill], Zhinak: Oner aldy - kyzil til [Collection: the highest art is eloquence] (Almaty,1986, 161 p.). [in Kazakh]

Автор жайлы мәлімет:

Асанов К.Д. – ф.ғ.д., профессор. Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті, Қазақстан, Қарағанды.

Asanov K.D. – PhD of Philological Sciences, Professor, E.A. Buketov Karaganda State University, Karaganda, Kazakhstan.

**ЖУРНАЛИСТИКАНЫҢ ТЕОРИЯСЫ МЕН ПРАКТИКАСЫ / ТЕОРИЯ И
ПРАКТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ / THEORY AND PRACTICE JOURNALISM**



ХҒТАР 19.41.11

Б.Т. Әшірбаев

*Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан
(E-mail: ashirbaev.1974@mail.ru)*

Журналистиканың идеологиялық функциясы және мемлекеттік мүдде

Аңдатпа. Отандық ақпарат кеңістігінде жаңа мен ескінің тоғысуы жүруде. Қағаз мәдениетінен бас тартып, электронды мәдениетке ауысып келеміз. Жаһандық үрдіс. Тәуелсіз Қазақстанның әлемдік дидарын қалыптастыруда ұлттық журналистиканың маңызы артып, оның мәні мен мазмұны, сипаты өзгеруде. Баспасөз бостандығына кепілдік беретін заңдық тұғырымызды нықтап, қаржылық көздердің ашықтығын қамтамасыз етуіміз керек. Мақалада қоғам өмірінде өзекті осы мәселелер талданып, жақын болашаққа талдау жасалады. Журналистиканың саяси-идеологиялық қызметі, мамандықтың ерекшелігі, ақпарат қауіпсіздігі мәселелері туралы ойлар ортаға салынып, жан-жақты таразыланады. Университет қабырғасында «Халықаралық журналистика» мамандығына оқытудың маңызы түсіндіріледі.

Түйін сөздер: коммуникация, журналистика, презумция, цензура, идеология, социология, құқықтану, демократия, IT-технология, фейк, фактчекинг, вестернизация, модернизация, тред.

DOI : <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2020-131-2-16-23>

Түсті:19.05.20 /Қайта түзетілді:29.05.20 / Жарияланымға рұқсат етілді:09.06.20

Бір қарағанда, қарбалас сәт, қабағат қимылға толы қазіргі ақпараттық технологиялар заманы журналистиканың беталысын мүлдем басқа бағытқа өзгертіп жібергендей көрінеді. Өйтсе де, бұл алдамшы әсер, оның сыртқы түрленуі ғана. Рас, біз қағаз мәдениетінен электронды мәдениетке ауысып, сандық жүйеде хабар тартуға көштік. Мультимедиалық мүмкіндіктер сиқырға бергісіз ғажайыптар жасауда. «Ақылды техника» жұмыс күшіне деген сұранысты азайтты. Бұрын топ адамға жүктелген шаруаны бүгінде бір түймешені басып қойып, жалғыз-ақ маман жайғай алады. Бірақ өзгермейтін бір заңдылық, қағидат бар: журналист – бұл, ең алдымен, шығармашыл тұлға! Егер ойынды қағазға түсіре алмасаң, мәтін жазу шеберлігін меңгере білмесең, онда қаламыңды қойшы таяғына, құрылысшы қалағына айырбастағаның абзал.

Коммуникация құралдарының дамуы ақпарат алмасуды жылдамдатып қана қоймай, барынша жеңілдете түсті. Қалта телефонынан онлайн режимге қосылып, әлемнің кез келген нүктесінен бейне, аудио, фото және мәтіндік хабарлама жолдай аламыз. Әлеуметтік желінің белсенділігі блогерлер қатарын өсірді. Интернеттегі ақпараттар ағынының күш алып кеткені соншалық, бейне бір мемлекеттер шекарасын кесіп өтетін халықаралық өзен-

дер сияқты шексіз кеңістікті жайлап барады. Кәсіби журналистиканың өнімі ауыз су секілді санитарлық талаптарға жауап беретін «мөлдір де, таза» болса, керісінше, азаматтық журналистиканың өнімі арық суындай «шөп-шалам, қоқысы» аралас келеді. Нью-Йорк университетінің журналистика профессоры Джэй Розен: «Азаматтық журналистика дегеніміз – бұл біз бұрын аудитория деп таныған адамдар», – дейді [1]. Қарапайым да, нақты анықтама, дәл қойылған диагноз.

Қазақстанда журналистика мамандығы брендке айналып үлгерді. Екіншісі бірі БАҚ бетінде бағын сынап, қалам қайраткері атануға құмбыл. Танымалдылық деген сиқыр бар. Оған ұмтылғандардың барлығы табысқа жетудің төте жолы тележүргізуші болу деп ұғып, «сиқырлы жәшіктің» ішінен табылуға құмар. XVI ғасырда өмір сүрген Нострадамус: «XX ғасырда әрбір үйде жалғыз көзді шайтан отырады», – деп болжап [2], адамзат баласының санасында төңкеріс жасайтын бір ғылыми-техникалық жаңалықтың өмірге келетінін айтқан. Бүгінгі ғалымдар әйгілі көріпкел «теледидарды меңзеген» деген тоқтамда. Әлемдегі саяси билігі ауысқан мемлекеттерге қарасаңыз, бәрінде оппозицияның күш алып, белсенді әрекетке көшуіне себепші жалғыз фактор, ол – әлгілердің қолында теледидардың болуы. Бұқараға магиялық ықпалын сезінгендіктен болар, АҚШ саясаткерлері президент сайлауы алдындағы дебаттарда ТВ-дағы қосымша бір минут үшін соңғы көйлектерін сатуға дайын тұрады. Ендеше, бізге идеологиялық үстемдік орнатуда ерекше қуатқа ие экран бетін жеңіл-желпі, желөкпе, саржағал дүниелермен толтыра беруге болмайды. Болашақта оның салдары мен зардабын жою қиынға түсуі мүмкін.

Жаңа технологиялармен жарақтану мемлекеттердің шекара қызметінің қырағылығын арттырды. Сақтық шаралары бейнекамера, электронды сым, лазерлік белдеу, т.б. арқылы күшейтілді. Ілуде біреу болмаса, қазір бөтен елдің аумағына жасырынып, қылмыстық жолмен кіру оқиғалары сирек тіркеледі. Мұны біздің қазақстандық әскерилердің жылдық есептеріндегі мәліметтер растайды. Сонда жау қайдан келеді? Бұған жауап біреу: қазір алағат пиғыл, арамза ойы барлар ыланды іштен салады да, ой-санаңды, дүниетанымыңды өзіне тәуелді етіп, территориянды десант түсірмей-ақ жаулап алады. Жаттың мәдениетін жалға алып, рухани жалаңаштансаң, көп кешікпей динозавр-ұлтқа айналып, жойыласың.

Өкінішке қарай, қазір еліміздің ақпарат кеңістігі ала-құла күйде. Мазмұны күмәнді, ақиқаты тексерілмеген материалдарды жиі жариялап, соқтасы толған сыздауықтай жарылғалы тұр. «Қазақстан Мұсылмандар одағы мен Орта Азиядағы адам құқықтары жөніндегі мұсылмандар комитеті жүргізген әлеуметтік сауалнама қорытындысы бойынша, атакты рэпер, қазақтың халық ақыны МС Сайлаубек «Жыл адамы» атанды», – деп жазады «Nur.kz» сайты. «Бүкіл отандық БАҚ-тың қызығушылығын тудыруына қарағанда, біздің басты мәдени трендімізді осы тұлға қалыптастыруда деп айтуға толық негіз бар», – делінген Мұсылмандар одағының (Мұрат Телібековтың жетекшілігіндегі. – автор) баспасөз қызметі таратқан ақпаратта [3]. Жасыратыны жоқ, бұл мәлімет бізге, керісінше, «Жылдың қаралы хабарындай» әсер етті.

Михаил Булгаковтың «Собачье сердце» повесінің кейіпкері П.П. Шариков пен біздің «рэпер» МС Сайлаубек екеуінің болмыс-бітімінен айнымас ұқсастық көруге болады. Жазушы тәжірибелік жолмен «жаңа адамға» айналған Полиграф Полиграфовичтің типажы арқылы билікке керзі етікпен келген большевиктер орнатқан қоғам өмірін сұмдық әшкерелейді. Құмырадан шыққан жынның айналасын қалай жәукемдеп бітерін шебер суреттейді. Ақша қопырап, шаруашылық тоқырап жатқан тоқсаныншы жылдары елімізде: «Алдымен, экономика, содан кейін барып мәдениет!», – деген ұран ортаға тасталды. Рухани Чернобыль жарылып, марту басқан ботана ортадан МС Сайлаубектей «жыл адамы» өсіп шықты.

Нобель сыйлығының лауреаты, түрік жазушысы Орхон Памуктың «Менің атым Қырымсыз» атты романының кейіпкері: «Ей, Жаратушы Ием, Құранда Шайтанның аты 42 рет аталады, бұл оған тым көп жарнама емес пе?!», – дейді [4]. Бұл мысал оқырман ретінде әр-

бір саналы азаматты ойландырары хақ. Мәдени кеңістігімізді қоқыс жәшігіне айналдырған МС Сайлаубектен «мегажұлдыз» жасаған өзіміз. Басқа-басқа, «Nur.kz» сияқты сайттарға ол жөнінде «қазақ халқының танымал ақыны» деген жолдардың жариялануы ешқандай шеңберге сыймайды. Біз өзін-өзі сыйлайтын мемлекеттерге тән масс-медианың бағыт-бағдарын демократиялық заңдылықтарға сай реттеп, күзет пен ізеттің, қасиет пен машықтың арасын айыра білуіміз керек. Ақпарат кеңістігін өзгенің билеуіне беріп қойған елдің жолы қашанда тұйыққа тіреледі.

Американдық саясаттанушы Сэмюэл Хантингтонның «Өркениеттер қақтығысы» еңбегі халықаралық қарым-қатынас мамандары, ғалымдар арасында қызу пікірталас тудырғаны мәлім. Онда автор жаңа дәуірдегі әлемнің беталысын баяндайды. Бір кезде дүниежүзі екі лагерьге бөлінді: біріншісі – демократия мен еркін нарықтық қарым-қатынастарды дәріптеген батыстықтар, екіншісі – экономикалық тұрғыдан әлсіз дамыған, коммунистік идеяларды басшылыққа алған Жер шарының шығыс бөлігі. КСРО ыдырап, «қырғиқабақ соғыстың» аяқталуы идеологиялық біртектілікке негізделген әлемдік тәртіпті өзгертті. Әр азаматтың алдында «Мен кімін: батыстықпын ба, шығыстықпын ба?», «Қандай идеологиялық лагерьге жатамын?», «Коммунистік жүйеге бойсұнамын ба, әлде демократиялық құндылықтарға арқа сүйеймін бе?» деген сұрақ тұрды. Міне, осы тұста мәдени құндылықтарға негізделген ұлттық мемлекеттердің рөлі арта түсті. «Ұлттық мемлекеттер халықаралық сахнада ең маңызды ойыншылар болып қалады, олардың одақтасуы, мүдделерінің тоғысуы мәдени және өркениеттік факторлармен анықталады», – дейді Сэмюэл Хантингтон [5].

Мәдениет, ол – тілге, дінге, дәстүрге және этникалық ерекшеліктерге негізделген әлеуметтік құрылым. Ал, мәдениеттің ең жоғарғы сатысы – өркениет. Автордың пікірінше, оның саяси жүйе мен идеологияға ешқандай қатысы жоқ: өркениетті елдің бірі демократиялық, екіншісі коммунистік жолды таңдауы мүмкін. «Жаңа дүниеде ең ауқымды, маңызды және қауіпті қақтығыстар әлеуметтік топтар, кедейлер мен байлар арасында емес, әртүрлі, әралуан мәдениеттер арасында болады», – дейді автор [6].

Саясаттанушы өркениеттер өзара жымдасып, бір арнаға тоғысуы, құйылуы мүмкін емес, вестернизация мен модернизация ұғымын айыра білу керек екенін айтады. Яғни, трендке айналған мәдениеттердің жайылуы, үстемдік құруы мен жаңа технологиялардың келуімен өмір сапасының жақсаруын шатастыруға болмайды. Автор компьютерлік технологиялар, мультимедиялық мүмкіндіктер, коммуникациялық байланыстар бір елдің екінші бір елге мәдени үстемдігін жүргізетінін жоққа шығармайды. Әйтсе де, ешқандай ел өзі ұстанған діннен жаппай бас тартып, мұсылман христиандықты қабылдап, ата-бабасынан келе жатқан дәстүр, ырым-жоралғыларынан ешқашан айырылмайды дегенді алға тартады.

Автор еңбегінде неміс философы О. Шпенглердің: «Өркениет пен мәдениет бір-бірінен алшақ дүние. Өркениет бұл технологиялық және техникалық жаңалықтар болса, мәдениет – базистік құндылықтар мен адамның рухани дүниесінің жай-күйі болып табылады», – деген пікірін мысалға келтіреді. Сондай-ақ, өз ойын ағылшын тарихшысы А.Тойнбидің “Тарихты игеру”, жапондық тарихшы Ф.Фукуяманың “Тарихтың ақыры”, қазақ философы Д. Кішібековтің “Мәдениет және өркениет” деген еңбектерінен келтірілген үзінділермен тұздықтай түседі.

Сэмюэл Хантингтонның «Өркениеттер қақтығысы» кітабында айтылған идеялармен келіспейтін авторлар да аз емес. Соның бірі – Лондон экономика мектебінің профессоры Кристофер Коукер. «Қазір әлемде үш деңгейде дағдарыс байқалады: түрлі топтардың популистік әрекеті, ИГИЛ, ДАИШ сияқты трансұлттық діни ұйымдардың ылаңы мен ірі державалар арасындағы текетірес. Бұл қақтығыстар идеологиялық, ұлттық мүдде тұрғысында емес, мәдени пішінде көрініс табуда. Сондықтан Сэмюэл Хантингтонның ұлттық мемлекеттерге басымдық беріліп, мәдениеттің шешуші факторға айналатынына жақын уақытта сену қиын», – дейді ол [7].

Қалай дегенмен де, біз үшін американдық саясаттанушы Сэмюэл Хантингтонның «Өркениеттер қақтығысы» еңбегі болашақта ұлттық мемлекеттер мен мәдени құндылықтарға басымдық беруімен бағалы. Қазақстан Республикасының Тұңғыш Президенті Н. Назарбаев «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» атты бағдарламалық мақаласында: «Біз ХХІ ғасырдың жаһандық картасында ешкімге ұқсамайтын, дербес орны бар ұлт боламыз десек, «Жаһандағы заманауи қазақстандық мәдениет» жобасын іске асыруға тиіспіз», – деп өте орынды атап өтті [8]. Одан кейін жарық көрген «Ұлы даланың жеті қыры» мақаласы да қоғамдық ортада аз резонанс тудырған жоқ. Қазіргі жаһандану заманында бізді ұлттық иммунитетіміздің мықтылығы, мәдени қабаттарымыздың беріктігі ғана бәсекеге қабілетті ете алады.

Карл Маркс: «Баспасөз бостандығы болмаған жерде, басқа бостандықтардың бәрі бекер», – дейді. Қазір елімізде ашық пікір алаңы жанданып, посткеңестік өзге елдермен салыстырғанда «микрофон еркіндігі» барлығы сезіледі. Бұл – демократиялық қоғамның ең басты шарты. Қазақстан Республикасы Конституциясының 20-бабында: «1. Сөз бен шығармашылық еркіндігіне кепілдік беріледі. Цензураға тыйым салынады; 2. Әркімнің заң жүзінде тыйым салынбаған кез келген тәсілмен еркін ақпарат алуға және таратуға құқығы бар. Қазақстан Республикасының мемлекеттік құпиясы болып табылатын мәліметтер тізбесі заңмен белгіленеді; 3. Республиканың конституциялық құрылысын күштеп өзгертуді, оның тұтастығын бұзуды, мемлекет қауіпсіздігіне нұқсан келтіруді, соғысты, әлеуметтік, нәсілдік, ұлттық, діни, тектік-топтық және рулық астамшылықты, сондай-ақ қатыгездік пен зорлық-зомбылыққа бас ұруды насихаттауға немесе үгіттеуге жол берілмейді», – деп нақты көрсетілген [9].

Журналистиканың теориясы мен практикасын зерттеуші ғалымдардың бір тобы «бұқаралық ақпарат құралдары қоғамдық пікірді таратып қана отыруы керек, оны қалыптастыруға ұмтылу демократия қағидаларына қайшы келеді, сөз бостандығын тұншықтырады» деген пікірдің жағында. Авторлық талдау болуын терістейді. Біздіңше, масс-медиа өкілдеріне бейтараптық жат. Елдік, мемлекеттік мәселеде қоғамдық пікір қалыптасып, бұқараның ой-танымы, сана-сезімі отандық рухта тәрбиеленуі тиіс. Тәуелсіз жас мемлекетке «мылтықсыз майдан» саналатын ақпарат кеңістігінде қалғып кетіп, марғаулық танытуға әсте болмайды.

Қазақстанның әлемдік дидарын қалыптастыру өз маңыздылығын жойған емес. Бұл отандық журналистиканың басты трендіне айналып, жаһан жұртшылығын елімізде бизнеске қолайлы климаттың барынан құлағдар етуі тиіс. Сырттан тартылған инвестиция экономикамызды сауықтырып қана қоймайды, ол – осы территорияда бейбітшілік салтанат құруының да кепілі. Неге десеңіз, трансконтинентальды компаниялар үлкен тәуекелге барып, өз өндірісін өркендеткен жер шарының кез келген нүктесінде тыныштық, жаймашуақ атмосфера болуына мүдделі. Олар оқ атылып, бомба жарылып жатқанын емес, ақшалары айналымда жүрген аумақта «Темекі шегуге тыйым салынады!», «Өртке қауіпті!» деген ғана ескерту тақтайшаларының ілініп тұрғанын қалайды. Демек, масс-медиа өкілдерінің халықаралық аренада сауатты жұмыс істеп, ашық ақпарат беруінің саяси-экономикалық мәні өте жоғары. Ол үшін, әрине, дүниежүзлік жағдайларға терең сараптама жасап, дипломатиялық әдеп нормаларын сақтай білетін, БҰҰ тізіміндегі алты тілді еркін меңгерген білікті мамандар даярлау міндеті күн тәртібінен ешқашан түспеуі керек.

Біздер, қазақстандықтар, тәуелсіздіктің алғашқы жылдары шетелде тілшілер қосынын ұстау қажеттілігін қатты сезіне бастадық. «Би-Би-Си», «РИА Новости», «Аль-Джазира», «Франс Пресс», т.б. ақпарат агенттіктері таратқан мәліметтерді талғаусыз, талғамсыз, ешқандай сүзгісіз пайдалана беру пандемиядан да қауіпті. Себебі әр мемлекет ақпаратты өз мүддесі тұрғысынан ғана саралап, мақсатты аудиторияға ұсынады. Оның мазмұны, көп жағдайда, Мұстафа Шоқай айтпақшы, «қошақан терісін жамылған бөрілер» бейнесінде бо-

лып келетіні өтірік емес. Сонда бұл мәселені қалай оңтайлы шешпек керек еді? Тәжірибе көрсеткендей, отандық телеарналар бұл тығырықтан шығудың төте жолын тапты. «Болашақ» бағдарламасымен шетелде оқып жүрген студенттер мен елшіліктерде пресс-аташе қызметін атқаратын мамандарды жұмысқа тартты. Жазуға қабілетті ат төбеліндей ғана бұл шағын топ шаруаны дөңгелетіп әкеткенімен, мәселені толықтай шешіп бере алған жоқ. Халықаралық тақырыпты жазуда кәсіби мамандарға деген сұраныстың артып тұрғаны байқалады.

Жоғарыда айтқанымыздай, мыңбояулы журналистика өзінің қайта түлеу кезеңін бастан кешіруде. Әлеуметтік желінің белсенділігі «төртінші биліктің» төрелік етуін жаңа сатыға көтерді. Қоғамдық формацияның өзгеруі жанрлар табиғатының құбылып, баспасөздің ақпараттық функциясымен қоса, ағартушылық және үгіт-насихаттық қызметін алдыңғы шепке шығарды. «БАҚ туралы», «Телерадио хабарларын тарату» заңдарының моральдық тұрғыдан ескірген баптарын қайта қарап, қоғамдық талқылауға ұсыну – бұл кезек күттірмейтін мәселе. Оқулықтар мен әдістеме құралдарының мазмұнын жаңарту, тың ғылыми зерттеулерге жол ашып, арнайы гранттар бөлу де басым бағытқа айналуы керек. Қазіргі таңда журналистика мамандығы еліміздегі 30-ға жуық ЖОО-да дайындалатынын ескерсек, онда сауатты құрылған ортақ білім стандартының қатаң сақталуына мән берген абзал. Өйткені отандық және халықаралық тақырыпта қалам тербеуге машықтанатын болашақ маманның елшіл, мемлекеттік рухта тәрбиеленуін ұмыт қалдыруға әсте болмайды.

Иә, дәл солай... Ақпарат кеңістігін өзгеге билетіп қойған елдің болашағы бұлыңғыр. Егер мемлекеттік шекарамыз, барша мойындайтын ортақ рәміздеріміз бары рас болса, онда өзімізге ғана тән тыйым мен тоқтамдарымыз болуы заңдылық емес пе?! Бұл жерден демократиялық құндылықтарға қайшы әрекет іздеу қисынсыз. Журналистика профессоры Марат Барманқұлов: «Америка баспасөзінде айтуға болмайтын 42 тыйым сөз бар», – дегенді жиі қайталаушы еді. Демек, журналистика, ең алдымен, мемлекеттік мүддеге қызмет етеді, ол ешқашан идеологиядан тысқары қалып, бейтараптық таныта алмайды. Олай болса, «халықаралық тақырыпта жазатын журналистерді Оксфорд пен Кембрижде оқытып, кадр тапшылығын жоя аламыз» деп ойлайтындармен келісу қиын. Сонау тоқсаныншы жылдың алғашқы ширегінде діни наным-сенім туралы солқылдақ, тым жалпақшешей заң қабылдап жіберіп, оның салдары неге әкеліп соқтырғанын білеміз. «Болашақ» бағдарламасы бойынша елдік сана-сезімі әлі толық қалыптасып үлгермеген жастарымызды шетелде бакалавр сатысында оқытудың да тәуекелі көп екенін түсіндік. Ендеше, «Халықаралық журналистика» мамандығының стратегиялық маңызын танып, отандық білім ошақтарының бакалавр деңгейінде даярлаудан бас тартпауымыз керек. Оның ішінде, таңдауды қалыптасқан байырғы мектебі бар, ұстаздар ұстаханасы мойындалған білім ошақтарына жасау адастырмайды. Себебі болашақ маманға журналистиканың теориясын оқумен қоса, бірнеше шет тілін меңгеріп, өндірісте шыңдалған тәжірибелі мамандардың дәрістерін тыңдау маңызды.

Әркім өз мамандығымен мақтанып, оны өзгеден жоғары қояды: бірі – «нағыз ғылым – физика, қалғандары марка жинаушылар ғана» десе, енді бірі – «дәрігерлер адамды, ветеринарлар адамзатты емдейді!» деп көтеріңкі пафосқа ерік береді. Біздіңше, бұлай өз мамандығына махаббатпен келгендер ғана айта алады. Оның «шекарасын» қырағылықпен қорғайды. Ауыспалы тоқты ойлап тапқан Никола Тесла: «Мен енді найзағай туралы Құдайдан да көп білемін!» – деген ең атақты мәлімдемесін жасаған. Әсіредіншілдер үшін бұл тым астамсу, күпірлік болып көрінуі мүмкін, бірақ мұнда кәсібилік шыңына көтерілген таза ғалымның ішкі «мені» тұр. Еліміздің ақпарат кеңістігінде «журналистикаға университеттік білімнің керегі жоқ, жазуға қабілеті барларды арнайы курстарда-ақ даярлап шығуға болады» немесе «әлемде журналистерді медиа корпорациялардың базасында оқытып, кадр тапшылығын жою тәжірибесі бар» дегенге саятын пікірлер жиі қылаң беріп жатады. Бірімен келісіп, екіншісіне өз аргументінді айтқың келеді. Бұл қисынға салсақ, онда юри-

стерді соттардың, дәрігерлерді емханалардың базасында дайындай бермейміз бе? Біздіңше, осы сарындас пікірді өз мамандығын таңдауда адасқандар ғана айтады. Әу баста жазу-сызуға қабілеті бар, бірақ қателесіп инженер, механик, агроном, т.б. саланы таңдағандардың іштей өзін-өзі жұбатуы секілді.

Бір әттеңі, техногенді заман журналистиканың шығармашылық мамандық екенін көп еске алғысы келмейтін сияқты. Леонардо да Винчидің Лувр мұражайында тұрған «Джаконда» туындысына баға жетпейді. Өнертанушылар бас бармақпен бағалап, таңдай қағумен келеді. Бірақ оның көшірмесін кез келген сырлаушы дүкен мен жатақхананың қабырғасына арзан бағаға салып береді. Өкініштісі сол, біз ақ парақ бетіне түсетін туындыға суретшінің емес, сырлаушының көзімен қарауға әдеттеніп алдық. Журналист мамандарын конвейерден шыққан тауардай шексіз көлемде шығара беру әбестік. Таланттар көп болмайды.

Коронавирус індеті жер бетін үрей құшағында ұстап тұр. Мамандар бұл Екінші дүниежүзлік соғыстан кейін әлемге төнген ең үлкен қауіп екенін айтады. «Қазір бүкіл әлемнің және бүкіл әлемдік экономиканың тағдыры ғалымдардың қолында. Бұл артық айтқандық емес. Әлемнің тағдырын футболшылар, шоу-бизнес өкілдері емес, ғалымдар шешеді. Біз осы жағдайдан сабақ алуға тиіспіз», – деді ел Президенті Қасым-Жомарт Тоқаев [10]. Ат басынан алысты көретін басшының өте орынды ескертпесі. Иә, осындай әлемге қауіп төндіретін індеттер себебін жан-жақты талдап, ғалымдарды сөйлетіп, оңай олжа, рейтингке әуес болмай, бүркемесіз ақпарат беру ғана мәселенің ақ-қарасын айыруға көмектеседі. Тілге жүйрік, талдауы терең, қасиет пен машықтың айырмасын білетін конвергентті журналистерді университет қабырғасында дайындау маңызды.

Қазіргі ақпараттық ала-құлалық пен мозаика мәдениеттің үстемдігі ұлттық қауіпсіздігімізге сызат түсірері анық. Рас, қоғамдық өмірге ревизия жасаудың алғышарттары пісіп жетілді. Мамандар «нотариус пен адвокаттық қызмет үшін берілетін лицензияны шоу-бизнес өкілдері де алуы тиіс» деген ойға тоқайласа бастады. Дұрыс талап. Сахна мәдениеті түзеліп, репертуар мазмұны жақсарып қалар еді. Біздіңше, дәл осындай лицензиялау немесе сертификаттау жүйесін еліміздегі ақпарат кеңістігіне де енгізіп, міндеттеу керек. Сонда ғана әдеби норма бір жүйеге келіп, заң баптары жұмыс істеп, интернет кеңістігінде санитарлық тазалалық басталады. Фейк ақпараттар азайып, сөз бостандығының әлеуметтік жауапкершілігін сезіну артады.

Қазақстандық білім жүйесі соңғы ширек ғасырда күрделі реформаларды бастан кешірді. Болон үдерісіне кіріп, әлемдік стандарттарға мейлінше жақындап келеміз. Академиялық еркіндік беру саясаты жаңа бағыттарға бет түзеуімізге мүмкіндік тудырды. Былтырдан бастап мамандық деген түсінік қалып, оқу бағдарламаларына басымдық беріле бастады. Кредиттік технологияның енуі жақын болашақта «курстас» деген ұғымды да жоятын түрі бар. Яғни, әркім қабілеті мен мүмкіндігіне қарай бір жылда қанша кредит игере алса, соның нәтижесінде келесі курсқа көшіп жүре береді. Кредиттік жүйе салалық журналистиканың дамуына да үлкен серпін бермек. Сізді қай пән көбірек қызықтырса, сол бағытта кеңірек, молырақ білім жинайсыз. Мысалы, құқық тақырыбына деген әуестігіңіз басым болса, заң факультетінің, әдебиетке тереңдеп үңілігіңіз келсе, филология факультетінің профессорынан дәріс тыңдауға құқыңыз бар. Бұл жаңашылдықтың бәрі көңілге сәуле құйып, жүрекке сенім ұялатады.

Қорыта айтқанда, журналистиканы жеңіл мамандық санайтын, оқу мерзімін қысқартуды көздейтін, оның тек ойын-сауықтық функциясын алдынғы мәнге шығарып, саяси-идеологиялық, ағартушылық қызметін әлсіреткісі келетін кері тенденция мемлекет үшін өте қауіпті. Өзінің ақпарат кеңістігін өзгеге билетіп қойған елдің болашағы жарқын деп айту қиын. Тіпті, мұндай бұлыңғыр, күмәнді ойлардың оқтын-оқтын көтеріліп, қоғамдық ортаға тасталуының артында сыртқы күштердің ықпалы тұруы да мүмкін. Қазір ақпарат кімнің қолында, билік сонда! Эфирлерден негативке толы, пессимистік сарындағы оқиға-сюжет-

тердің көп берілуі бұқара халықтың психикасына әсер етпей қоймайды. Сондықтан біздің журналистика социологиясын білетін, маркетинг пен менеджменттен хабары бар, техногенді бағытқа ілесе алатын мамандар даярлауымыз өз адына, олардың ақпарат қауіпсіздігінің мәніне терең бойлай алатын шеберлігін де шындауымыз керек. Кешегі ұлттымыздың рухани қайта өрлеу дәуірінің басында тұрған Алаш қайраткерлері саяси құрал ретінде пайдаланып, елді ұйыстыра білген баспасөздің орны қашанда төрде болуы тиіс.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Розен Д. Получение соединения Права: Общественная журналистика и смута в прессе. – Москва: Фонд двадцатого века, 1996. – 133 с.
- 2 Нострадамус и его предсказания. – Москва: Наука и жизнь, 2012. – 24 с.
- 3 МС Сайлаубек жыл адамы деп танылды. [Электрон. ресурс] - URL: Nur.rz: <https://kaz.nur.kz> (Қаралған күні: 25.03.2020)
- 4 Памук О. Менің атым Қырмызы // Әдебиет порталы [Электрон. ресурс] - URL: <https://adebiportal.kz> (Қаралған күні: 21.03.2020)
- 5 Хантингтон С. Столкновение цивилизаций // Гуманитарный портал: [Электрон. ресурс] – URL: <https://gtmarket.ru> (Қаралған күні: 22.03.2020)
6. Коукер К. Был ли Хантингтон прав? // Школа гражданского просвещения: [Электрон. ресурс] - URL: <https://www.youtube.com> (Қаралған күні: 14.03.2020)
- 7 Назарбаев Н.Ә. Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру // ҚР Президентінің ресми сайты. [Электрон. ресурс] <https://www.akorda.kz> (Қаралған күні: 15.03.2020)
- 8 Афоризмы К. Маркса, Ф.Энгельса и В.И. Ленина на тему свободы печати // [Электрон. ресурс] - URL: [Otrezal.ru](http://otrezal.ru): <https://www.otrezal.ru> (Қаралған күні: 26.03.2020)
- 9 Қазақстан Республикасының Конституциясы // Әділет порталы [Электрон. ресурс] –URL: <http://adilet.zan.kz> (Қаралған күні: 18.03.2020)
- 10 Тоқаев Қ-Ж.. Ғылымға көңіл бөлсеңіз // Егемен Қазақстан: 23 наурыз. -2020. - №4.

Б.Т. Аширбаев

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан

Идеологические функции и национальные интересы в журналистике

Аннотация. В отечественном информационном пространстве происходит слияние новых и старых понятий. Мы отказываемся от бумажной культуры в печати и переходим к электронной культуре. Глобальная тенденция. В формировании мирового имиджа независимого Казахстана возрастает значение отечественной журналистики, меняется ее сущность и содержание, характер. Необходимо укрепить нашу юридическую позицию, гарантирующую свободу прессы, обеспечить прозрачность финансовых источников. В статье анализируются перспективы национального информационного пространства, всесторонне рассматриваются вопросы политико-идеологической деятельности журналистики, специфики профессии. «Разъясняется значение обучения по специальности «Международная журналистика» в стенах университета».

Ключевые слова: коммуникация, журналистика, презумция, цензура, идеология, социология, юриспруденция, демократия, IT-технологии, фейк, фактчекинг, вестернизация, модернизация, тред.

B.T. Ashirbayev

Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

Ideological functions and national interests in the journalism

Abstract. New and old are merging in the domestic information space. We are abandoning the paper culture in print and moving to an electronic culture. Global trend. In the formation of the world image of independent Kazakhstan, the importance of domestic journalism is increasing, its essence and content are changing, and its character is changing. We need to strengthen our legal position, which guarantees freedom of the press, and ensure transparency of financial sources. The article analyzes the prospects of the national information space, comprehensively examines the issues of political and ideological activities of journalism, the specifics of the profession. The significance of studying is explained for the specialty «international journalism» at the University.

Keywords: communication, journalism, prudence, censorship, ideology, sociology, law, democracy, IT-technologies, fake, factchecking, westernization, modernization, trend.

Reference

- 1 Rosen J. Polychenie soidenenie Prava: Obshestvennaia jyrnalistika I smuta v presse [Teach unification of rights: talk in public journalism and the press] (Moskow, Fond dvadcatogo veka, 1996, 133 p.). [in Russian]
- 2 Nostrodamys i ego predskazania [Nostradamus and his predictions] (Moskow, Nauka i jizn, 2012, 24 p.).[in Russian]
- 3 M. Sailaybek jyl adamy dep tanyldy [MS Sailaubek is recognized as the Person of the year] [Electronic resource] - Available at: Nur.kz: <https://kaz.nur.kz> (Accessed: 25.03.2020)
- 4 Pamyk O. Menin atym Qyrmyzy [My name is Kyrmyzy], Adebiet portaly [Electronic resource] - Available at: <https://adebiportal.kz> (Accessed: 21.03.2020) [in Kazakh]
- 5 Hantington S. Stolknovenie sivilizatsii [The clash of civilizations] [Electronic resource] – Available at: <https://gtmarket.ru> (Accessed: 22.03.2020)
- 6 Koyker K. Bil li Nantington prav? [Was Huntington right?], Shola grajdanskogo prosveshenie: [Electronic resource] Available at: <https://www.youtube.com> (Accessed: 14.03.2020)
- 7 Nazarbaev N.A.. Bolashaqqa bagdar: pyhani jangyry [Orientation to the future: modernization of public consciousness], QR Prezidentinin pesmi saity: [Electronic resource] Available at: <https://www.akorda.kz> (Accessed: 15.03.2020)
- 8 Arorizmi K.Marksa, F.Engelsa i V.I. Lenina na temy svobody pechaty [Aphorisms of K. Marx, F. Engels and V.I. Lenin on the topic of press freedom] [Electronic resource] Available at: <https://www.otrezal.ru> (Accessed: 26.03.2020)
- 9 Kazakstan Respublikasinin Konstitytytsiasy [Constitution of the Republic of Kazakhstan] [Electronic resource] Available at: <http://adilet.zan.kz> (Accessed: 18.03.2020)
- 10 Tokaev K.-J.. Gylymga konil bolseniz [One thing remains-the law], Egemen Qazaqstan: [Electronic resource] Available at: <https://egemen.kz> Egemen Kazakstan: 23 march. -2020. -№4. [in Kazakh]

Автор жайлы мәлімет:

Әшірбаев Б.Т. - «Журналистика» мамандығының 2 курс докторанты, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан.

Ashirbayev B.T. – 2nd year PhD student of the specialty «Journalism», Faculty of Journalism, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

XFTAP 19.41.41

Ә. Белдібекова¹, Г. Ертасова²

¹Қ.А. Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті, Түркістан, Қазақстан

²Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан
(E-mail: aliya_b@list.ru¹, guljaz-1105@yandex.kz²)

Қазіргі журналистика жанрларының даму үдерісі

Андатпа. Мақалада қазіргі таңдағы ақпараттық технологияның қарқынды дамуымен әлемдік медиа жүйесіндегі даму тенденциясының елеулі өзгерістерге түскендігіне назар аударылды. Бұл үдеріс бүгінгі қазақ журналистикасының дамуына да өз әсерін тигізгені шындық. Нәтижесінде, бұқаралық ақпарат құралдарындағы материалдардың мазмұнында, жанрларында, пішіндік ерекшеліктерінде біршама өзгерістер пайда болды. Бүкіл газет-журналдар өздерінің сайттарын, интернет нұсқаларын жасап алды. Радио мен телеарналар да бағдарламаларының интернет арқылы таратылуының тиімді жолдарын табуда. Мұның бәрі ақпараттық кеңістік пен уақытқа тәуелділікті азайтып, оның жеделдігі мен баршаға ортақ болу мүмкіндігін кеңейтті. Нәтижесінде, ақпараттық сыйымдылықтың көлемі едәуір артумен қатар БАҚ-тың интерактив сипатын қарапайым көрініске айналдырды.

Түйін сөздер: ақпарат, журналистика жанрлары, бұқаралық ақпарат құралдары, мақала, интернет журналистика.

DOI : <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2020-131-2-24-29>

Түсті: 25.02.20 / Қайта түзетілді: 13.03.20 / Жарияланымға рұқсат етілді: 09.06.20

Журналистика - ақпарат беру құралы. Алайда ақпарат беру формасы жайлы пікірлер қайшылыққа толы. Журналистердің жазу форматы таңдау еркімен ұштасып жатыр. Дәстүрлі журналистика жанрды нақтылап, арнаулы қағидалардың аясында ақпарат беруді қолдайды. Жаңа медиа «рамкадан» шығуға талпынып, белгілі жүйеге тәуелсіз қарайды. Қазіргі кезде журналистикадағы оперативтілік аудитория сұранысына ие болғандықтан қолданыста көп уақыт талап ететін жанрлар аз. Авторлардың басты мақсаты-ақпаратты әсемдеп жеткізу емес, ақпаратты алғашқы болып жеткізу.

Бұрынғы журналистерге қойылатын тенденция журналистиканың жанрларын жетік қолдану болды. Себебі жанр жазу шеберлігінің бір көрінісі деп қарастырылатын. Жанр түсінігі - француз тілінен аударғанда «genre» сөзінен шыққан - жыныс, түр мағынасын береді. Жанр - оқырманға (көрерменге, тыңдарманға) дайын материал үлгісінде ұсынылған. Алайда, бұл ұғымның түпнұсқа мағынасы жанрдың не екенін бізге түсіндіріп бере алмайды. Жанрлық тұжырымдаманың анықтамасы, жанрлық бөлінудің бірыңғай жүйесі. Бұған бірнеше себеп бар: жанр түрлері және олармен байланысты туындаған тұжырымдамалар (бір дереккөзде жанр деп аталатын нәрсе, екінші мәліметтерде түр деп аталады немесе керісінше); жанрлар өзгерді, жоғалып кетті және өнердің, әдебиеттің және журналистиканың тарихи даму процесінде пайда болды, сондықтан олардың шекаралары белгісіз; кейбір ғалымдар жанрлық саралаудың бірнеше түрлерін анықтайды, олардың әрқайсысы күрделі құрылымның және көркемдік жұмыстың кейбір қырларына сәйкес келеді.

«Жанр – құрылымдық және композициялық ерекшеліктердің нақты жиынтығын білдіретін, өмірдің кейбір тұстарын бейнелеудің ерекше түрі. Бұл жағдайда біз жанрда кезігетін кездейсоқ сипаттамалармен емес, пішін элементтерінің жүйесімен айналысамыз» [1].

Ал қазақ баспасөзінің жанрларын жіті зерттеген ғалым Т. Қожакеев: «жанр дегеніміз – белгілі бір шығарманың көрініс табу формасы... Белгілі бір шығарманың, газет материалының өзіне ғана тән, өзін ғана ерекшелендіріп тұрған құрылымдық – композициялық, тілдік, стильдік, тағы басқа белгілерінің жиынтығы» [2, 24 б.] деп жазса, әдебиеттанушы сыншы ғалым Д. Ысқақұлы «жанр дегеніміз – «тек» пен «түрдің», тағы басқа түрлі көркемдік компоненттердің бір-біріне кірігіп, түрліше құрамда қолданылуы барысында пайда болған әдеби шығарманың тарихи қалыптасқан түрі» деп баға берді [3, 7 б.].

Жанрлар бір-біріне ұқсас элементтерге бай болғандықтан, оларды жіктеу-қиын іс. Дегенмен, әр жанрдың өзіндік ерекшелігін ғалымдар айқындап берді. Теоретиктердің жанрларды зерттеген уақыт ерекшеліктеріне байланысты тұжырымдары жаңғырып отырады. Бірақ бұрынырақта зерттелген еңбектер толықтай жоққа шығарылмай, ғылыми еңбектерде «негіз» ретінде қолданылады. Мысалы, Т. Қожакеев «Жас тілшілер серігі» еңбегінде «Баспасөз-үгіт, насихат құралы» деп келтіреді. Сол кездегі саяси ахуал осы тенденцияға сәйкес келетін. Бірақ бұл пікірден қазіргі басылымдар азат. Бір оқиғаны әртүрлі позицияда жеткізілуі еліміздегі баспасөздің ой еркіндігінен хабар береді.

Баспасөзде жарияланатын материалдар түрлі жанрларды қамтиды. Оның ішінде жанрларды әркелкі қолдануымен «Егемен Қазақстан» ерекше көзге түседі. Мысалы, 2019 жылдың 21 қарашада жарыққа шыққан №226 санында: ақпараттық, сараптамалық, сұқбат жанрларына басымдық берілген. «Айқын» газетінің 18 қаңтардағы №3473 санында: ақпараттық, проблемалық бағыттағы материалдарға басымдық берілген. Екі басылымның бағыты әркелкі болғанмен еліміздегі ең көп таралымға ие. Таралымына қарап газеттің форматына, қамтитын жанрларына деген сұраныстың қаншалықты екенін аңғаруға болады. Ньюс мейкер тұлғалардан сұқбат алуды нысанаға алған «Жұлдызар отбасы» журналының таралымы еліміздегі қазақ тілді жылтыр мұқабалы журналдардың көшін бастап тұр. Газет-журналдар өз бағытын айқындап, соған сәйкес жанрларды қамтуға машықтанады. «Жұлдызар отбасы» сұқбат жариялағаны үшін емес, ньюс мейкер тұлғалардың биографиясын толықтай қамти білуімен ерекшеленеді. Себебі «Жұлдызар отбасы» журналы танытатын жаңа есімдерді ғаламтордан іздегенде, нақты ақпараттар табыла бермейді.

Жанрлық кеңістіктің тағы бір өлшемі - жанрлық пішін. Ол өмір құбылыстарын бейнелейтін материалдарды ұйымдастырудың белгілі бір әдісін қамтиды. Жанр құрылымдық композициялық құралдардың, тілінің және стиль ерекшеліктерінің айқындылығымен анықталады. Әрбір жанрдың өзінің ақпараттық мазмұны, фактілерді қорыту дәрежесі бар. Жанр - тарихи қойма түрі. Әдеби зерттеулер – әртүрлі әдебиет түрлеріне (оның нысаны мен мазмұнының нақты қасиеттерінің бірігуінде) тиесілі көркемдік жұмыс (эпикалық, лирикалық, драма). Жанр кең ауқымды жұмысты қажет ететін ерекшелікке ие. Бұл жанрды тарихи тұрғыдан тұрақты, әртүрлі дәуірлер мен үрдістерге тән типологиялық құбылыс ретінде қарастыруға мүмкіндік береді.

Жанр қалыптастыратын факторларға мыналар жатады:

- жұмыс мазмұны (тақырыптар, мәселелер);
- әңгімені, оқиғаларды, құбылыстарды жаңғырту, суреттер жүйесін және кейіпкерлерді сипаттау тәсілі;
- автордың бейнелеуге деген көзқарасы;
- кескіннің қабылдануы және тәсілдері, бейнелі және мағыналы құралдар;
- стильдік тәсіл (достық немесе махаббат туралы хабар және оде, эпиграмма және элегия, драма мен комедияны салыстырыңыз);
- шығармашылық жол;
- қақтығыстардың сипаты және оларды сюжетте дамыту.

Журналистика жанры осы факторлардың барлығын біріктіреді және интеграцияланған әлеуметтік коммуникациялардың жоғары тілдік элементі ретінде әрекет етеді. Бұл қазір-

гі заманғы код. Оның көмегімен бұқаралық ақпарат құралдарының ақпараты шифрленеді және аудитория арқылы таратылады. Интернет-басылымдарда бұл код ерекше рөл атқарады. Интернет журналистиканы дәстүрлі түрде ерекшелендіретін қасиеттер интерактивтілік пен тұрақты жаңару болып табылады. Интернет ағымдағы қызықты жаңалықтардан лезде хабардар болуыңызға мүмкіндік береді. Жаңалықтар тез арада гипермәтіндік сілтемелер арқылы жарияланып, аналитикалық шолуға енгізіліп отырады. Осылайша, жаңалықтар автоматты түрде семантикалық тұрғыда пайда болады және жаңа тақырыптың кристалдану орталығына айналады. Бұл онлайн жарияланымдардағы кез келген жанрлық шектеулерді өшіреді және онлайн журналистиканың маңызды ерекшелігіне айналады.

Жанрлар		
Ақпараттық	Талдамалы	Көркемдік
<ul style="list-style-type: none"> - заметка - корреспонденция - ақпараттық сұхбат - блиц – сауалнама - ақпараттық есеп - сұрақ – жауап - репортаж - некротив 	<ul style="list-style-type: none"> - аналитикалық есеп - талдамалы корреспонденция - аналитикалық сұхбат - аналитикалық сауалнама - сұхбат - түсініктеме - әлеуметтенулық түйіндеме - сауалнама - мониторинг - рейтинг - шолу - журналистік зерттеу - болжау - нұсқа - эксперимент - ұсыныс 	<ul style="list-style-type: none"> - очерк - фельетон - памфлет - пародия - аңыз - эпиграф - эпитафия - анекдот - әзіл

Кесте 1. Интернет – журналистика жанрлары.

Жоғарыда көрсетілген кестеден интернет журналистика жанрларының дәстүрлі журналистика жанрларына ұқсас тұстарын аңғаруға болады. Жанр мәселенің нақты шешімін табу үшін, бізге А.А. Калмыков және Л.А. Кокхановтың «Интернет - журналистика» оқулығындағы интернет журналистиканың қалай пайда болғандығы туралы жазылған мысалдар көмектесе алады. Авторлар «Интернет зерттеушілердің интернет желісін бақылау барысында, ең алдымен, Интернет желісіндегі жарияланымдардың жанрлық типологиясын анықтап алу керектігін айтады. Дәстүрлі журналистиканың жанрлық ерекшеліктері - репортаж, эссе, фельетон, корреспонденция және тағы басқа түрлерін кез келген онлайн-жарияланымнан табуға болады. Бірақ әдеттегі веб-репортаж немесе веб-фельетонды табу қиынға соғады. Жанрдың мұндай түрлерін тек клон жарияланымдардан кезіктіруге болады» [4].

Оқырманның ақпаратқа қоятын талабын анықтау мақсатында Қ.А. Ясауи университетінде жүргізілген сауалнамаға журналистика мамандығында оқитын 40 респондент қатысты. Оларға сұрақтар ашық форматта қойылды. Сұрақ «Сіз ақпаратты қандай ерекшелігіне байланысты оқисыз?» деп жолданды. Сауалнама instagramm желісінде жүргізілді. Қатысушыларың 29-ы (72,5 %) тек тақырыбы үшін, 11-і (27,5 %) көлемінің қысқалығы үшін оқитынын жеткізді.

Газет және интернет жанрларының ерекшеліктері олардың аудиториясына байланысты. Басылымдардың артықшылығы сол сараптамалық және талдамалы материалдар жаза білетін авторларға ие. Қазақ тілді интернетте сараптамалық материалдар өте аз. Бірақ Abai.

kz порталында сараптамалық материалдар көп. Сайттардың бағыты қандай болса да, сан қырлы бөлімдерімен көздің жауын алады. Ең қызығы, сары басылымдарға тән тұрмыстық хикаялар республикалық деңгейдегі сайттарда өріп жүр. Мысалы «Алаш айнасы» интернет порталында «Отбасы-ошақ қасы» деген арнайы бөлім бар. Бұл бөлімдегі материалдар ең көп қаралған мақалалардың тізімінде тұрады. Мысалы, «Отбасым үшін күреспегеніме өкінемін» тұрмыстық хикаясы 1163 қаралым жинаған. Апталық санақта «Отбасы-ошақ қасы» бөлімінің екі бөлімі орын алған. «Әйелдің іш киімі күйеуінің түбіне жеткен», «Бойжеткен 18 жасында сыныптасының қалай зорлағанын айтты» деген материалдар 5500-ден көп оқырманның таңдауына іліккен. Айлық қорытындыда «Екі жыл бойы төсекте бай әйелдердің тілін тауып жүрдім» тұрмыстық хикаясы 18 141 қаралымға ие болған. Осы статистикаға қарап, аудитория үшін сирек қозғалатын тақырыптардағы материалдың маңызын ұғынуға болады. Автордың ішкі мәдениеті жабық деп саналатын тақырыптарды қаузауға жібермейді. Журналистік шығармашылықпен жанрды қалыптастырудың өзіндік мән-маңызы бар. Зерттеу жүргізетін құбылыстың визуалды моделін құру журналистің алдында тұрған басты мақсат.

Жаңа медианың журналистикаға ықпал-әсерін екі тарапта қарастырған жөн. Ғаламтор арқылы қазақтілді ақпарат алаңдары: порталдар, сайттар, форумдар мен блогтар қазақ аудиториясына тікелей бағыттталып жатыр. Қазақтілді домендер мен хостингтердің саны күннен күнге артып келеді. Қазақтілді интернет-аудитория қалыптасып, бүгінде олардың саны молайды. Жаңа медиа қоғамда журналистиканың жаңа формасын туғызды. Ол құбылыс азаматтық журналистика, интернет-журналистика деген атпен танымал.

Бізде кез келген журналист газетте, теледидарда немесе радиода жеткізе алмаған ойын, сөзін интернеттегі жеке блогында жазады. Белгілі бір оқиғаға деген алаңдаушылығын білдіреді. Көбі оларды ұлттық мәселеге келгенде интернетте «агрессивті» деп айыптайды. Бұлай айтуға болмайды. Менің байыптағанымдай, жазба жүргізетін журналистер агрессивті емес, бұл – мәселеге байланысты қатты алаңдаушылықтан туған эмоция. Біздің өз бағытымыз, ақпарат таратудың өзіндік еркін тұжырымдары әлі-ақ қалыптасады. Бұл белгілі фриланс-журналист, жаңа медиа зерттеушісі Асхат Еркімбайдың пікірі.

«Журналист – бұл болған оқиғаны, ақпаратты жеткізуші. Блогшы – бар ақпаратқа өз ойын қосып таратушы. Екеуі де ақпаратты өзгелермен бөлісіп жеткізеді. Бірақ блогшыда субъективті көзқарас басым, әрі ол өз мойнына ешқандай міндет алмайды. Бұл ісіне кәсіби тұрғыдан қарамайды. Өмірімізге жаңа технологиялардың, әдістердің енуіне орай жаңаша ұғымдар, салалар да пайда болып жатыр. Сондықтан журналистің блогшы болуы да мүмкін. Интернетте қатып қалған қағида жоқ. Мысалы, мен өзімді журналист-блогшы деп есептеймін. «Фейсбукта», «Уордпресстегі» «Өрімтал» деген жеке блогым арқылы тұрақты түрде жазбаларымды жариялап, өзгелермен бөлісемін. Ақпаратты жедел жеткіземін. Негізі, қазір интернетте қазақ тіліндегі контент аз. Оны көбейту - баршаның міндеті. Әркім теңізге түскен түйір тамшыдай өз еңбегін интернеттегі ұлттық контенттің дамуына арнап жатса, қуантарлық іс емес пе? Сондықтан мынау блогшы, мынау журналист деп бөліп қарау, меніңше, дұрыс емес. Қалай болғанда да, қай-қайсымыз да қазақ интернеті, желідегі журналистиканың дамуына үлес қосуды паразымыз деп санаймыз. Қазақ тілінде сапалы контент жасау басты мақсат деген ұстанымын білдіреді» [5].

Теоретик ғалым А.А. Тертычныйдың пікіріне сәйкес, жанр қалыптастырушы фактор – объективті шындықты ақпараттық аналогқа айналдыру тәсілі. Мұнда әдістердің екі үлкен тобы қарастырылады: ұтымды-танымды және көркем. Барлық танымдық тәсілдер құрамына екі деңгейді қосады: эмпирикалық және теориялық, бірақ оларды қолданар алдын тексеріп, анықтап алғаныңыз жөн. Эмпирикалық зерттеулердің нәтижесі журналистиканың ақпараттық басылымы ретінде көрініс табады. Теориялық таным деңгейін қолдану аналитикалық басылымдардың негізгі бағытын көрсететін мәтіндерді құрауға көмектеседі [6].

Жаңа медиа-конвергентті журналистер алаңы десе де болады. Себебі талғампаз оқырманды айқайлап тұрған тақырыптардың тартуы қиын. Әрі, тақырыптар ұзақ болса, оқырман таңдауына ілігуі қиын. Ең басты критерий-нақтылық, қысқалық, қарапайымдылық. Қандай жанрда болмасын, қосымша сұрақтар туындатып, оны жауапсыз қалдыру журналист шеберлігіне сын.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Акопов А.И. Текст как сущность и форма сетевых публикаций [Электронды ресур] - URL: // <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects> (Қаралған күні: 20.04.2020)
- 2 Қожакеев Т. Жас тілшілер серігі. - Алматы: Рауан, 1991. - 223 б.
- 3 Ысқақұлы Д. Сын жанрлары. - Алматы: Қазақпарат, 1999. – 321 б.
- 4 Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика теоретические основы. – Москва: Академия медиа-индустрии, 2018. - С. 370.
- 5 Еркімбаев А. Жаңа медиа: монологтан диалогқа. Алматы: Асыл кітап, 2012. - 417 б.
- 6 Тертычный А.А. Жанры периодической печати. – Москва: Аспект Пресс, 2000. - С. 312.

А. Белдибекова, Г. Ертасова

*Международный казахско-турецкий университет им. Х.А. Ясави, Туркестан, Казахстан
Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан*

Тенденции развития современных жанров журналистики

Аннотация. В данной статье освещаются важные тенденции развития глобальной медиасистемы наряду с ускоренным развитием современных информационных технологий. И действительно, этот процесс оказывает свое влияние на развитие сегодняшней казахской журналистики.

В результате произошли некоторые изменения в содержании материала, жанре, образных особенностях средств массовой информации. Все газеты и журналы создали свои сайты и интернет версии.

Радио и телевизионные каналы также находят эффективные способы распространения своих программ в интернете. Все это снизило зависимость от информационного пространства и времени, расширило его возможности по эффективности и обмену. В результате объем информационной вместимости значительно увеличил интерактивное содержание средств массовой информации.

Ключевые слова: информация, жанры журналистики, средство массовой информации, статья, интернет журналистика.

A. Beldibekova, G. Yertassova

*A. Yassawi International Kazakh-Turkish University, Turkestan, Kazakhstan
L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan*

Tendency in the development of modern genres of journalism

Abstract. This article deals with the highlights important trends in the global media system

development, along with the accelerated development of modern information technologies. Indeed, this process has an impact on the development of today's Kazakh journalism.

As a result, there have been some changes in the content of the material, genre, and media imaginative features. All newspapers and magazines have created their own websites and internet versions.

Radio and television channels also find effective ways to distribute programs on the Internet. All this has reduced the dependence on the information space and time, has expanded its opportunities for efficiency and exchange. As a result, the volume of information capacity significantly increased the media interactive content.

Keywords: Information, genres of journalism, mass media, article, Internet journalism.

References

- 1 Akopov A.I. Text kak sushnost` i forma setevih publikassyi [Text as the essence and form of online publications]. [Electronic resource] - Available at: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects> (Accessed: 20.04.2020).
- 2 Kojakeev T. Jas tilshiler serigi [Companion of young journalists]. (Almaty. Rauan, 1991, 223 p.). [in Kazakh]
- 3 Yskakuli D. Syn janrlari [Critical genres]. (Almaty, Kazakparat, 1999, 321 p.). [in Kazakh]
- 4 Kalmykov A.A., Kohanova L.A. Internet-jurnalistika teoretisheskye osnovy [Online Journalism Theoretical Foundations]. (Moscow, Akademiya media-industrii, 2018, 370 p.). [in Kazakh]
- 5 Erkimbay A. Jana media: monologtan dialogka [New media: from monologue to dialogue] [in Kazakh]. (Almaty, Asyl kitap, 2012, 417 p.). [in Kazakh]
- 6 Tertishnyi. A.A. Janry periyodisheskoy pechati [Periodical genres]. (Moscow, Aspect press, 2000, 312 p.). [in Russian]

Авторлар туралы мәлімет:

Белдибекова Ә.Т. – филология ғылымдарының кандидаты, Қ.А. Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті, Түркістан, Қазақстан.

Ермасова Г.Қ. – Журналистика және саясаттану факультетінің 3 курс докторанты, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Beldibekova A.T. - Candidate of Philology, H.A.Yassawi International Kazakh-Turkish University, Turkestan, Kazakhstan.

Yertassova G.K. – PhD student, Faculty of Journalism and Political Sciences, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan.

БАҚ ЖӘНЕ ҚОҒАМ / СМИ И ОБЩЕСТВО
/ MASS MEDIA AND SOCIETY



XFTAP 19.41.09

З.Н. Ермағанбетова

*Қорқыт Ата атындағы Қызылорда мемлекеттік университеті, Қызылорда, Қазақстан
(E-mail: Zuhra_9195@mail.ru)*

Сыр өңірі әйел публицистерінің шығармашылық ерекшеліктері

Аннотация. Қазақ журналистикасының тарихында әйелдер публицистикасының алатын орны бөлек. Қарлығаш қаламгерлер Нәзипа Құлжанова, Сара Есова, Нағима Арықова, Аққағаз Досжанова, Мәриям Сейдалинардың журналистік жолы ғылыми зерттеу жұмыстарына арқау болғанын білеміз.

Бұл мақалада Сыр бойындағы әйелдер публицистикасының даму барысы сөз болады. Аймақ басылымдарында ұзақ жыл еңбек етіп, шығармашылық шеберлігімен ерекшеленген әйелдер қауымы туралы ой айтылады. Олардың мерзімді басылым және телевизия саласындағы қарым-қабілеттері таразыланады. Ақпарат құралдарын басқару ісіне мән беріледі. Аймақ журналистикасының дамуына қосқан үлесі айқындалады. Автор аталмыш тақырыпты зерттеуді жалғастыру болашақтың еншісінде деген тұжырым жасайды.

Түйін сөздер: әйелдер публицистикасы, қазақ журналистикасы, шығармашылық шеберлік, мерзімді басылым, телевизия саласы, ақпарат құралдары.

DOI : <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2020-131-2-30-36>

Түсті: 28.04.20 / **Қайта түзетілді:** 12.05.20 / **Жарияланымға рұқсат етілді:** 09.06.20

Кіріспе. Қазақтың алғашқы журналист қыздары дегенде Нәзипа Құлжанованың есімі ойға оралады. Әрине, Нәзипа апамыз өзі бас болып, қазақтың тілші қыздарына журналистикаға апаратын жол салып берді. Одан кейін журналистиканың пұшпағын илеген қазақ қыз-келіншектерінің қатары Сара Есова, Нағима Арықова, Аққағаз Досжанова т.б толыққанын тарихтан білеміз.

Бұл тұрғыда ғылыми зерттеу жұмыстары жүргізілді. З. Сағыбаева «Қазақ әйелдерінің публицистикалық мұрасы» [1] деген тақырыпта кандидаттық диссертация қорғаса, Л. Ахметованың «Қарлығаш қаламдастар» деп аталатын ғылыми еңбегі жарық көрді [2].

Ал алаштанушы-ғалым Қайрат Сақ: «Журнал басшылығы ұлт баспасөзі тарихында тұңғыш рет қазақ қыздарын тілшілік қызметке тартады. Басылымда тырнақалды туындылары жарық көрген Сақыпжамал Тілеубайқызы, Мәриям Сейдалина, Күләйім Өтегенқызы - қазақ қыздары арасынан шыққан алғашқы журналистер» деген пікір айтады [3]. Аталған қазақтың қайсар қыздары қоғамдағы өзекті жағдайларға бей-жай қарамай, өз үнін білдіріп, мақалалар жариялаған. Баспасөз ісіне араласып, белсенділік танытқан.

Әдістеме. Әйелдер - отбасының ұйытқысы, бала тәрбиелеумен қатар қоғамдық жұмыстарға да белсене араласатынын өмір көрсетіп жүр. Осындай қаламгер апалардың жо-

лын Сыр өңірі әйелдері де жалғастыруда. Мерзімді басылымдарда ер-азаматтармен бірге ел жағдайы, әлеуметтік, тұрмыстық, оқу-ағарту мәселелеріне қаламгер қыз-келіншектер бей-жай қарамай, қал-қадірінше өз үндерін қосып отырды. Өңірімізден шығатын барлық басылымдарда журналистика мамандығын бітірген қыз-келіншектер қызмет атқарады. Қоғамдық ойдың қозғаушы күші - журналистика саласының абыройын асқақтатып жүрген нәзік жандылар аз емес. Облыстық «Сыр бойы» газеті аймақтық журналист қыздардың буынын қалыптастырды. Олардың бірқатары облыстық бұқаралық ақпарат құралдарының қалыптасуына өз үлестерін қосып, басы-қасында жүрді. Енді біреулері бүгінгі таңда газет редакторлары.

Өңірлік журналистика тарихын зерттеу барысында біздің Сыр бойындағы алғашқы кәсіби әйел журналист кім? Қай басылымда қызмет атқарған? Жалпы әйелдер публицистикасы қалай дамуда? деген сұрақтар қызықтырды. Осы мақсатта мұрағатты, облыстық аға басылымның тігінділерін қарастырдық. Нақтылай түсу үшін редакция ұжымынан, көнекөз тілшілерден сұрастырғанмызда Рысты Бекбергенованың есімін атады. Өйткені «Ленин жолы» деген атпен жарық көрген тұста журналистика мамандығын бітіріп, 1960-1988 жылдар аралығында газет тілшісі болып қызмет атқарған осы кісі екен. Бұл жайында журналистің өзі былай деп еске алады:

«— 1961 жылы ҚазГУ-дың журналистика факультетін бітіріп, Сыр бойына келдім. Облыстық газетте көп жылдар бойы кіл жігіттердің ортасында жалғыз өзім еңбек еттім. Қызық еді, бұл әйел заты-ау деп қымсынып жатқан олар жоқ, қысылып-қымтырылуды мен де білмеймін, будақтаған көк түтіннің ортасында отырып, мақала дайындаймын. Газет кезекшілігін өткеріп, іссапарға да шығып келемін. Оның арасында отбасы тірлігі, ата мен ене, бала күтімі, туған-туыстың, құда-жекжаттың барыс-келісі бар, бәріне де үлгіруші едім. Енді ойлап отырсам, 4 редактормен қызметтес болған екенмін» [4].

Осылайша алғашқы еңбек жолын Ж. Тілепбергенов, А. Тоқмағамбетов, Ә. Қоңыратбаевтай ұлт қаймақтарының ізі қалған қара шаңырақтан бастайды.

Рыстының жазу қабілеті осы басылымда қалыптасады. Журналистік жолында ақпараттық хабарламадан бастап, мақала, рецензия, очерк жанрында жазылған сан алуан тақырыптарға қалам тартты. Ал өлеңдері өз алдына бір төбе. Сөйтіп 1961 жылы облыстық басылымның мәдениет бөлімінде әдеби қызметкер, кейін меңгерушісі болып, 27 жыл бойы үздіксіз қызмет етеді. Газеттің күнделікті өміріне бірден көндігіп, қысқа жазуға, өмір көріністерін мүлтіксіз тарқатуға машықтанады. Рысты Бекбергенова тілшілік қызметінің алғашқы кезеңінде бүгінде атақты ақын болған Шәмшібай Сариевтің редакцияға алып келген тырнақалды туындыларын қарап, жас талапкерге жол сілтеп жіберген екен. 1960-80 жылдарда мәдениет, оқу ағарту, отбасылық құндылықтарды насихаттауда, еліміздің алға қойған міндеттерін түсіндіруде ақын, журналист ретінде өлшеусіз еңбек етті. Бүгінгі күнге дейін қаламы қолынан түспей, мерзімді басылымдарға өлеңдері мен мақалаларын тоқтаусыз жариялап тұрады.

Талқылау. Қаламгер «Қарашаңырақ» атты мақаласында көз майы мен қол еңбегін қажет ететін газет жұмысының қиындау тұсын: «Біздің кезіміздегі газет қандай еді?! Тықылдаған жазу машинкасы, оның өзіне де кезек болатын. Баспахананың барлық жұмысы қолмен атқарылушы еді. Күні бойы іссапарда болып, кешкілік оны жазып, түнімен газетте кезекшілік атқаратынбыз. Қомшабай Сүйенішев, Мырқы Исаев, Қабыл Дүйсенбаев, Шайзада Рахметбеков, Сақтаған Есмаханов сынды әріптестерімнің қарымды қаламын былай қойғанда олардың азаматтығы, адамгершілігінің өзі таңдай қақтырарлықтай еді. Күнделікті газетті, ондағы шыққан мақалаларды талқылап, кемшілігін, жетістігін жасырмай айтып жататынбыз», - деп еске алады [5].

Ол заманда «қыз балаға лайық емес» делінетін мамандықты игеріп кеткен қайсар қыздың шығармашылық ғұмырында жиған-тергені бүгінде 8 кітапқа топтастырылған. Он-

дағы жазбалардың барлығы дерлік өмірдің дәл ортасынан жазылған тағылым тәрбиеден тұрады. Қазақстан Жазушылар Одағының мүшесі, ақын Әскербек Рақымбекұлы: «Рысты - жырынан шуақ төгілген Сыр бойының алғашқы кәсіби журналист қызы. Ата басылымнан қаламын ұштаған қаламгердің бүтін шығармашылық жолы Сыр елімен біте қайнасып жатыр» деген пікір айтады [6]. Олай болса Сыр өңірі әйелдер журналистикасының көш басында Рысты Бекбергенова тұр деп айта аламыз.

Табан аудармай бір басылымда отыз жылға жуық еңбек еткен, әлі де өз шығармаларымен Сыр өңірі публицистикасына үлес қосып келе жатқан ардагер-журналистің күш-қайраты мен ерік-жігері, қаламгерлік қуаты жас журналистерге үлгі.

Аймақ журналистикасының дамуына үлес қосқан әйелдер қауымының алдыңғы қатарында Несібелі Рахметтің есімін айта кеткен орынды. Қазақ мемлекеттік ұлттық университетінің журналистика факультетін бітірген соң, ақпарат саласындағы еңбек жолын облыстық радиода бастады. Бертін келе аудандық «Сырдария», облыстық «Сыр бойы» газеттерінде түрлі тақырыпта қалам тербеп, оқырманның оң бағасына ие болды. «Қазақстан-Қызылорда» телеарнасында тілші, редактор қызметін атқарды.

Шығармашылықпен мектеп қабырғасынан бастап айналысқан. Түрлі тақырыптағы әңгімелері мен новеллалары, эсселері мен әзіл-шыны аралас мөлтек әңгімелері облыстық, республикалық басылымдарда жарияланып келеді. Әңгімелер мен новеллалары жинақталған «Бір нәзік сезім» (1999), мақалалар мен очерктер топтастырылған «Мен табынған күдірет» (2001), әңгімелер, новеллалар, эсселер, ойлар, этюдтерден тұратын «Құмырсқа тірлік» (2006) атты жинақтары жарық көрген. 2009 жылы «Сырдария кітапханасы» көптомдығының құрамында «Жиденің гүлі» атты кітабы бар. Қазақстан Жазушылар Одағының мүшесі (2010).

Журналистің «Құмырсқа тірлік» кітабына ел мен жер, адами қасиеттер, жастық, махаббат жайындағы жазбалары топтастырылған [6]. Автор сондай-ақ, қоғамдағы өзгерістер мен келеңсіздіктер туралы өзінше ой толғайды. Қаламгер шығармашылығының алтын арқауы – өнер иелері жайлы эсселері шуақты сезіммен әсерлі оқылады. «Мәңгілік муза» эссесі қайталанбас өнер иесі, қазақ өнерінің би өнерін қалыптастырған өрістеткен адам – Шара Жиенқұлова туралы.

Эсседе ұлтымыздың кенжелеп қалған би өнерін Шараның өз қолымен жасап қана қоймай, өз төлі, перзенті іспетті болған осынау қимыл, қозғалыс өнерін кәсіпқойлық, яғни профессионалдық деңгейге жеткізіп, шырқау биікке көтергені баяндалады. Мұнан басқа жырау Алмас Алматов туралы «Ақжолтай күн, ақ бата», әке жайында «Менің әкем», туған жерге арналған «Қасиетті мекен», «Үй саудалаушы», «Бастықтар», «Еңлік» әңгімелері, «Махаббат», «Бір нәзік сезім», «Жан жұбанышы» новеллалары, «Көгілдір көктем», «Құм қызғалдағы», «Аққулар», «Шілде сыйы» табиғат этюдтері т.б. туындылары бар.

Журналист Несібелі Рахметтің тележурналистика саласында атқарған шаруалары да аз емес. «Қаракөз», «Әйел. Әсемдік. Өлем» атты тележурналдары мен басқа да әдеби, мәдени, әлеуметтік тақырыптардағы хабарларын көпшілік қызыға көрді.

Сыр бойындағы алғашқы телеарнаның іргесін қалаған журналистердің бірі - Айткүл Шалғынбаева. Оның журналистік жолы телеарна тарихымен сабақтас. Олай дейтініміз облыстық «Қазақстан-Қызылорда» телеарнасы 1991 жылы 30 сәуір күні өзінің жұмысын бастаған болатын. Келесі күні қызыл империяның соңғы мерекесі – 1 мамыр парадынан журналист Баян Исламбаева екеуі жылжымалы телестанса арқылы бірінші рет орталық алаңнан тікелей репортаж жүргізеді [8, 49 б.].

Тележурналист бірнеше бағдарламаның авторы. Аймақтың даму қадамдарымен бірге өскен, әр жылда әртүрлі «Аптадағы Ақмешіт», «Ой Таразы», «Апта Айырық» деп аталған сараптау бағдарламаларында қазақ елінің қалыптасу кезеңдерінен бастап, бүгінгі күнге дейінгі өсу, өркендеу баспалдақтары сараланып, еліміз бен аймақтың әрбір даму қадамда-

рындағы жетістіктер мен түйткілді мәселелері сарапқа салынады. Хабар барысында байыпты ойлар айтылып, хабардың студия қонақтары ҚР Парламент, мәслихат депутаттары, билік өкілдері тақырыптың мәнін аша түсті.

Сондай-ақ, «Алқа» пікірталас телеклубы, «Ой мінбер», «Ашық әңгіме» хабарлары арқылы көпшілік көңіліндегі өзекті мәселелерді қозғады. 1993 жылы режиссер Ертай Ақмағанбетовпен бірге «Отан деп соққан жүрегі» атты Ауған соғысында ерлікпен қаза тапқан Батыржан Шалғынбаев туралы деректі фильм түсірді.

Әсіресе, «Сөз Анық» сараптау бағдарламасы өңіріміздегі күрмеуі қиын проблемалардың жоғары деңгейде шешілуіне салмақты септігін тигізді. Филология ғылымдарының докторы, профессор Амантай Шәріп республикада облыстық телеарналар ішінде сараптама-лық бағдарламаны алғаш шығарған Айткүл Шалғынбаева екенін айтады.

Сондай-ақ, тележурналистің «Ашық әңгіме» хабарына қатысқан қазақтың біртуар жарық жұлдызы марқұм Ақселеу Сейдімбековтің бүкіл Қазақстан бойынша екінші теле-сұхбаты алтын қорда сақталған. Бірнеше жыл экраннан түспеген «Алқа» саяси телеклубы, «Ой Мінбер», «Ашық әңгіме» қоғамдық саяси, «Сәті түскен сұхбат» сынды танымдық хабардың іздеп көрер өз көрермендері болды.

Түйіндей айтсақ, Айткүл Шалғынбаева ел тағдыры, ұлт мүддесін алдыңғы орынға қоятын, сол жолда батыл қадамдарға бара алатын, өзіндік пікірі бар қаламгер.

Тәуелсіздік жылдарында аймақ басылымын басқарған алғашқы әйел редактор Сәрсенкүл Бикожа десек қателеспейміз. Журналистік жолын облыстық «Ленин жолы» (қазіргі «Сыр бойы») газетінен бастаған. 1997 жылдан осы күнге дейін қалалық «Ақмешіт ақшамы» газетінің редакторы. Қазіргі күні бұл газет «Желтоқсан» ЖШС-не қарайды.

Сәрсенкүл Бикожа өз тұсының күн тәртібінде тұрған көкейтесті мәселелерін қозғайтын ықшам да, өткір мақалалар мен корреспонденцияларды көп жазған. Қашан да өтір ойларымен, өзіндік пікірлерімен, ерекше көзқарастарымен көрініп жүрген Сәрсенкүл Бикожаны оқырмандар жақсы таниды.

Мәселен, «Еңбек еткенмен, ішіп жемейсің» корреспонденциясында автор жекешелендіру саясатының оңды нәтиже бермей тұрғанын сынайды [9].

«Айта беретін несі бар, жекешелендіру саясатымен шаруашылықтарымыз өндірістік кооператив, серіктестіктер болып қайта құрылды. Жергілікті әкімшіліктің ықпалымен, кей жерлерде тұрғылықты халықтың қалауымен, «сол елдің көсегесін көгертіп, барша жұрттың аузын аққа тигіземін» деп сендіре білген ат үстіндегі білекті азаматтар төраға креслосына жайғасты.

Жекешелендіру деген ұғымның өзі де байқатып тұрғанындай жеке жерім, өзен, көлім, көлігім болады екен деген олардың үміттері әдіре қалып, бәрінің де жерін, көлігін біріктіріп, ортақ меншікке қосты. Баяғы колхоздастыру кезіндегідей. Содан ел сеніміне кірген төраға олардың барлық меншігін қарамағына жинап алып, содан түскен табыстан үлес беремін деді. Сөйтіп аңқау ауылдықтың түсемін жылытты.

Жекешелендіруге бейімделу үшін әркім де ең бірінші кезекте өз мүддесін, өз қарнын ойлауға тиіс. Бұрынғы қоғамдық, жалпы ортақ меншіктен гөрі жеке адамның өз мүддесін алдыңғы кезекке қоюын дұрыс түсінетін мезгіл жеткен де сияқты.

Ал, егін-терін жиналып, өнім қамбаға түскеннен кейін ұл мен қызын киіндіре алмаған, ең әрісі дастарханына дәмді тамақ қоя алмаған ауылдағылардың «іш қазанын» түсінуге болады. Бәрінен де қиыны қарапайым халық нанға май жағып, жей алмай жүргенінде оның өндірген өнімі есебінен біреулердің жайлы үй салып, жүйткіген көлік мінуі».

Осылайша журналист ауылды аралай жүріп, онда тұратындардың жағдайын салыстырады. Қай кездегідей кеңсе, қырман, қамба манайындағылардың үйі де, қарны да үлкен, дастарханы кең, қолы ашық. Сорлы күрішші механизаторлардың жүздері жабырқаңқы, тар үйлері қоңыр салқын, теңгелері жоқ, дастарханында нан мен қант. Солар терлеп-тепшіп

еңбек етпесе, қамбаға құйылған ақ күріш өз-өзінен пайда болған жоқ қой.

Ал қара жерге егіс егіп, ақ күріш өндіргендердің басым дені күні-түні шаруашылық кеңселерінің алдын торуылдап, төрағаға бір, бухгалтерге бір, одан экономиске бір қарап жаутаң қағып жүргеніне ауыл басшыларының назарын аудартады.

Мұнан басқа «Колледж ішіндегі лицей» «Тікұшақ неге құлады?», «Марсқа ұшатын шығармыз», «Биліктегілердің танымалдылығы қандай?», «Көшербаевтың кереметтілігі не?», «Көшелердің гарантиясы бар ма?», «Ақын М. Ниязов алтын домбыраны алып келген жок» т.б. проблемалық мақалалары мен «Авторитет» (С. Шаухамановпен), «Абаттандырудың да айтары бар» (А. Мұхимовпен), «Жүрегінен шығып, жүректерді қозғар әр ісі» (Ғ. Қазақтаевпен), «Арман-қиял бізді алысқа жетелейді» (Р. Бохановамен) сұхбаттары бар.

Сәрсенкүл Бихожа шебер журналист қана емес, тәжірибелі редактор, ұйымдастырғыш, жаңашыл басшы. «Ақмешіт ақшамы» газеті облысымыздағы компьютерлік теріліммен, офсеттік әдіспен, яғни жаңаша газет басу технологиясымен жарық көрген алғашқы газет. Газет күні бүгінге дейінгі өзінің тарихында қайсыбір мәселеде болмасын алғашқы болуды үрдіске айналдырған. Тақырып қоюдағы тапқырлығы үлгі аларлық. Ол басқарған «Ақмешіт ақшамы» тәуелсіз газетін жастар да, орта буын өкілдері де оқиды. Кейбір басылымдардың батылы жете бермейтін тақырыптарды осы басылымнан оқуға болады. Бұл редактордың ұстанымына, табандылығына байланысты.

Қорытынды. Қазіргі қазақ журналистикасының жетпіс-сексен пайызын қазақ қыздары құрап отыр. Алдыңғы толқын апалардың жолын лайықты жалғастырып келе жатқан қаламгер қыздар қатарында «Апта кз» газетінің редакторы Бибайша Алпысбаева, тележурналистер Қаршыға Есімсейітова, Айсұлу Қасымова, «Сыр бойы» газетінен Гүлжазира Жалғасова, Жұмакүл Оралбаева, Айнұр Батталова, «Тіршілік тынысы» газетінің редакторы Сәуле Ерімбет т.б. есімдерін атауға болады.

Демек, қазақ журналистикасының көшін бастаған ер азаматтардың ісін қазақ қыздары жалғап келеді деген сөз. Қоғамның үні мен көзі хәм құлағына айналған бүгінгі БАҚ-та қарақөз қыздарымыз қоғамдық мәселелерге үн қатып, өзіндік ойын, өзіндік көзқарасын айқын, әрі ашық білдіріп келеді.

Сыр өңіріндегі әйелдер публицистикасының ерекшеліктерін бір мақала аясына сыйғызу мүмкін емес. Олардың әрқайсысының шығармашылық жолы бір-бір тақырыпқа арқау боларлықтай. Сондықтан аймақ журналистикасының тарихын толыққанды зерттеу болашақтың еншісінде.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Сағыбаева З. Қазақ әйелдерінің публицистикалық мұрасы. // Кандидаттық диссертация жұмысы. –Алматы: 1999 -130б.
- 2 Ахметова Л. Қарлығаш қаламдастар. - Алматы: Қазақ университеті. 1993. –112 б.
- 3 Хасан С. Қазақтың алғашқы журналист қыздары. https://www.inform.kz/kz/kazaktyn-algashky-zhurnalist-kyzdary_a2933611 (Қаралған күні: 05.04.2020)
- 4 Жалғасова Г. Қаламгерлікті мұрат тұтқан қыз // Сыр бойы. – 2009. – 1 шілде. -№47. 3 б.
- 5 Бекбергенова Р. Қара шаңырақ. // Сыр бойы. – 2016, 16 сәуір.-№38.-4 б
- 6 Рахымбекұлы Ә. Қайта құрудың қадамдарын көрдік // Сыр бойы. – 2015. 1 шілде.-№51.-7б.
- 7 Рахмет Н. Құмырсқа тірлік. – Қызылорда: Тұмар. 2006. – 272 б.
- 8 Сырдың сырлы сандығы. // Шығарушылар алқасы: Ж.Қарабала, Н.Рахмет, Ғ.Бәйімбет, А.Қасымова, Б.Қалдыбаева, Н.Шахметов, Е.Мырзабеков. - Қызылорда: Тұмар. 2011. – 288 б.

9 Биқожа С. Еңбек еткенмен, ішіп жемейсің. // Ақмешіт ақшамы. -1998, мамыр.- №24. 2-б.

З.Н. Ермаганбетова

*Кызылординский государственный университет им. Коркыт Ата,
Кызылорда, Казахстан*

Своеобразие творчества женщин-публицистов Кызылординского региона

Аннотация. В истории казахской журналистики женская публицистика занимает особое место. Начало научно-исследовательской деятельности первых публицистов, Назипы Кулжановой, Сары Есовой, Нагимы Арыковой, Аккагаз Досжановой, Мариям Сейдалиной, было заложено в годы их журналистской деятельности.

В данной статье рассматривается процесс развития женской публицистики в регионе Сыра, прослеживается творческий путь женщин-журналистов, на протяжении многих лет трудившихся в печатных изданиях, на телевидении и внесших большой вклад в развитие журналистики края. Также в статье говорится о вопросах, связанных с управлением в сфере информации.

Автор статьи отмечает, что названные проблемы являются предметом его дальнейших исследований.

Ключевые слова: женская публицистика, казахская журналистика, творческое мастерство, периодические издания, телевидение, средства информации.

Z.N. Yermaganbetova

Korkyt Ata Kyzylorda State University, Kyzylorda, Kazakhstan

Originality of creative work of women publicists of the Kyzylorda region

Abstract. In the history of Kazakh journalism, women's journalism has a special place. The beginning of the research activities of the first publicists Nazipa Kulzhanova, Sarah Esova, Nagima Arykova, Akkagaz Doszhanova, Mariam Seydalina was laid in the years of their journalistic activities.

This article discusses the development of women's journalism in the Syr region, traces the creative path of women journalists who have worked in print media, on television and who have contributed to the development of journalism in the region for many years. The article also discusses issues related to information management. The author of the article notes that these problems are the subject of his further research.

Keywords: women's journalism, Kazakh journalism, creative skill, periodicals, television, media.

References

- 1 Sagybayeva Z. Kazak aielderining publicistikalyk murasy [Publicistic heritage of Kazakh women] // Candidate's dissertation work. Almaty, 1999, 130 p. [in Kazakh]
- 2 Akhmetova L. Karlygash Kalamdastar [Swallow writers]. (Almaty, Kazakh University, 1993, 112 p.). [in Kazakh]
- 3 Hasan S. Kazaktyn algashqy zhurnalist kyzdary [The first journalist girls of Kazakh], Available

at: https://www.inform.kz/kz/kazaktyn-algashky-zhurnalist-kyzdary_a2933611 (Accessed: 05.04.2020)

4 Zhalgasova G. Qalamgerlikti murat tutqan kyz [The girl who dreamed of writing], Syr boyi, 2009. №47. 3 p. [in Kazakh]

5 Bekbergenova R. Qara shanyraq [House of ancestors], Syr boyi, 2016. №51. 7 p. [in Kazakh]

6 Rakhymbekuly A. Qaita qurudyn qalamdaryn kordik [We have seen the steps of reconstruction], Syr boyi, 2015. №51, 7 p. [in Kazakh]

7 Rakhmet N. Kumyrskaya tirlik [Ant life] (Kyzylorda, Tumar, 2006, 272 p.).

8 Syrdyn syrly sandygy [Mysterious box of Syr] // Shygarushylar alqasy [graduate College]: Karabala Zh., Rakhmet N., Baimbet G., Kasymova A., Kaldybaeva B., Shahmetov N., Myrzabekov E. (Kyzylorda, Tumar, 2011. p. 288). [in Kazakh]

9 Bikozha S. Enbek etkenmen, iship zhemeisin [You work, but you don't eat or drink], Akmeshit akshamy, May 12, 1998. №22, 2 p. [in Kazakh]

Автор жайлы мәлімет:

Ермаганбетова З.Н. – филология ғылымдарының кандидаты, Қазақ тілі мен әдебиеті және журналистика кафедрасының аға оқытушысы, Қорқыт Ата атындағы Қызылорда мемлекеттік университеті, Қызылорда, Қазақстан.

Yermaganbetova Z.N.- Candidate of Philological Sciences, Senior Lecturer of the Department of Kazakh language and Literature and Journalism, Korkyt Ata Kyzylorda State University, Kyzylorda, Kazakhstan.

XFTAP 19.01.11

А.К. Канзатова

*Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан
(E-mail: aikoni@list.ru)*

Отандық БАҚ-қа контент-талдау

Андатпа. Ғылыми мақалада БАҚ материалдарына мазмұндық талдау жасау маңызы, мәні мен қызметтері жан-жақты талданады. Сонымен қатар, мазмұнды талдауды (контент-анализ) мәтіндердің барлық түрлеріне (публицистикалық, ғылыми, кәсіби-салалық) жасаудың арнайы әдістемесі мен теориясы зерттеуші ғалымдар тұжырымдарымен зерделенді. Мазмұндық талдаудағы сауалнама әдістерінен айырмашылығы, әлеуметтік құбылыстар туралы қорытынды шығаруға, мәтіндік массивті зерттеуге, онда жоқ ақпараттық аспектілерді анықтау мәселері қамтылды. Қазіргі қоғамда БАҚ пен қоғамның барлық салалары тұрақты және әртүрлі формада өзара ықпалдасуда. Қазіргі БАҚ материалдарына мазмұндық талдау жасаудың маңызы мен мәнін зерттеу уақыт талабынан туындап отыр. БАҚ мониторингінің бүгінгі қоғамға әсері мен БАҚ материалдарын мазмұндық талдау әдістемесін жетілдіріп, тәжірибесінің ұтымдылығын артыру тұрғысынан зерделеу мақаланың басты мақсаты болып табылады.

Түйін сөздер: БАҚ, мониторинг, санат, клиппинг, транскрипт, аудиожазба, артефакт.

DOI : <https://doi.org/10.32523/2616-678X-2020-131-2-37-46>

Түсті: 04.05.20 / **Қайта түзетілді:** 21.05.20 / **Жарияланымға рұқсат етілді:** 09.06.20

Кіріспе. Ақпараттық кеңістікте және толассыз ақпарат ағынындағы БАҚ мониторингінің мәні мен маңызын талдамас бұрын «мониторинг» терминінің анықтамасы мен қызметін, маңызын айқындап алғанымыз жөн. БАҚ мониторингі мемлекеттік мекемелер мен министрліктердің қарамағында болғандықтан, арнайы заңнамалар мен құқықтық-нормативтік құжаттармен ресми рәсілделеді. БАҚ - мониторинг деректердің ауқымды көлемін өңдеу принципіне бағытталған бірыңғай бағдарламалық ақпараттық кешен. Бүгінгі таңда бұқаралық ақпарат құралдарын мәдени немесе саяси өзара іс-қимыл көрінетін салада ғана қысқарту мүмкін емес. БАҚ арқылы қоғамның әртүрлі салалары өзара әрекеттесіп, дамудың түрлі баспалдақтарынан өтеді. БАҚ саяси-экономикалық қызметтегі өзара әрекеттестіктің ұйымдастырушылық орталығына айналды және бүгінгі саяси өмірді журналистикасыз елестету қиын. Журналистика өзінің оперативтілігі мен қоғамдық санаға әсер ету функциясы арқылы мәдени форма деп аталады. Бұл оның нақтылығы мен дәлдігінің сапасына деген сұранысты тудырады.

Тәжірибелік жағынан қарастыратын болсақ, БАҚ мониторингі тек медиа саласына ғана емес, барлық бизнес және консалтинг, білім беру және экономика салаларына қажет айқындаушы фактор болып отыр.

Бүгінгі ақпараттық технологиялар ғасырында БАҚ мониторингін жүргізу мемлекеттік деңгейде, белгілі бір құзырлы мемлекеттік мекемелер арқылы БАҚ мониторингі жүргізіледі. БАҚ мониторингі мен контент-анализ жасау критерийлерін игеру жолдарын айқындау қажет. БАҚ мониторингін жүргізу жолдары, тәсілдері мен технологиясына ғылыми сараптама жасап, тәжірибеде жүзеге асуына мысалдар келтіру арқылы дәйектеу. БАҚ мониторингін жүргізу, БАҚ материалдарына шолу жасау, қорытынды тұжырымдар жасау журналист мамандығын игеру процесінің маңызды құрамдас бөліктерінің бірі ретінде ғылыми

тұрғыдан сараптаманы қажет етеді. Газет-журнал, радио және теледидар бағдарламаларының, интернет-БАҚ веб-парақтарының мәні мен мазмұнына объективті баға беру мүмкіндігі журналистке өзінің кәсіби қызметінде қажетті бағыттарды айқындауға көмектеседі.

БАҚ мониторингінің анықтамасы мен қызметін, ақпараттық кеңістікте мониторинг жүргізудің мәнін сараптай келе, БАҚ мониторингін жүргізу барысында ақпаратты сақтау, жиналған ақпаратты сараптау, санатқа бөлу мәселелеріне ғылыми талдау жасалады. БАҚ материалдары мазмұндық талдаудағы өлшеу дәлдігі мен дерексіз конструкциялардың анықтамаларын айқындау және сандық параметрлердегі негізгі тақырыптық блоктарды көрсететін мазмұнның жасырын жақтарын анықтау үшін қолданылатын кодтау процесінің маңызы мен құрылымын зерделейді. Мазмұндық талдаудағы құрылымның бір бөлігі ретіндегі кодтау жүйесі – мәтіннен алынған мазмұнды жүйелі түрде бекіту және жазуға арналған нұсқаулар немесе ережелер жиынтығы тұрғысынан сараптау болып табылады.

БАҚ мониторингі нәтижесіне сәйкес медиа өнімдерінің бағыттары мен мазмұнына талдау жасау және мониторинг жүргізу әдістемесін теориялық және тәжірибелік жағынан қарастыру мәселесі ақпараттық ғасырда алдыңғы қатардағы міндеттердің біріне айналып отыр.

БАҚ мониторингін жүргізу теориясы мен әдістемесі, технологиясы мен бағдарламалары, БАҚ мониторингін жүргізудің тәжірибелік маңызын айқындап, БАҚ материалдарына мазмұндық-тақырыптық талдау жасау, шолу нәтижесінде БАҚ материалдарын сараптауға ғылыми негіздегі сараптама жасау қажеттілігі туындап отыр.

«Мониторинг» термині ағылшын тілінде - «monitor» «қадағалау», «бақылау», «алдын ала ескерту» деген мағынаны білдіреді [1]. 1972 жылы БҰҰ-ның қоршаған орта жөніндегі Стокгольм конференциясының алдында «бақылау» ұғымына толықтыру ретінде «мониторинг» термині пайда болды. Термин синтезделген химиялық қосылыстар мен экологиядағы өзгерістерді зерттеу, зерделеу мақтасында енгізілген. Ал БАҚ мониторингі дегеніміз – белгілі бір тақырыпқа сәйкес БАҚ материалдарын қадағалау.

БАҚ деген сауалға қай кезеңде де қоғам дамуына тікелей әсер етіп маңызын жоймағанынан, Қазіргі БАҚ мониторингі жүйесін зерделеу үшін ҚР Ақпарат және коммуникация министрлігінің 2018-2019 жылғы ресми деректерін негізге алдық. БАҚ мониторингі туралы мақалалар мен теориялық әдебиеттерге жүгіндік. Қазіргі кезеңде Қазақстандағы ақпараттық кеңістікте БАҚ мониторингісімен айналысып отырған компаниялардың материалдарын да талдап, сараптама жасадық.

Теориялық материалдар негізінде БАҚ мониторингісінің қоғамда атқаратын қызметі мен маңызын, қазіргі кезде даму бағыттарын, қазіргі қоғамда туындаған көзқарастар мен пікірлерге сараптама жасадық.

Ғылыми мақалада талдау-сараптау, салыстыру, тұжырымдау сынды ғылыми әдістер арқылы жинақталған материалдардың негізінде нақты нәтижелер мен қорынтыңдыға келдік. Мақалада MediaSystem, checkpoint.kz, vse.kz компанияларының дайджестерін нысанға алдық.

Талқылау. Бүгінгі таңда мемлекеттік, қоғамдық және бизнес құрылымдардың басым көпшілігі қоғаммен байланыс, қоғамдық пікір және мекеменің даму деңгейі, имиджі бағытында нақты ақпаратқа қол жеткізу үшін БАҚ мониторингісіне жүгініп отыр. Ақпараттық кеңістікте және нарықта табысқа жету жолы ретінде компаниялар мен мекемелер жаңа нарық тенденцияларын бақылап, кейде бәсекелестердің бизнес-стратегияларын талдау үшін БАҚ мониторингін тиімді пайдалану – әлемдік тәжірибе нәтижесінде қалыптасқан бағыт. Сондықтан бұқаралық ақпарат құралдары құрған ақпараттық кеңістікте жақсы навигациялау қажеттілігі туындайды. Бүгінгі таңда осы мақсаттарда кеңінен қолданылатын тиімді құрал - бұқаралық ақпарат құралдарын бақылау және талдау. БАҚ мониторингі бизнес секторларына жарнамалық науканды жоспарлау және реттеу үшін жақсы материал бере алады.

Қазақстандағы БАҚ мониторингісін жүргізу қағидалары, оның әдістемесі туралы ҚР Ақпарат және қоғамдық даму министрлігі 2019 жылғы 5 тамыздағы № 263 «Қазақстан Республикасы аумағында таратылатын бұқаралық ақпарат құралдары мониторинг жүргізу қағидаларын және оны есептеу әдістемесін бекіту туралы» 2019 жылғы 29 сәуірдегі №84 бұйрықтарындағы өзгерістер мен ережелер, БАҚ мониторингін есептеу әдістемесінің нормаларын жетілдіру туралы заңнамалық құжаттары қарастырылды. Сонымен қатар, БАҚ мониторингін теориялық тұрғыдан зерттеген орыс ғалымдары С.С. Касаткин, А.Ю. Питерова, А. Лукасик, Н. Калинина сынды орыс ғалымдарының еңбектері басшылыққа алынды. Қазіргі кезде Қазақстан ақпарат кеңістігінде БАҚ мониторингімен айналысып келе жатқан MediaSystem, checkpoint.kz, vse.kz компанияларының сайттарындағы мониторинг туралы материалдарына шолу жасалды.

Елімізде БАҚ мониторингін инвестиция және даму министрлігі жүргізіп, мониторингті ақпараттандыру және ақпарат комитеті қадағалап, бақылап отырады. 2012 жылы шілде айында құрылған «Сараптама және ақпарат орталығы» мемлекеттік мекемесі Отандық БАҚ мониторингін жүргізеді. 2016 жылы 26 қаңтарда ақпарат құралдарына мониторинг жүргізу ережелері бекітілді. БАҚ мониторингі мемлекеттік «Сараптама және ақпарат орталығының» құзырына өтуіне байланысты сөз бостандығын қорғайтын «Әділ сөз» ұйымының мүшелері мен заңгерлер аталған орталық цензура қызметін атқарады деген пікірде болды. «Әділ сөз» ұйымының жетекшісі Т. Калеева бұрын БАҚ мониторингімен аймақтық билік айналысқанын, енді әкімдіктердің орнына БАҚ мониторингісімен айналысатын орталықтың ашылғанын цензурамен байланыстырады. Оның ойынша, мониторинг бірінші кезекте тәуелсіз, оппозицияшыл басылымдарды бақылайтын болады. Мемлекеттік орталық постцензура қызметін атқарады [2].

Ал В. Семенова өзінің еңбегінде тақырыптарды сараптағанда контекстегі жағымды мысал немесе сынға мән беру қажеттігін, мұндай әдістер пайдалы ақпараттың белгілі бір минимумын қамтамасыз ететінін, алайда балама жіктеудің арқасында олар мәтіндер туралы құнды ақпаратты жоғалтуға ғана емес, сонымен қатар мазмұнды үстірт және жеткіліксіз сенімді бағалауға әкеледі деп тұжырымдайды [3]. Жалпы әлеуметтанулық көзқарас тұрғысында бұларды анықтау үшін мәтіндердің бөлінуін, сандық құрамын талап етеді, жасырын мазмұндағы белгілі бір тенденцияларды сипаттайтын ақпаратты да жеке санатқа жіктейді. Көп жағдайда мазмұндық-сандық талдауды дәстүрлі, сапалы сипаттамамен және зерттелетін мәтіндердің басқа аспектілерімен біріктіру керек. Кейде көлемі жағынан шамалы немесе модальділік туралы мәлімдемелер әлсіз, формализация олардың сирек қолданылатындығына байланысты бағдарламада қарастырылмаған, болашақта үлкен мәнге ие болатын дамып келе жатқан тенденцияны білдіре алады. Қазіргі ақпараттық дәуірде бұқаралық ақпарат құралдарының басты міндеті, ең алдымен, ақпараттың тұтынушысы болып табылатын мақсатты аудиторияны толық қамту болды. Алайда қазіргі ақпараттық қоғамда бір аудитория әртүрлі БАҚ (мерзімді басылымдар, радио, теледидар немесе интернет сайттар мен порталдары) тұтынушысы бола алады. БАҚ мониторингі аудиторияны зерттеу, оның әлеуметтік-демографиялық және психографиялық сипаттамаларын, тұтынушылардың сұранысын анықтау, сонымен қатар бұқаралық ақпарат құралдарының дәйексөзі деңгейін өлшеу және жарнама төлемдерінің мөлшерін анықтау мәселелерін шешеді. Қазіргі уақытта бұқаралық ақпарат құралдарын зерттеуді негізінен социологтар, маркетингтер мен талдаушылар жүргізеді, олар деректерді жинау және медиа индикаторларын (сынып, жарнама) талдау үшін түрлі эмпирикалық әдістерді қолданады: мониторинг, мазмұнды талдау, рейтингтік әдістер, ақпараттың әсер ету тиімділігін өлшеу. Зерттеу компаниялары зерттеулер жүргізіп, нәтижелерімен мәліметтер базасын құрумен, мәліметтерді өңдеумен және бағдарламалық жасақтаманы жасаумен айналысады, ал ақырғы пайдаланушылар бұқаралық ақпарат құралдары мен жарнама агенттіктерінің талдаушылары, маркетингтер және жарнама

мамандары болып табылады. БАҚ туралы ақпарат жинаудың негізгі әдісі – мониторинг.

Бірақ сарапшылар әр мекеменің жұмысын ғана емес, сонымен бірге адамның бүкіл өмірін бірыңғай ақпараттық ағын ретінде қарастыруды жөн санайды, оның себебі үздіксіз ақпарат алмасу жүретінімен түсіндіреді. Шынында да, бүгінгі нарықтық экономика шеңберіндегі ақпараттық кеңістікте біз не істесек те, бәрі ақпарат құруға, жылжытуға, өңдеуге, іздеуге және сақтауға байланысты. Біздің заманымыздың ең танымал афоризмдерінің бірі «Ақпаратты кім иеленеді, әлемді иеленеді» [4]. Бұл тұжырым қазіргі ақпараттық технологиялар құзыреті басым кезеңде ешкімді таңқалдырмасы анық. Сондықтан бір қадам алға ұмтылғысы келетіндер ақпаратқа соншалықты мән береді. Бұл бизнесте жаңадан пайда болған кезде нарықтың даму тенденцияларын байқауға, бәсекелестер туралы қосымша ақпарат алуға, сайып келгенде, компанияңызды жаңа белестерге көтеруге мүмкіндік беретін жағдайды айқындауға көмектеседі. Сонымен қатар, БАҚ өнімдеріне деген сұранысты арттыратын тиімді бағыт. Ақпараттық нарықта да БАҚ мониторингі өте қажет. Ақпарат нарығындағы бәсекелестерді анықтап, олардың өнімдерінің тақырыптық-мазмұндық ерекшеліктері мен аудиториясын зерделемейінше, бірде-бір қадам жасалмайды.

Бүгінгі таңда интеграцияланған маркетингтік коммуникациялар дәуірінде табысты маркетинг, бренд менеджері немесе қаржыгер - ақпарат алмасу жүйесін ең жақсы құрған адам, ал табысты көшбасшы - бұл ақпарат оның кәсіпорынның қан айналымы жүйесі екенін білетін адам. Бірақ ақпараттың көптігі бірақатар келеңсіздіктерді туындатады. Біріншіден, бұл дұрыс басқару болмаған кезде белгілі бір тапсырмаларды орындауға бөлінген уақыттың барлығын дерлік иемденетін қуатты ағым екенін мойындауымыз керек. Әлеуметтанушылардың есептеуінше, жұмыс уақытының 30%-ы адамға ақпаратты алуға, ұйымдастыруға және өңдеуге кетеді. Сонымен шығу жолы қайда? Ақпараттық ағындарды қалай дұрыс басқару керек? Оларды қалай нақты бизнес мәселелерін шешуге бағыттау керек? Жауапты әлемдік нарықтағы ақпаратты жеткізу және өңдеу бойынша негізгі қызметтердің бірі - мамандандырылған агенттіктердің медиа-мониторингі бере алады.

БАҚ мониторингі – ақпарат ағынындағы ақпараттың барлық жиынтығын өңдеу ғана емес. Бұл, ең алдымен, оны талдау құралы. Пресс-шолуларды қолдана отырып, кез келген іс-әрекетті жоспарлауға, стратегиялық бағдарламалар жасауға және компанияны нарықта белсенді ету үшін тактикалық қадамдар жасауға болады. Ақпараттық шолулар бәсекелестерді бақылау үшін де маңызды. Пікірлерді жүйелі түрде қарау дұрыс ақпараттық саясатты әзірлеу, коммуникациялық бағдарламаларды жүзеге асыру кезінде көмектеседі. Пресс-шолуларды қолдана отырып, белгілі бір уақыт аралығында компанияның айтылу жиілігінің артуын немесе бұқаралық ақпарат құралдарында жарияланған материалдардың үнін бақылау арқылы PR және жарнамалық науқандардың тиімділігін бағалауға болады. Мақсатты топтардың өкілдері сіз туралы не ойлайтынын, компанияның қоғам алдындағы бейнесі қандай болғанын білу өте маңызды. Бұл ретте БАҚ мониторингінің маңыздылығын асыра бағалау қиын [5].

Әдетте БАҚ мониторингі қалай жасалады? MediaSystem агенттігінің маркетинг және сату жөніндегі директоры Сымбат Қадырдың айтуынша, бүгінде бұқаралық ақпарат құралдарының мониторингі нарықтың 85%-ына иелік етеді, мұны ақпаратты жинау және өңдеу технологиясына ие, арнайы жабдықтар мен бағдарламалық қамтамасыздандыруды қолданатын сарапшылардың бүкіл тобы жасайды.

Егер біз мониторингтің негізгі принциптері туралы айтатын болсақ, онда жаңа ақпарат көздерін үнемі іздеуді және мәліметтер базасын жаңартуды көздейтін бақыланатын ақпаратты неғұрлым толық қамту; белгілі бір тақырыптар мен берілген негізгі сөздер бойынша ақпаратты нақты құрылымдау; егжей-тегжейлі шолуларды ұсынуға ыңғайлы нысаны, сонымен қатар тиімділік. Мәліметтер базасы мониторинг материалдарынан жасалады. Олар кейіннен ақпаратпен жұмыс жасауға, атап айтқанда, аналитикалық өңдеуді жүргізу-

ге мүмкіндік береді, соның негізінде пресс-шолулар мен мазмұнды талдау пайда болады. Соңғысы - компанияға жасалған сілтемелер санын, сондай-ақ материалды ұсыну реңін (теріс, позитивті немесе бейтарап) бақылау үшін жарияланымдардың мәтіндеріне сандық талдау жасау [6].

Мониторингтік агенттіктер әрдайым барынша тапсырыс берушілерге екі түрлі мониторинг ұсынады. Біріншісі – ақпаратты жүйелеу. Екінші, нақты салалық тақырыптар бойынша материалдарды сараптайды. Олардың айырмашылығы неде? Материалдарды жүйелегенде, алдымен, бұқаралық ақпарат құралдарына қысқаша шолу жасайды. Компаниялар барлық газет-журналдар мен телешоуларды көруге уақыт жетпейтіні белгілі. Сонымен қатар, елде және әлемде болып жатқан оқиғалардан жайлы ақпаратты бір жүйеге жинақтайтын арнайы бағдарламалар бар. Мәселен MediaSystem мониторинг компаниясы News Digest шифрын пайдалану арқылы күн сайын ұлттық телеарналар арқылы өткен барлық жаңалықтарға тақырыптық және салалық сараптама жасайды. БАҚ мониторингінде белгілі бір уақыт ішінде жарияланған бастапқы ақпарат көздерінен тақырып бойынша материалдарды жүйеленіп, жинақталады. Көбінесе бұл банк, мұнай және газ, көлік және байланыс, жеңіл өнеркәсіптер мен сақтандыру қызметі сынды тақырыптарға салалық шолулар жасалады [7]. Тапсырыс берушіге нарыққа жаңа өнім енгізу үшін бәсекелестер мен олардың өнімдері туралы жедел ақпарат жинау керек болса, мониторинг агенттіктер жеке тапсырыс қабылдап, тақырыптық және салалық шолу жасайды.

Қазіргі кезде мониторингтік компаниялар қазақстандық бұқаралық ақпарат құралдарын, барлық теледидар жаңалықтарын бақылап отырады. Сюжеттер кассеталарға жазылып, медиа-дерекқорға енгізіледі. Медиа дерекқордан кез келген уақытта қажетті ақпаратты алып, тапсырыс берушінің өтініші бойынша тақырыптық, мазмұндық талдау жасайды. Қазақстандағы мониторингтік компаниялар 1998 жылдан бері осындай мазмұндық-тақырыптық талдауды жасап келеді. БАҚ материалдарына сараптамалық талдау жасауда мейлінше уақытты үнемдей отырып, автоматты іздестіру жүйесіне жүгінеді. Тақырып арқылы БАҚ материалдарын іздестіре отырып, жинақталған БАҚ материалдарын санаттарға жіктейді. Мониторинг барысында алғашқы қадам пресс-шолудан басталады. Шолу жасағанда ақпараттың құрылымына, оның толықтығына назар аударған жөн. БАҚ мониторингісін пайдалануда нарық көшбасшылары нақты қағидаларды ұстануға ғана емес, сонымен бірге тұтынушының назарын аудартуға да үлкен мән береді. БАҚ мониторингісіне тапсырыс беруші сұраныстарына қарай шолу жасалып, нақты деректер базасы құрылады. Мониторингке тапсырыс беруші өзіне қажет тақырыпты, оның құрылымы мен мазмұнын өзі анықтайды, ал БАҚ мониторингі агенттіктері кеңесші және орындаушы ретінде әрекет етеді. Мониторингтік компаниялар сараптамалық ақпаратқа тапсырыс берушілермен тығыз ынтымақтастықта маркетинг, PR, бизнесті дамыту және басқа да салаларға жауап беретін әртүрлі бөлімдермен бірлесе отырып нәтижелі, әрі сапалы контент-талдау ұсынуға әрекет жасайды. Мәселен, қазіргі кезде ең танымал өнімдердің бірі «Барлық тендерлер» шолуы, оны тек байқауларға қатысу үшін ғана емес, сонымен қатар тапсырыс берушілер, серіктестер және бәсекелестердің қызметі туралы ақпараттың сенімді дерек көзі ретінде де пайдаланады. PR-бөлімге арналған тағы бір шолу – «БАҚ-та компания сілтемелерін медиа-талдау» компанияның топ-менеджменті үшін үлкен қызығушылық тудырады [8].

Мысалы MediaSystem-нің бұл тәсілі өзін-өзі толық ақтады, қазіргі уақытта агенттіктің шолуларын күнделікті қызметінде Қазақстан экономикасының түрлі салаларында жұмыс жасайтын 700-ге жуық компания пайдаланады. Олардың саны үнемі өсіп отырады, өйткені олардың бәрі БАҚ мониторингін бизнестегі жетістікке жетудің маңызды құралы және агенттіктің өзі сенімді басқаруға болатын сенімді серіктес ретінде қарастырады. Сонымен қатар, осы компанияның қазақ тілді басылымдарға шолу жасаған БАҚ дайджесінде (1-кесте) баспасөз материалдарын бірнеше айдарлар арқылы санаттарға бөлген. Мәселен:

«Ішкі саясат», «Сыртқы саясат», «Президент», «Парламент», «Үкімет», «Партиялар және қозғалыстар», «Экономика және қаржы» және т.б. Әр санат бойынша жарық көрген мақалалар мен материалдардың тақырыбы мен авторын тіркеп отырады. «Дайджест» термині ағылшын тілінен аударғанда digest «қысқаша баяндау, түйіндеу» деген мағынаны білдірсе, латын тілінде digereге «бөлу, бөлісу» деген мағынаны білдереді. Дайджес ақпараттық өнімдердерге қысқаша шолу жасау, аннотациядан тұратын, белгілі бір уақыт аралығындағы жарияланымдардың қысқаша мазмұны берілетін формат.

Демек фантаст-жазушы Сергей Лукьяненконың «Күзгі сапарлар» романының мына бір үзіндісін тілге тиек еткім келеді: «... Ақпарат енді танктерге қарағанда күшті. Ақпарат президенттерді құлатады және адамдарға дауыс береді. Ақпарат армандар мен мақсаттарды қалыптастырады... Ақпарат - бұл тек қару. Оны алуға болады. Сенің қолыңда, саған қызмет етеді!» [9].

Қорытынды. Қазақстан ақпарат кеңістігі мен оның даму бағыттарын зерделеу уақыт талабынан шығып отырған тақырып. Ақпараттың қоғамдық санаға әсері мен қоғамдық пікір қалыптастырушы күші және ақпараттың оперативті таралуы бұл саланы зерттеушілерге үлкен міндеттер жүктейді. Ақпараттық нарық, бизнес деген ұғымдар да біздің санамызға нарықтық экономикамен бірге енді десек те артық болмас. Осы орайды елдегі бұқаралық ақпарат құралдарының санын, бағытын айқындап, сапасын таразылап, сараптап, тіпті, сүзгіден өткізіп отыруға тура келеді. 2019 жылғы 15 қаңтардағы мониторинг бойынша Қазақстанда 3328 БАҚ тіркелген, оның ішінде 2790-ы мерзімді баспасөз, 128 телеарна, 70 радио, 340 ақпараттық агенттік және желілік басылым.

Мониторинг бойынша қазіргі кезде елімізде тіркелген мерзімді баспасөз саны басым болып отыр. Яғни баспасөз өнімдерінің саны – 2 790 (немесе 83,8%), оның ішінде газет – 1800 және журнал – 990. Соңғы мониторинг бойынша Қазақстанда 225 шетелдік теле-радиоарна тіркелген. Оның 161-і ресейлік телеарна, 15-і АҚШ-қа, 16-ы Эстонияға, 20-ы Ұлыбританияға, 6-ы Францияға, 1-уі Кипрге тиесілі [10].

Ақпарат және қоғамдық даму министрлігі қазақстандық БАҚ-тың негізгі жаһандық тенденция бағытында дамыту үшін БАҚ-ты модернизациялау және ұлттық ақпараттық кеңістікті жүйелендіру бойынша негізгі жобалар қолға алынды. Осындай «Қазақстан» ұлттық телеарнасының басты жобасы «Балапан» арнасы мен «KazSPORT» арнасы еліміздің барлық аумағына хабар таратады. Аталған арналардың мазмұндық сапасын арттыру және аудиториясын кеңейту мақсатында «Қазақстан» РТРК АҚ 2021 жылға дейінгі даму стратегиясы бар. Стратегияда аталған телеарналардың аудиториясының ауқымын ұлғайтумен қатар, бағдарламалардың танымалдылығын анықтайтын сараптау жүйесін енгізу арқылы рейтингін жоғарылату, сондай-ақ аудитория сұранысын зерттеп, көрермендер сұраныстары мен талап-тілектерін ескеріп, арна жұмысын жетілдіру мақсаты алға қойылды. «Қазақстан» телеарнасы мақсатты индикатор – «Бүкіл Қазақстан, 6+» панеліндегі Топ-3-ке кіруге нақты қадамдар жасауда. Сонымен қатар, өнімдердің рейтингін ескеріп, контентті сатып алудың жаңа саясатын әзірлеу арқылы контенттің сапасын арттыру басты назарда. Телеарна интернет желісі үшін жаңа имидждік стратегияны қолға алып, арна сайттарын жаңартып, HD-де онлайн көрсетілімді қосу, жаһандық және көпфункционалды мобильдік қосымша жасау арқылы корпорацияның медиаөнімдерін эфирден тыс ілгерілетуді басты даму бағыттары ретінде қарастырып келеді. Телеарнаға КРІ жүйесін енгізу арқылы персоналды байқау нәтижесінде іріктеуді жетілдіру және кадрлық резервті қалыптастыру арқылы мамандардың біліктілігін және құзыреттілігін арттыру кешенді түрде жүзеге асырылады. Министрліктің тапсырмасымен телеарнаның облыстық филиалдарындағы контентті жетілдіру арқылы корпорацияның өңірлік өнімдері мен көрермендерінің санын арттыру басты мақсаттардың бірі. Телеарнада қаражатты тиімді жұмсау, хабар тарату сеткасын жетілдіру, медиа жоспарлауды орталықтандыру жолға қойылған. Жалпы алғанда, трансформация

бойынша маңызды жұмысты «Хабар» агенттігі жүргізеді. Арнадағы телеөнімдердің басымы бағыты сараптамалық, көркемдік және ойын-сауық контентіне құрылды. Сериалдық өнімдерді шығару бойынша жұмыс жалғасуда. Қазір «Хабар» арнасы шамамен 110 серия шығарады, бұл орташа есеппен жылына 6 отандық сериал көрерменге жол тартады деген сөз. Жүргізіліп жатқан трансформация шеңберінде «24 KZ» телеарнасының ребрендингі жасалды. Енді «Хабар 24» эфирі арнайы репортаждар, телекүнделіктер, сараптамалық бағдарламалар жанрындағы әлеуметтік бағыттағы бағдарламалармен толықты. Телеарна жаңалықтардың жаңарту жиілігін көбейтті, репортаж жанрындағы бағдарламалар көбейді және әлеуметтік-экономикалық публицистиканы дамытуда. 2016 жылғы 10 қыркүйектен бастап «Kazsport» телеарнасы HD заманауи форматында хабар тарата бастады. Резервті кешен толығымен қажетті техникалық құрылғылармен жабдықталып, іске қосылды. Бұл бір уақытта үш теле және үш радиоарнаны эфирге шығаруға мүмкіндік береді. Ал «Қазақ радиосы» елдің барлық аумағының шамамен 90 %-ына хабар тарата бастады, «Шалқар» радиосы – 64%, «Астана» радиосы – 60% және «Classic» радиосы – 17% аймақты қамтыды. Ал баспасөзге келетін болсақ, «Егемен Қазақстан» және «Казахстанская правда» газеттерінде QR-кодты енгізу арқылы «басылым нұсқасы – электронды баспа» құрылды, ол гаджеттің тиісті қосымшасы арқылы оқырманға газеттің электронды нұсқасына өтуіне мүмкіндік береді. «Егемен Қазақстан» газетінің сайты 3 нұсқада қызмет етеді, сондай-ақ PDF үлгісінде: кириллица, араб графикасы, латын нұсқасы негізінде Түркия және Еуропадағы қазақ диаспораларына арналған. Араб графикасы бар сайттың нұсқасы Қытай Халық Республикасындағы қазақ диаспорасына тарайды. Сондай-ақ Android, iOS, Windows Phone үшін қосымшалар жасақталған. «Егемен Қазақстан» және «Казахстанская правда» газеттерінің Фейсбук, Твиттер және Мой мир әлеуметтік желілерінде аккаунттары және парақшалары бар. Министрлік «Қазконтент» АҚ бірігіп, 2016–2020 жж отандық БАҚ интернет-ресурстарын модернизациялау жоспарын әзірлеп, «Қазконтент» интернет жобасы жаңа үлгіде жұмыс істейді. Мысалы, «e-history.kz» сайты «National Digital History» атты уникалды тарихи контентті және жаңа интерактивті мүмкіндігі бар, кең көлемді порталға трансформацияланып, сайтқа «Қазақстаника» бөлімі қосылды. Интернет арқылы арнайы жобаларды, сауалнамаларды, тестілерді және басқа да интерактивті іс-шараларды өткізу жоспарланып отыр. Мәселен, «Vnews.kz» сайты талдамалы-сараптамалық жанрға мән беріп отыр. «Әдебиет порталы» сайтының редизайны жетілдіріліп, порталдың мобильдік қосымшасы арқылы кітаптарды офлайн режимде оқуға, сондай-ақ адиокітаптарды тыңдауға мүмкіндік болады. Сайтта мәдениет пен мемлекеттік тілді дәріптеуге арнайы платформа болады. Ал «Казинформ» ақпараттық агенттігіне келсек, ежелгі ақпараттық агенттігінің модернизациясы оның техникалық инфрақұрылымын жаңартылды. Компьютерлік парк, бағдарламамен қамтамасыз ету және блэйд-серверлік құралдармен қамтамасыз етілді. Қазіргі кезде ақпарат агенттігінің сайтындағы ақпаратты тәулігіне 45 мың қолданушы кәдесіне жаратады. Ақпараттық агенттік аудиториясын әлі де көбейте түсіп, ақпараттық нарықтағы көшбасшылардың бірі болуға ізденіс үстінде. Агенттік елді тез және оперативті ақпаратпен қамту мақсатында мобильді қосымшаны әзірлеп, жеке жобаларды енгізуді жоспарлауда. Мысалы, «Виртуалды турист» жобасы елдің негізгі көрікті жерлері бойынша виртуалды тур өткізуге мүмкіндік береді. Сонымен қатар, министрлік мемлекеттік органдардың ақпараттық жұмысын жетілдіру бағытында мемлекеттік органдар және ұлттық компаниялардың ақпараттық жұмысқа жауапты тұлғалары, баспасөз қызметінің басшылары, республикалық және өңірлік БАҚ өкілдері үшін оқыту семинарларын ұйымдастырады. Міне, қазіргі таңдағы Қазақстандағы БАҚ мониторинг нәтижесінде отандық медианың тақырыптық-мазмұндық контенті мен техникалық-бағдарламалық бағытын анықтадық әрі шолу жасалды.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Әшімбаев М.С. Саяси түсіндірме сөздік. -Алматы: Жеті жарғы, 2007. – 364 б.
- 2 Тоғызбай Қ. БАҚ мониторингі қалай жүргізіледі? [Электрон. ресурс]. – URL: https://www.azattyq.org/a/kazakhstan_how_is_doing_mass_media_monitoring_807.html (Қаралған күні: 28.04.2019)
- 3 Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. - Москва: Добросвет, 1998. - С.188.
- 4 Ел аумағында таратылатын БАҚ мониторингін есептеу нормалары жетілдірілді. [Электрон. ресурс] – URL: https://www.inform.kz/kz/elaumagynda_taratylatyn-bak-monitoringin-esep-teu-normalary-zhetildirildi_a3554429.2019.htm (Қаралған күні: 07.08.2019)
- 5 Мониторинг СМИ. [Электрон. ресурс] – URL: <http://pressservice.ru/terms/139/2019.htm> (Қаралған күні: 12.12.2019)
- 6 Байжуманова А. Мониторинг прессы как средство управления информацией // KAZAKHSTAN. - Алматы. 2005.– №3.-С.18-19.
- 7 Касаткин С.С. Методы сбора и анализа данных при мониторинге СМИ// Наука. Общества. Государство. – 2016.– №2 (10).-С. 32-35.
- 8 Питерова А.Ю. Рейтинги СМИ: технологии и особенности. составления // Наука. Общества. Государство. – 2015.– №2(10). -С. 46-48.
- 9 Трофимов Е.О. Исследовательские компании. Виды и источники о фармацевтическом рынке // Экономика и маркетинг. – Пенза. – 2006. –№4(9).- С. 83-86. [in Russian]
- 10 Есепке қойылған және Қазақстан Республикасы аумағында таратылатын БАҚ тізбесі. [Электрон.ресурс] – URL: <http://qogam.gov.kz/kk/kategorii/reestry> (Қаралған күні: 18.11.2019).

А.К. Канзатова

*Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Алматы, Казахстан*

Контент-анализ отечественных СМИ

Аннотация. В научной статье рассматриваются значение содержательного анализа материалов СМИ, его роль и функции. Вместе с тем изучены теория и методы проведения контент-анализа текстов на основе заключений ученых, а также отличия содержательного анализа от методов опроса. Также изучены отличия методов опроса от содержательного анализа, проблемы вынесения заключения о социальных явлениях, изучения текстовых массивов, выявления отсутствующих информационных аспектов. В настоящее время СМИ и все общественные отрасли находятся в тесном взаимодействии, которое проявляется в различных формах. Подчеркивается важность содержательного анализа материалов современных СМИ с современных позиций.

Ключевые слова: медиа, мониторинг, категория, клиппинг, транскрипт, аудиозапись, артефакт.

A.K. Kanzatova

*Al-Farabi Kazakh National University,
Almaty, Kazakhstan*

Content-analysis of the native media

Abstract. The scientific article analyzes the meaning and purpose of media monitoring, its role in the measurement of information security. The article considers the results of media monitoring, methods and stages of media monitoring, sources that are necessary for monitoring. Currently, a scientific analysis of the importance of monitoring of the media for the economy and business and its role in the development of these sectors. The system of automation of media monitoring in our country and the system of integrated work are analyzed differently on the basis of specific laws, as well as the purpose and tasks of monitoring the media under Soviet rule. The article also addresses the issues of censorship of modern Soviet media monitoring and modern areas of media monitoring, new technologies and methods used in it.

Keywords: media, monitoring, category, cut, transcript, audio recording, artifact.

References

- 1 Ashimbaev M.S. Sayasi tusindirme sozdik [Dictionary of political concepts], MS Ashimbaev Almaty, Seven charters, 2007, 364 p. [in Kazakh]
- 2 Togyzbay K. BAQ monitopingi qalay jurgiziledi? [How is media monitoring conducted?] [Electronic resource]. – Available at: https://www.azattyq.org/a/kazakhstan_how_is_doing_mass_media_monitoring_807.html (Accessed: 28.04.2019). [in Kazakh]
- 3 Semenova V.V. Kachestvennyye metody: vvedeniye v gumanisticheskuyu sotsiologiyu [Qualitative methods: introduction to humanistic sociology], Semenova V.V. Moscow, Dobrosvet, 1998, 188 p. [in Russian]
- 4 El awmagında taratılattın BAQ monitoringin eseprew normaları jetildirildi [Criteria for calculating media monitoring, spread across the country, have been improved] [Electronic resource]. – Available at: https://www.inform.kz/en/el-aumagynda-taratylatyn-baq-monitoring-in-eseprew-normalary-zhetildirildi_a3554429_2019htm (Accessed: 07 08.2019) [in Kazakh]
- 5 Monitoring SMI. Media monitoring [Media monitoring]. [Electronic resource]. – Available at: <http://press-service.ru/terms/139/2019.htm> (Accessed: 12.12.2019). [in Kazakh]
6. Baizhumanova A. Monitoring pressy kak sredstvo upravleniya informatsiyey. [Monitoring of the press as a means of information management] // Almaty, 2005.– №3, 18-19 pp. [in Russian]
7. Kasatkin S.S. Metody sbora i analiza dannykh dlya monitoringa SMI. [Methods of collection and analysis of data in media monitoring], Science. Society. State. – 2016.– №2 (10), 32-35 pp. [in Russian]
- 8 Piterova A.Yu. Reytingi SMI: tekhnologii i osobennosti. Sochineniye. [Media ratings: technologies and features. essays], Science. Society. Gos.– 2015.– №2 (10). -P.46-48. [in Russian]
- 9 Trofimov E.O. Issledovatel'skiye kompanii. Economica jane marketing. [Vidy i istochniki farmatsevticheskogo rynka]. Research companies. Types and sources of the pharmaceutical market // Economics and marketing, - 2006. –№4 (9), 83-86 pp. [in Russian]
- 10 Esepke koyılğan jane Qazaqstan Respwblıkasy awmagında taratılattın BAQ tizbesi. [Electrondyk resurs]. [List of registered and distributed media in the territory of the Republic of Kazakhstan]. – Available at: <http://qogam.gov.kz/en/kategorii/reestry> (Accessed: 18.11.2019). [in Kazakh]

Автор жайлы мәлімет:

Канзатова А.К. – Журналистика факультетінің магистранты, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан.

Kanzatova A.K. – Master’s student, Al-Farabi Kazakh National University, Faculty of Journalism, Almaty, Kazakhstan.

XFTAP 19.01.11

Ә.Ж. Сәуірбаева¹, Д.П. Гавра²

¹Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан

²Санкт-Петербург мемлекеттік университеті, Санкт-Петербург, Ресей

(E-mail: ashekei.sauyrbaeva@mail.ru, dgavra@mail.ru)

Қазіргі ақпараттық қоғамның теориялық мәселелері

Андатпа. Ғылыми мақалада Қазақстанның интернет кеңістігіндегі бұқаралық ақпарат құралдарының даму ерекшеліктері мен ақпараттық қоғамның қалыптасуы зерттелді. Ақпараттық қоғамды қалыптастыру үдерістерін талдаудың теориялық тәсілдері жүйеленді, медиажүйенің міндеттері мен негізгі бағыттары анықталды. Сондай-ақ, бүгінгі таңда кері байланысты тудырған интернеттегі ақпараттық технологияны бұқаралық ақпарат құралдарында пайдалану жағдайы интернет пен электронды бұқаралық ақпарат құралдарын пайдаланушылардың динамикасы арқылы талданды. Осылайша, қазіргі заманғы ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың дамуы желілік ақпараттық қоғамның парадигмасын қалыптастырушы фактор ретінде қарастырылды. Нәтижесінде медиажүйеде электронды бұқаралық ақпарат құралдарының белсенділігі танылды. Тақырып жаңа медиажүйені ақпараттық қоғамның әлеуетін, жаңаруын, дамуын қамтамасыз етуге бағыттаудың маңыздылығын көтереді.

Түйін сөздер: ақпараттық қоғам, ақпараттық кеңістік, медиажүйе, конвергенция, ақпараттық технология, жаңа медиа, аудитория.

DOI : <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2020-131-2-47-58>

Түсті: 14.02.20 / **Қайта түзетілді:** 06.06.20 / **Жарияланымға рұқсат етілді:** 09.06.20

Кіріспе. ХХІ ғасырдың жетістіктерінің бірі – ақпараттық технологиялардың белсенді енуі, оның бара-бара түрленуі, өзге елдермен қатар Қазақстан Республикасының медиажүйесіне ықпал етпей қоймады. Бүгінгі күні интернет – ақпарат пен БАҚ-тың ең қолжетімді арнасы. Сондай-ақ, ол қоғамның барлық саласында қызмет көрсету мен байланысты жеңілдете отырып, олардың функцияларына өзгерістер әкелді. Ақпарат тасқынының аласапыран шағы жаһандық ақпарат кеңістігінде бәсекеге қабілетті болуды талап етсе, енді бір жағынан ұлттық құндылық мәселелерінің жұтылып кету қаупін төндірді.

Бұл жайында ғалымдар түрлі көзқарастарын білдіріп жатты. Мәселен, Ю. Засурский медиажүйенің тарихы мен даму ерекшеліктерін ақпараттық қажеттіліктер, стратегия мен коммуникациялық технология, қоғамның қажеттілігі, саяси, экономикалық, мәдени факторларына байланысты сипаттаған [1]. Бұқаралық ақпарат түрлерінің басын біріктіретін медиажүйенің қалыптасуы мен дамуы жолында қоғамның ақпараттық сұранысын қанағаттандыру мақсатында оның мазмұнына баса көңіл бөлу маңызды болып отыр. Мемлекеттегі ақпараттық саясат, технологиялық прогресс бүгінгі медиасаланың дамуына ықпал етеді. Интернет платформасының мүмкіндігі жаһандық үдерісті қарқындыластырып, бұқаралық ақпарат құралдарына үлкен міндеттер жүктеп отыр. Медиасала ақпарат кеңістігінің құрамдас бөлігі бола отырып, қоғамды дамытуда үлкен рөл атқарады.

Бірқатар ғалымдар ақпараттық кеңістік аумақпен қарастырылатыны жайында тұжырымдар ұсынды. Солардың қатарына Е.П. Прохоровтың журналистік теориялық

көзқарасы да жатады. Ол: «Ақпараттық кеңістік ақпараттық ресурстарға ие және ақпаратты басқаратын БАҚ жұмыс істейтін аумақ (территория)», деп анықтама берген [2, 192 б.]. Жаңа ақпараттық коммуникациялық технологиялармен ынталанған жаһандану үдерісі әртүрлі медиа арасындағы шекараны жойып отыр. Тәулік бойы ақпарат айналымының аудиториямен қауышуы қазіргі технологияның жетістігі болып саналады. Бұл әлеуметтік желілерде ақпараттық технология мүмкіндіктерін пайдалану журналистер арасында бәсекелестікті тудырумен қатар, кәсіби этика мәселесін өзектендіре түсті. Қоғам алдындағы ақпарат мазмұнына деген жауапкершілікті ғалымдар зерттеу еңбектерінде ұдайы толғап жүр. Осылайша Әлемдік ғалымдар ақпарат кеңістігінің кеңеюіне байланысты журналистің кәсіби, қоғаммен байланыс этикасы теориясын алдыңғы орынға жетелеп келеді.

Желілік бұқаралық ақпарат құралдары жаңа технологиялар енгізу есебінен шығындарды азайту, контент дайындау, аудиторияны қайта өзіне бағдарлауға қол жеткізді. Екі жақтың қарым-қатынасындағы мазмұнның сапасын жоғарылату, жетілдіру үшін ұтымды менеджерлік әдістер мен тәсілдердің теориясын жасаумен зерттеушілер айналысып та жатыр. Интернет кеңістіктігінің айналымындағы ақпараттың тұтынушысы адам болғандықтан, оның қатысуы мен сұранысына сәйкес барлық ақпараттық үдерісті барынша тиімді пайдалану маңызды. Еліміздегі медиажүйенің құрылымы мен бірегей міндеті осыны қамтамасыз етуі керек. Медиажүйені ақпараттық кеңістік контексінде қарастыру орынды. Ақпарат алу және тарату сияқты ортақ функциялар шексіз аумақта іске асып жатыр.

«Кеңістік» және «ақпарат» терминдерін біріктірген бірыңғай ақпараттық кеңістікті құру – күрделі интегративтік үдеріс. Ақпараттық кеңістік тұжырымдамасын ақпараттық қоғам институтының зерттеулері шеңберінде «Уақыт философиясы» терминінде баяндап әзірлеген жапон әлеуметтанушы ғалымдары О. Кишида мен Й. Масуда болатын. Ақпаратты болашақ өркениетте өмір сүрудің негізгі ресурсы ретінде қарастырған жапон ғалымдары ақпаратты алу және іске асыру жылдамдығы – уақыт мәселелерінен проблемалардың туындайтынын айтқан. Ақпараттық қоғамның сапалы сипаттамасын анықтау үшін «уақыт-құндылық» ұғымын енгізді. Бұл тұжырымда «уақыт-құндылық» жүйесімен «жаһандық ақпараттық кеңістіктің» қызметін байланыстырды. Барлығын қамтитын ақпараттық инфрақұрылым, коммуникация, спутниктік байланыс, компьютерлер негізінде қалыптасқан ақпараттық кеңістік пен әлемдік көлемде тарату мүмкіндігі әлемдік үдерістердің жаһандануына ықпал ететін болады [3]. Ақпараттық қоғам және оған коммуникацияның әсері қашықтықты жойды. Бұқаралық ақпарат құралдарының арасында бірінші болып ақпарат беру бәсекелесінен мазмұнның сапасына өз әсерін тигізбей қоймады.

Өзектілігі. Интернет платформада ақпараттандыру мен коммуникацияның жаңа түрлері пайда болды. Жаңа медианы зерттеп жүрген әлеуметтанушылардың интернетті, ақпараттық ресурстарды бұқаралық ақпарат құралдарына жатқызған пайымдарын қолдамайтындар да бар. Масс-медианы қарастыру барысында әртүрлі әлеуметтік теориялар мен тұжырымдамалар таза әлеуметтік кезеңге басымдылық берумен басталып (қоғамдық пікірді қалыптастырудағы медианың рөлін зерттеу, олардың қоғамдағы әлеуметтік-саяси және экономикалық процестерге әсерін анықтау және т.б.) – ақпараттандыру мен коммуникацияның жаңа түрлерін тудыратын БАҚ-тың технологиялық эволюциясы алдыңғы жоспарға шығатын тарихи-технологиялық кезеңмен ерекшеленеді [4]. Қазіргі заманғы адамдардың бір тобы сол бір ақпаратты алып қана қоймайды, шағын топ өздері жасаған образдармен алмасады [5]. Конвергенция үдерісін тұтынушыларды ынталандыратын мәдени өзгерістер деп сипаттайды. Осындай бұқаралық ақпарат құралдарының даму үдерісі бізден «медиа үшін пассивті көрермендер» ретінде қалып қоймай тұтынған хабарламаларға барынша тартылуды сұрайды [6]. Әлеуметтік желілердегі интернет БАҚ пен блогерлер қоғаммен байланысты күшейтудің түрлі технологиясын пайдаланып жүр. Олардың аудиториялары сайтқа тіркелушілер санымен, түсініктеме беру түрлерімен анықталады. Осы

ағымды жаңа медиажүйемен реттеу тетіктерінде қоғамның зияткерлік деңгейін арттыру, ақпараттық қатынаста мәдени орта қалыптастыра отырып, ақпараттық жауапкершілікті санаға сіңіру орын алуы тиіс. Бұл сауатты ақпараттық қоғам қалыптастыруға ықпал етеді. Жалпы, ақпараттық қоғамның әлеуетін, жаңаруын, дамуын қамтамасыз етуде жаңа медиажүйенің мәні зор. Қазіргі кезде кейбір блогерлер қоғамның сауаттылығы мен мәдениетін көтеруге атсалысып жүр. Ұстанған бағыттарына қарай мазмұнның сенім тудыруы арқасында тұрақты аудиторияға ие бола білді.

Постиндустриалды қоғамның көшуіне байланысты, адамның зияткерлік саласының қарқынды дамуы басталды. Сондай-ақ, қоғамдық әлемнің тиімді жұмыс істеуі мен табысты эволюциясын қамтамасыз ететін ақпараттық технологиялардың енуі жүріп жатыр.

Й. Масуданың пікірінше, ақпараттық қоғамды қалыптастыру жағдайында өндірістің өзіндік мәні өзгереді, оның өнімі «ақпараттылыққа» айналады. «...Материалдық өнімді емес, ақпараттық өнімді өндіру білім беру мен қоғам дамуының қозғаушы күші болады». Яғни бұл қазіргі кезде медиажүйеге сауатты ақпараттық орта құру міндетін жүктейді. Осындай зияткерлік факторлар ақпараттық қоғамның негізі болады. Біз аудитория сенім артқан арналарды пайдаланып, қоғамның ақпараттық сауаттылығын арттыратын мазмұндар ұсынуымыз керек.

Ғылыми айналымға «ақпараттық қоғам» терминінің белсенді енуі М. Кастельс есімімен байланысты. Айта кету керек, «ақпараттық қоғам» терминінің ғылыми анықтама-сын бір жүйеге келтіру мақсатында зерттеулер жүргізіліп жатыр. М. Кастельс іргелі еңбектерінің бірінде ақпарат «индустрияны» алмастырды, ол индустрия сияқты қоғам тарихының әртүрлі кезеңдерінде бар және дамып келеді, бірақ қазіргі жағдайда қоғам дамуындағы құрылымның негізін құраушыға айналады» [7, 50 б.] десе, қазіргі заманғы зерттеушілердің бірі А. Калмыков «ақпараттық қоғам – бұл қоғамдық құрылымға көшуді басқаруда ұсынылатын жаһандық экономикалық-саяси, антропоэлеметтік және технологиялық жоба, атап айтқанда барлық өмір саласында интернет технологиялар арқылы бұқаралық коммуникация жүйесі (БК) басым рөл атқаратын болады» дейді [8, 181 б.]. Бұл өз кезегінде жаңа ақпарат пен білімді меңгеруге жол ашады. Қоғам дамуының негізгі қозғаушы күші – бұл аудитория қабылдайтын, қорытатын ақпараттың мазмұнында деп Й. Масуда тұжырымында айтып өтті. Осыдан жаһандық ақпарат кеңістігінде «Уақыт пен құндылық» мәселесінің теңдігі маңызды орынға шығады. Осындай жағдайда ғалымдар қоғамда тыныштық пен адами құндылықтарды сақтау үшін ақпаратты игеріп, сараптай алатын рухани проблемаларды барынша азайтуға мүмкіндік беретін әдістерді пайдалануы тиіс.

Ақпараттық кеңістік пен оны құрайтын медиажүйенің ортақ міндеті – бұл ақпараттық технологияны сауатты ақпараттық қоғам қалыптастыруға бейімдеу. Аудиторияға әсер ету қазіргі ақпараттық технологиялардың функциялары мен ерекшеліктерін меңгеруді қажет етеді. Ф.ғ.к., доцент А. А.Бейсенқұлов «Технологии новых медиа в казахстанских интернет – СМИ» атты ғылыми мақаласында, сауалнаманың нәтижесінде қазіргі заманғы қазақстандық интернет – БАҚ-қа материал беруде жеделдік, креативтілік, эмоцияның жетіспеуіне көз жеткізді. Респонденттер электрондық БАҚ беттерінде тартымды безендіру мен конвергенцияның жаңа нысандары жоқ және басқа сайттардан жаңалықтарды қайталау жиі орын алады деген пікірді ұстанған [9, 446 б.]. Бұл интернет басылымдарында жұмыс істеу жүйесінің әлсіздігін байқатты. Сонымен қатар, ақпараттық технологияларды пайдалана алмай отырғандарын көрсетеді. Журналистік этикаға жат тағы бір мәселе, басқа дереккөздерден көшіріп алу қысқа мерзімде көп ақпарат тарату кезінде орын алады. Тұтынушыларды құрғақ, көшірінді материалдармен ұзақ ұстап тұру мүмкін емес. Егер біз қоғамның ақпараттық сұранысын қанағаттандыра алмасақ, өзге елдердің ақпарат көздеріне қолжетімділік адами, ұлттық құндылыққа әсер етпей қоймайды. Сәйкесінше ақпараттық қоғамның даму қарқынына айтарлықтай кедергі болады. Осындай кемшіліктерді болдырмау үшін ақпарат-

тық өнімнің сапасын көтеру бағытында жұмыс істеу тәсілдерін қайта қарауды қажет етеді.

Желілік ақпарат қоғамында ақпарат алу көздерінің кеңеюі жылдам хабар жеткізіп қана қоймай адами, ұлттық құндылықтардың жұтылып кету қаупін тудырды. Бұл туралы ғалым Ұ. Есенбекова «БАҚ және қоғам» атты зерттеу еңбегінде «Қазіргі кезде виртуалды саясат жалған құбылыстарды сипаттау үшін жиі қолданылады. Нақты саяси немесе экономикалық процестерден тыс, екі жүзділікке, сананы бұрмалауға арналған технологиялардың бәрінде виртуалдылық орын алған» дейді [10]. Қазіргі таңда қоғам санасын виртуалды басқарудың салдарын өмір көрсетіп отыр. Әлеуметтік желілерге деген қызығушылық адам иммунитетіне нұқсан келтіреді. Ақпарат жариялаушы қоғамдық санаға виртуалды әсер ету ақпараттың ақиқаттылық индексі төмендететінін ескеру қажет. Нәтижесінде, ақпарат кеңістігіндегі ақпаратқа сенім де азаяды.

Қазіргі кезде авторлық блогтарға берілген сипаттамалардың бірі – олар бұқаралық ақпарат құралдарының орталықсыздандыру идеясын іске асырады. Өртүрлі көзқарастарды білдіретін блогтардың авторлары медиа-империялардың әсерін, олардың ақпарат пен қоғамдық пікір қалыптастыруға монополиясын барынша төмендетеді. Журналистік ақпараттық қызметте блогтарды пайдаланудың бірқатар оң сәттерін атап өтеді. Біріншіден, блогтардың аудиторияға әсер ету күші жоғары, себебі оқырмандар өздері ұнататын белгілі, мықты журналистердің блогына тіркеліп, тұрақты оқырманы болады, демек, олардың ақпараттары шынайы ретінде қабылданады, сәйкесінше сенім индексі де жоғары. Блогерлердің көпшілігі (мұнда бейне блоггерлер де) кәсіби журналист болып табылмайды, бірақ жеке пікір айту құқығын пайдаланатын әр түрлі мамандықтағы интернет пайдаланушылары. Ал әлеуметтік желілер жанама қарым-қатынастың негізгі арнасы болып табылады. Бұл өз кезегінде әлеуметтік медианы масс-медиаға жатқызу мәселесін өзектендіреді.

Негізгі бөлім. Талқылау. Бүгінгі таңда интернеттің арқасында қазақстандық пайдаланушылар уақыт пен қашықтық сияқты факторларға қарамастан ақпараттық қарым-қатынас жасауға зор мүмкіндік алды. Дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарынан гөрі біз интернет желісінің мүмкіндіктеріне жиі жүгінетін болдық.

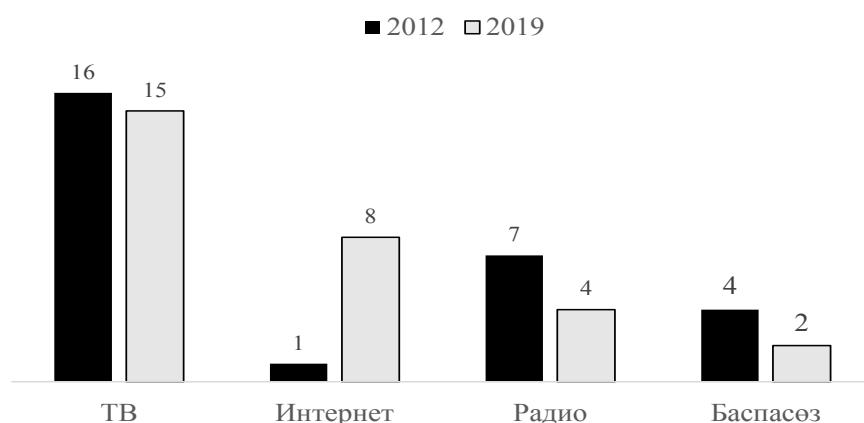
XX ғасыр 90-жылдың аяғында телевизия, радио, баспасөзбен қатар интернет-БАҚ медианың төртінші түрі ретінде қалыптаса бастады. Қазақстан Республикасы Заңнамасында «Интернет-БАҚ» ұғымы кез келген веб сайттар сияқты жеке және заңды тұлғаларға тиесілі. Ол бұқаралық ақпаратты (ұлттық немесе географиялық орынға тәуелсіз тарату үшін) бұқаралық коммуникация арқылы іске асыруға арналған [11].

Қазақстанның интернет аудиториясы жылдан жылға өсіп жатқаны белгілі. 2011 жылғы сәуір айындағы қазконтенттің статистикасына сүйенсек, интернет аудиториясы 5,6 млн. адамды (44 %) құрайды, оның 47%-ы күн сайын желіде отырады.

1. 5млн. адам (44%)	аудитория
2. интернетте	әр 4-шісі
3. мобильді интернетті қолданады	6%
4. күнсайын желіде	7%
5. интернеттегі үй шаруасы (15%)	3%

Сурет 1. Қазақстанның Қазконтент интернет аудиториясы.

Интернетті бұқаралық коммуникация ретіне қарастыра отырып, әлеуметтанушылардың интернетті масс-медиа жүйесіне жатқызатын пікірлеріне келіспейтіндер де бар. Оны желімен түгел қамтылмай отырғанымен түсіндіреді (Hammond et al., 2007). Солай бола тұра интернетпен қамту шапшаңдығы байқалады. Сонымен, ең танымал масс-медианың бірі интернет болып табылады, өйткені ол аудиторияны қарқынды қамтуды ұлғайтып қана қоймай, ақпарат тұтынушының көп уақытын интернетте өткізуіне себепші болды. Атап айтқанда, 2012 жылдан бастап 2019 жылға дейін адамдар интернетті пайдалануға жұмсайтын сағаттар саны сегіз есеге өсті. Оны 2-суреттен көре аласыздар.



Сурет 2. Адамдардың интернетті пайдалануға жұмсайтын сағаттар саны динамикасы

Интернет желісі ақпаратпен алмастырушы құрал ретінде желілік бұқаралық ақпарат құралдарын туғызды. Дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдары үшін әлеуметтік желілердің пайдасы және дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарынан желілік бұқаралық ақпарат құралдарының артықшылықтары зерттелу үстінде. Интернет арқылы адамдар өз ұстанымын белсенді білдіруге, естуге және ақпаратты жасап, оны тарата отырып, журналист рөлін орындауға мүмкіндік алуға құқылы. Контентті қабылдауға әсер ету, жедел байланыс орнату мен тасымалдауға негізделген ақпараттық технологияға ие бұқаралық коммуникациялық құралдары мықты болып табылады. Осылайша, қазіргі заманғы ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың дамуы желілік ақпараттық қоғамның парадигмасын қалыптастырушы фактор ретінде қарастырылады.

Осы күні Қазақстанда бұқаралық ақпарат құралдарын қолдау, дамыту және қаржыландыру саласындағы саясатты көрсететін «Ақпараттық Қазақстан – 2020» мемлекеттік бағдарламасы қолға алынды. Үкімет тарапынан жасалған осындай жобалар мемлекеттік басқару жүйесінің тиімділігін қамтамасыз ету, ақпараттық-коммуникациялық инфрақұрылымның қолжетімділігін қамтамасыз ету, қоғамның әлеуметтік-экономикалық және мәдени дамуы үшін ақпараттық орта құру, отандық ақпараттық кеңістікті дамытып, қазіргі медиажүйенің қалыптасуы мен дамуына үлес қосады [12].

Бұл бағдарламаның негізгі үшеуінде көрініс тапқан Отандық бұқаралық ақпарат құралдарын жаңғырту және Отандық ақпараттық контенттерінің өнімдерін ынталандыру, мемлекет қызметін ақпараттық сүйемелдеу бағыты БАҚ секторларын дамытуға арналады.

- «Отандық БАҚ-ты жаңғырту» бағытында берілген басымдықтар: отандық БАҚ-ты техникалық жаңғырту (эфирлік цифрлық теледидарды енгізу, өндірістік инфрақұрылымды дамыту, қазіргі заманғы технологияларды пайдалану және телевизиялық бағдарламалардың лентасыз өндірісін қолдану, цифрлық мұрағат құру, медиалық инфрақұрылымды дамыту);

- отандық БАҚ-тардың тарату географиясын кеңейту (жерсеріктік хабар тарату

желісін дамыту, электронды бұқаралық ақпарат құралдарының спутниктік операторлармен өзара іс-қимылын кеңейту, интернет желісінде мемлекеттік арналар мен баспа бұқаралық ақпараттық құралдарының онлайн түрінде берілуі, мемлекеттік емес дәстүрлі БАҚ желісіне шығу үшін жағдай жасау);

- Қазақстандық БАҚ-тың бәсекеге қабілеттілігін арттыру (бір мемлекеттік арнаны эксклюзивті материалдарды жеткізуші ретінде белгілеу, HD форматын дамыту, қазіргі заманғы баспа технологияларын дамыту, интернет-конференцияларды жандандыру үшін мемлекеттік БАҚ-тың құрылымы мен штаттық кестесін қайта қарау, мемлекеттік БАҚ-тың, интернет-ресурстарының жұмыс істеу тұжырымдамасын қайта қарау). Сайып келгенде, бұл бағыттың мазмұны қазіргі медиакеністіктің аумақтық ерекшеліктерін ескере отырып, әрекет ету үшін заманауи ақпараттық технологияларды енгізу мен меңгерудің тиімділігін нақтылайтын тұтынушының сұранысын қанағаттандыру және тәулік бойына ақпаратпен қамтамасыз ету, ақпаратқа қолжетімділікті жетілдіру және ақпараттық процесте аз уақытта көп ақпарат беру (уақыт-құндылық жүйесі) және оны экономикалық тұрғыдан оңтайлы ұйымдастыруды ақпараттық коммуникациялық технологияларға жүгініп реттеуге негізделген.

Әлеуметтік философияда заманауи ақпарат кеңістігіндегі медиажүйе туралы бірқатар түсініктер берілген. Медиажүйе белгілі бір қызметтік заңнамаға негізделіп жүйелі тәсілмен функциясын іске асырады. Ақпараттық сұранысты қанағаттандыру нормативтік құқықтармен жүзеге асырылады. Жоғарыда айтып өткеніміздей интернеттің пайда болуымен БАҚ өнімдерін тарату әдістерінің түрленуіне байланысты БАҚ-тың біртұтастығын қалыптастыру мен сақтаудың ғылыми теориялары жасалу үстінде.

М.В. Шкондин «Целостность системы СМИ» зерттеу еңбегінде, БАҚ жүйесінің тұтастығына қол жеткізу ақпараттық сұраныстарына сәйкес жандандырылатын бұқаралық ақпарат құралдарының функцияларын толыққанды әрі, тиімді орындау, қоғамның өмір сүру жағдайларын толық және объективті көрсетуге және тиісті бұқаралық коммуникацияларды қажет ететін ақпараттық қатынастардың барлық субъектілерін хабардар етуге жұмылу, қоғамның даму динамикасына сәйкес ақпаратты жинау, шығару және тарату, бұқаралық ақпарат құралдарында сөз сөйлеуші авторлардың кең шеңберін қоғамның рухани әлеуетін байытуға қабілетті, қоғамдық қатынастардың барлық шығармашылық белсенді субъектілерінің жиынтығына барабар қалыптастыруды қамтамасыз ету, серпінді және сапалы ақпараттың кең ағынын қалыптастыру үшін қазіргі заманғы ақпараттық технологияларға ие болу дейді [13, 165 б.]. Бұл тұжырымда заманауи ақпараттық технологиямен қоғамның рухани әлеуеті үшін сапалы ақпарат қалыптастыруды бұқаралық ақпарат құралдарының функциясы ретінде қарастырады.

Медиажүйенің түрленуі – оның функционалдық тұтастығы, әлеуметтік миссиясы көп жағдайда қоғамдық диалогтың коммуникативтік стратегияларына, социумда әлемді игеруге және қайта құруға бағытталған бұқаралық ақпараттық үдерістегі жариялылық пен ұжымдылық қағидаларына сүйеніп отыр. ... ғылымда, мәдениетте, саясатта, экономикалық және өзге де практикада теориялық, көркем, рухани-практикалық және практикалық игерудің нақтылық нәтижелері қоғамдық қажеттіліктер мен олардың даму мүмкіндіктерінен едәуір артта қалып отыр. Сондай-ақ, медиаконтенттер мен медиажүйенің өзі бұл нәтижелерді толық көрсетпейді. Дәлірек айтқанда, бұқаралық ақпарат құралдары ұсынған медиасуретте теориялық, көркем, діни-практикалық тұрғыдан қызметті меңгеру өркениетті қоғамдық трансформацияның әлеуеті ретінде бұқаралық аудиториямен, жалпы қоғаммен талап етілген өнімдерде толық көрініс таппайды деп отыр [14]. Біздің білуімізше, медиакеністік бұқаралық аудиторияның санасында қоғамның ақпараттық әлеуетінің негізінде шындыққа негізделген медиасурет қалыптастырады. Медиакеністіктің негізі құрылымдық білім, теледидар, радио, баспа, интернет БАҚ, ақпараттық агенттіктер және тағы басқалар [15, 187-

199 бб.]. Е.Л. Варганованың редакциясымен шыққан «Медиасистема России» кітабында қазіргі жағдайда қоғамның ақпараттық әлеуетін қалыптастыру, байыту, жаңарту және оны бұқаралық аудиториямен игерудің негізгі факторларының бірі медиажүйені оңтайландыру екендігі айтылған [16]. Бұл ретте масс-медияның әлеуметтік рөліне басымдылық беріліп отыр. Ақпарат БАҚ-тың негізгі өнімі, оның қоғамдық пікірге ықпал ету күші контентті жасау, қандай әсермен жеткізу, қай арнадан беруге байланысты.

Қазіргі қоғамдағы телекоммуникацияның, компьютерлердің және технологиялық өрлеудің дамуымен бұқаралық ақпарат құралдарының рөлі айтарлықтай өзгерді, мамандар «біздің көзімізде газеттердің баспа нұсқалары, дәстүрлі радио ғана емес, сонымен қатар, бұқаралық эфирлік телевизияның да интернет алдында коммуникация арнасы ретінде ұстанымдары бар. Жылдамдығы, ұтқырлығы, мультимедиялық, әмбебаптығы, интерактивтілігі – міне, қазіргі редакцияның және қазіргі заманғы медиакеңістіктің түйінді сөздері» деген [17, 6 б.].

Жаңа медиа цифрлы және интерактивті болуымен сипатталады. Бүгінде цифрлық технологияның жетістіктерімен қауышқан Қазақстанның шалғай елді мекендері спутниктік және кабельдік телеарнаны қосу арқылы өз таңдауы бойынша хабарларды көруге мүмкіндік алды. Caspio Net республикалық жерсеріктік арнасы – Еуропа, Орталық Азия, Орта Шығыс және Африканың солтүстік бөлігін қамтитын тәулік бойы жұмыс істейтін ақпараттық арна. Caspio Net әлеуетті көрермендері ретінде 99 млн. жазылушылар болып табылады. Жаңалықтарға басымдық беріледі. Таратылу блоктары қазақ, орыс және ағылшын тілдерінде дайындалады. Caspio Net телекөрермендерді Каспий аймағы мен бүкіл Орталық Азия елдерінде болып жатқан барлық маңызды оқиғалар туралы хабардар етуді мақсат етеді. «Хабар» агенттігіне тиесілі. Спутниктік және кабельдік теледидар нарығын екі ойыншы – «КАТЕЛКО плюс» спутниктік теледидар компаниясы және «Алма ТВ» кабельдік теледидар операторы бөлісті [18].

Ұлттық мүддеге ақпараттық технологияларды қолданатын барлық жетекші елдерде жаһандық ақпараттық қоғамға қосылу үшін мемлекеттік бағдарламалар әзірленуде және енгізілуде. А. Глинчикова «Ресей және ақпараттық қоғам» атты еңбегінде бұл бағдарламалар мына үш негізгі сұрақтарға жауап беретінін атап кеткен:

- 1) елдегі ақпараттық қоғамды құрудың мақсаты;
- 2) ақпараттық технологияларды қолдану аясын кеңейтуге, ақпаратқа қолжетімділікті жеңілдетуге, ұлттық ақпараттық кеңістіктің біртұтастығын арттыруға ықпал ететін саяси, экономикалық, мәдени және құқықтық жағдайларды жасауға бағытталған осы мақсатқа жету жолдары мен тәсілдерін айқындау;
- 3) қатысушылар – мемлекет, қоғам, бизнес арасындағы саяси, экономикалық, қаржылық және ұйымдық рөлдер мен жауапкершілікті бөлу [19, 32 б.].

Қазақстанда «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы халықтың цифрлық сауаттылығын арттыру арқылы жаһандық ақпараттық кеңістікке ену қарқынын жеделдетпек. «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы инфрақұрылымды дамытуға, адам капиталын жақсартуға, экономика саласын цифрландыруға және мемлекеттік қызмет көрсету жүйесін жетілдіруге бағытталады. Осыдан он жыл бұрын басталған ақпараттық технологияларды мемлекеттік секторға ендіру жұмыстарының бүгінгі жетілдірілген түрі ретінде «Цифрлы Қазақстан» тек бір ғана ІТ саласын емес, қоғамдағы өзге де салаларды дамытуға бағытталған [20]. 2020 жылы Солтүстік Қазақстан облысын цифрлық хабар тарату жүйесіне 100 пайызға көшіру жоспарланды. Жақын арада облыс орталығымен қатар жоғары сапалы отандық телеарналарды шалғай елді мекендер де көре алады. Сандық сигнал 27 қазақстандық телерадиоарнаға жеткізіледі. Облыста сандық теледидарды енгізу үдерісі 2013 жылдан бастап жүргізілуде. «Қазтелерадио» АҚ облыстық филиалы сол жылы сандық тарату желісін сатып алып, облыс орталығына сандық сапалы 27 арнаны таратты. Қазір-

гі уақытта 41 станцияны жаңарту және орнату жұмыстары жүргізілуде. Цифрлық хабар тарату станциялары тек аудан орталықтарында ғана емес, шағын елді мекендердің маңында да орналасады және өңірдің аумағын толық қамтиды. Бұдан басқа, Ресеймен шекараға жақын орналасқан бұл нысандар біздің отандастарымызға қазақстандық арналарды тегін қарауға мүмкіндік береді. Цифрлық хабар таратудың артықшылықтары, жоғары сападан басқа, түрлі кедергілерге төзімді өте үнемді әдіс, аз шығынды қорек көзі. Мамандардың айтуынша, бұл өңір жақын арада сандық технологияларға көшеді.

Бүгінгі таңда «Қазақстан» ұлттық арнасының аймақтық «QYZYLJAR» телеарнасы өз жаңалықтарын Фейсбук, Твиттер, Ютуб әлеуметтік желілерінде ұсынады. Бұдан басқа, «OTAU TV» спутниктік арнасы арқылы өңірлік телеарналардың хабарлары таратылады. Қазақстандағы бұндай бағдарламалар бұқаралық ақпарат құралдарын қолдау саласындағы ахуалды сапалы өзгерту, оның бәсекеге қабілеттілігін арттыру және қазақстандық контентті дамыту болатын. Ақпараттық кеңістікті мемлекеттік бюджеттік қаржыландыру 2012 жылдан 2015 жылға дейінгі кезеңде жыл сайын ұлғайды. Қазіргі таңда мемлекеттік ақпараттық кеңістікте айтарлықтай электрондық («Қазақстан» РТРК және «Хабар» Агенттігі) және баспа БАҚ (барлық тіркелгендердің 26% - ы) жұмыс істейді. 1994 жылы Қазақстан кеңістігінде теледидар мен радиохабар тарату түбегейлі реформаланды. Мемлекеттік телерадио хабарларын тарату «Қазақстан» компаниясының орнына «Қазақстан теледидары мен радиосы» республикалық корпорациясы құрылды. Бұл шешіммен оларды инвестициялаумен қатар, елдің әлемдік ақпараттық процестерге белсенді қолжеткізуін ынталандыруға оңтайлы жағдайлар жасалған. Бүгінгі таңда Орталық Азия өңірінде Қазақстанның электрондық БАҚ-тары қарқынды дамып келеді. «Қазақстан» РТРК елдегі ең ірі медиахолдинг болып табылады. Телеарна Астанадағы «Қазмедиа орталығынан» көрсетіледі. Қазақстанның барлық облыстарында филиалдық аймақтық желісі бар [20].

Қорытынды. Медиажүйе тұтастығы ақпараттың жариялылық пен ашықтық, функционалдық аспектіден тұрады. Функционалдық тұтастықты қалыптастыруда негізі ақпараттық қажеттіліктер болып табылады, оларды іске асыру өңірлік әлеуметтік кеңістіктің барлық субъектілері үшін ашықтықты, жариялылықты қамтамасыз етеді.

Әлемнің кез келген бұрышында адам өмірін қалыптастыратын және басқаратын негізгі қызметті жаһандық желілер негізінде ұйымдастыру мүмкіндігі бар: телекоммуникациялық және компьютерлік технологиялар рөлінің артуы масс-медияның құрылымына серпіліс әкелгенін байқадық. Интернет дәстүрлі медиа мен жаңа медиа үшін трансформацияның басты элементі. Ол ақпараттық және коммуникациялық элементтердің үйлесімі болып табылады. Осының көмегімен желілік медиадан ақпаратты тұтыну белсенділігі артқан. БАҚ-тың мәні мен ақпараттың әсер ету қарқынына қазіргі ақпараттандыру процесінің, соның ішінде, конвергенцияның ықпалы бар. Желілік бұқаралық ақпараттық коммуникация трендін айшықтайтын электронды ақпараттық технологияның шексіз мүмкіндіктері ашық ақпарат алаңын қалыптастырып, дамытады. Әлеуметтік журналистика әлеуметтік қатынастарға да, әлеуметтік құрылымға да әсер ете отырып, адамдар мен әлеуметтік топтар арасындағы қатынастарды реттеуге қатысады. Өйткені бұқаралық ақпарат құралдары жүйесінің жұмысы әлеуметтік мәселелерді шешуге, адамдарға құзыретті шешімдер қабылдауға, адамдар мен әлеуметтік институттарды әлеуметтік жағдайлар төңірегінде біріктіруге бағытталған. Осы жағынан интернет бірден-бір танымал медиа болып табылады. Қазіргі медиажүйеде дәстүрлі БАҚ-қа қарағанда электронды медианың танымалдығы артып отыр. Сондықтан да, желілік ақпараттық кеңістіктегі қазақстандық БАҚ-тың рөлін, ақпараттық құрылым мен ондағы жүйелі байланыстарды терең зерделеу, заманауи ақпараттық жүйенің қалыптасуы мен дамуын және қоғамның саяси ұйымы ретінде БАҚ-тың жұмыс істеу заңдылықтарын анықтау журналистика теориясының маңызды міндеті болып табылады. Жалпы, күрделі жаһандық және ұлттық фрагменттелген ақпараттық қоғамның медиажүйе

моделінде жоғарыда айтылған факторлар мен пәнаралық байланыс орын алуы тиіс. Шындықты игеру мен түрлендіру процесіндегі моделді іске асыру әлеуметтік білімнің интеллектуалдық әлеуетіне, соның ішінде, жеке бастың жауапкершілігіне байланысты. Қазақстанда жаһандық ақпараттық қоғамға кіру мақсаттары айқындалып, тәсілдерін, стратегияларын дамытуға қадамдар жасалып жатыр. Бұл бағытта ақпараттық технологияларды ұлттық және адами құндылықтарды тасымалдау мақсатында пайдалануға икемдесек, интеллектуалды қоғам қалыптастырып, медиажүйенің функцияналдық тұтастығын қамтамасыз етер едік.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Закупень Т.В. Правовые и организационные аспекты формирования информационного пространства государств участников СНГ. -Москва, 1999. – С. 239.
- 2 Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. – Москва: Аспект Пресс, 2004. – С. 352.
- 3 Масуда Й. Информационное общество как постиндустриальное общество. Москва, 1997. – С. 370.
- 4 Lewandowsky S., Cook J., Fay N., Gignac G.E. Correction to: Science by social media: Attitudes towards climate change are mediated by perceived social consensus. 2019. [Electronic resource] – URL: <https://link.springer.com/article/10.3758%2Fs13421-019-00965-x>. (Accessed: 05.06.2020)
- 5 Turel O., Cavagnaro D.R. Effect of Abstinence from Social Media on Time Perception: Differences between Low- and At-Risk for Social Media “Addiction” Groups. [Electronic resource] – URL: <https://doi.org/10.1007/s1126-018-9614-3> (Accessed: 05.06.2020)
- 6 Marcus A. Effect of Convergence Culture on Spectatorship. [Electronic resource] – URL: <http://journals.chapman.edu/ojs/index.php/e-Research/article/view/527/789> (Accessed: 05.06.2020)
- 7 Кастельс М. Власть коммуникации / пер. с англ. Н. М. Тылевич; под науч. ред. А.И.Черных. Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - Москва: Дом Высшей школы экономики, 2016. – С. 564.
- 8 Калмыков А.А. Информационное общество // Экономико-математический энциклопедический словарь / под ред. В. И. Данилов-Данильян. - Москва: ИНФРА-М, 2003. – С.182.
- 9 Булатова М.Б., Бейсенкулов А.А. Технологии новых медиа в казахстанских интернет-СМИ // Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ Хабаршысы. Журналистика сериясы – 2017. №3(118), 140 б.
- 10 Есенбекова Ұ.М. Қоғам мен коммуникацияның интерактивті үлгісі және виртуалды саясат тұжырымы // Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ Хабаршысы. Журналистика сериясы – 2018. №1 (122). – 145 б.
- 11 Бұқаралық ақпарат құралдары туралы Қазақстан Республикасының 1999 жылғы 23 шілдедегі N 451-І Заңы. [Электрон. ресурс] – URL: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=1013966 (Қаралған күні: 05.06.2020)
- 12 «Ақпаратты Қазақстан - 2020» мемлекеттік бағдарламасы және «Мемлекеттік бағдарламалар тізбесін бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2010 жылғы 19 наурыздағы № 957 Жарлығына толықтыру енгізу туралы. [Электрон. Ресурс] – URL: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/U1300000464> (Қаралған күні: 05.06.2020)
- 13 Шкондин М.В. Целостность системы СМИ / Шкондин М. В. // Средства массовой информации России / Алексеева М. И. [и др.]; под ред. Вартановой Е. Л., Засурского Я. Н., Шкондина М. В. — Москва: Аспект Пресс, 2011. –С. 391.
- 14 Демина И.Н. Сущность экономической журналистики // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2011. – № 1 (75). – С. 221.
- 15 Демина И.Н., Шкондин М.В. Медиа-система России: оптимизация методологических

аспектов / Проблемы теории и практики журналистики. – 2016. – Т. 5. № 2. – С. 199.

16 Медиа-система России: Учеб. пособие для студентов вузов / ред. Е.Л. Вартанова. – Москва: Аспект Пресс, 2015. – С. 384.

17 Макушин А.Б. Влияние информационных интернет-технологий на развитие новостных телевизионных форматов; Качкаева А. Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. – Москва: ВШЖ, 2010. – С. 6.

18 Республиканская телерадиокорпорация «Қазақстан». [Электрон. ресурс]– URL: <https://kaztrk.kz/ru> (Қаралған күні: 05.06.2020).

19 Глинчикова А. Россия и информационное общество. - Москва: АСТ, 2002. - С. 32

20 «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасын бекіту туралы. Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2017 жылғы 12 желтоқсандағы № 827 қаулысы. [Электрон. ресурс] – URL: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1700000827> (Қаралған күні: 05.06.2020)

А. Саурбаева¹, Д.П. Гавра²

*¹Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева,
Нур-Султан, Казахстан*

²Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

Теоретические аспекты современного информационного общества

Аннотация. В научной статье изучены особенности развития средств массовой информации в интернет-пространстве Казахстана и формирование информационного общества. Систематизированы теоретические подходы анализа процессов формирования информационного общества, определены задачи и основные направления медиации. Кроме того, предпринимается анализ состояния использования информационных технологий в интернет-СМИ, характеризующегося динамикой обратной связи между пользователями интернета и электронными средствами массовой информации. Таким образом, развитие современных информационно-коммуникационных технологий рассматривается как фактор формирования парадигмы сетевого информационного общества. В результате в медиа-системе была признана активность электронных средств массовой информации. Поднимается тема важности направления новой медиа системы на обеспечение потенциала, обновления, развития информационного общества.

Ключевые слова: информационное общество, информационное пространство, медиа-система, конвергенция, информационная технология, новая медиа, аудитория.

A. Sauyrbaeva¹, D.P. Gavra²

¹L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan

²St Petersburg University, Saint Petersburg, Russia

Theoretical aspects of the modern informational society

Annotation. The scientific article examines the features of the development of mass media in the Internet space of Kazakhstan and the formation of an information society. Theoretical approaches to analyzing the processes of information society formation are systematized, and the tasks and main directions of mediation are defined. In addition, to date, the state of use of

information technologies on the Internet in the media has been analyzed, which has caused feedback, through the dynamics of Internet users and electronic media. Thus, the development of modern information and communication technologies was considered as a factor in the formation of the paradigm of the network information society. As a result, the activity of electronic mass media was recognized in the media system. The topic raises the importance of directing the new media system to ensure the potential, renewal, and development of the information society.

Keywords: Information society, information space, media system, convergence, information technology, new media, audience.

References

- 1 Zakupen T.V. Pravovyye i organizatsionnyye aspekty formirovaniya informatsionnogo prostranstva gosudarstv uchastnikov SNG [Legal and organizational aspects of the formation of the information space of the CIS member states] (Moscow, 1999, 239 p.). [in Russian]
- 2 Prokhorov Ye.P. Zhurnalistika i demokratiya [Journalism and democracy] (Moscow, Aspect Press, 2004, 268 p.). [in Russian]
- 3 Masuda Y. (1997) Informatsionnoye obshchestvo kak postindustrial'noye obshchestvo [Information society as a post-industrial society] (Moscow, 1997, 370 p.) [in Russian]
- 4 Lewandowsky S., Cook J., Fay N., Gignac G.E. (2019) Correction to: Science by social media: Attitudes towards climate change are mediated by perceived social consensus 2019. [Electronic resource] Available at: <https://link.springer.com/article/10.3758%2Fs13421-019-00965-x> (Accessed: 05.06.2020)
- 5 Turel O., Cavagnaro D.R. (2019) Effect of Abstinence from Social Media on Time Perception: Differences between Low- and At-Risk for Social Media «Addiction» Groups. [Electronic Resource] – Available at: <https://doi.org/10.1007/s11126-018-9614-3> (Accessed: 05.06.2020)
- 6 Marcus A. Effect of Convergence Culture on Spectatorship. [Electronic resource] Available at: <http://journals.chapman.edu/ojs/index.php/e-Research/article/view/527/789> (Accessed: 05.06.2020)
- 7 Gastel's M. Vlast' kommunikatsii:[Power of communication] ucheb. posobiye [textbook] M. Kastel's; per. s angl. N.M. Tylevich; pod nauch. red. A.I. Chernykh; Nats. issled. un-t «Vysshaya shkola ekonomiki» (Moscow, Dom Vysshey shkoly ekonomiki, 2016, 564 p.) [in Russian]
- 8 Kalmykov A.A. Informatsionnoye obshchestvo [Information Society], Ekonomiko-matematicheskii entsiklopedicheskiy slovar' [Economic and Mathematical Encyclopedic Dictionary] pod red. V.I. Danilov-Danil'yan (Moscow, INFRA-M., 2003, 182p.) [in Russian]
- 9 Bulatova M.B., Beysenkulov A.A. Texnologii novih media v kazaxstanskih internet-SMI [Technology of new media in Kazakh Internet-SMI] L.N. Gumiliov atyndagy Eurasia ulttyk universitetinin Habarshisy. Zhurnalistika seriasi [Bulletin of the L.N. Gumilyov Eurasian National University.Journalism Series] 2017, №3(118). - P. 140. [in Russian]
- 10 Yesenbekova U.M. Kogam men kommunikatsiynyn interaktivty ulgisi zhane vvirtualdy sayasat tuzhyrymy [Interactive model of society and communication, and the concept of virtual politics] L.N. Gumiliov atyndagy Eurasia ulttyk universitetinin Habarshisy. Zhurnalistika seriasi [Bulletin of the L.N. Gumilyov Eurasian National University.Journalism Series] 2018, №1 (122). – P. 145. [in Kazakh]
- 11 Bukaralyk akparat kuraldary turaly Kazakstan Respublikasynyn 1999 zhylygy 23 shildedegi №451 Zany [Law of the Republic of Kazakhstan dated July 23, 1999 No. 451-I. About the mass media] [Electronic resource] Available at: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=1013966 (Accessed: 05.06.2020)
- 12 Akparatty Qazaqstan – 2020 memlekettyk bagdarlamasy zhane «Memlekettyk bagdarlamalar

tizbesyn bekitu turaly» Qazaqstan Respublykasy Prezidentynin 2010 zhyldy 19 nauryzdagy №957 Zharlygyna tolyktyru engizu turaly [About the state program» Information Kazakhstan-2020 «and making additions to the Decree of the President of the Republic of Kazakhstan dated March 19, 2010 No.957 «on approval of the list of state programs»] [Electronic resource] Available at: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/U1300000464> (Accessed: 05.06.2020)

13 Shkondin M.V. Tselostnost' sistemy SMI [Integrity of the media system] Shkondin M.V. Sredstva massovoy informatsii Rossii [Mass Media of Russia] M. I. Alekseyeva [i dr.] ; pod red. Ye.L. Vartanovoy, YA.N. Zasurskogo, M.V. Shkondina (Moscow, Aspekt Press, 391 p.) [in Russian]

14 Demina I.N. Sushchnost' ekonomicheskoy zhurnalistiki [Essence of economic journalism] Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii [Bulletin of the Irkutsk State Economic Academy] № 1 (75), P. 217–221 [In Russian]

15 Demina I.N., Shkondin M.V. Mediasistema Rossi: optimizacia metodologicheskikh aspektov [The media system of Resei: methodologies aspectitaylandyryu] Zhurnalistika teoriiy men praktikasy maselely [Journalism of the theory of men practitioners of museleri] (T. 5, 2016, No. 2. P. 199). [in Russian]

16 Vartanova E.L. Mediasistema Rossii [Media system of Russia] (Moscow, Aspekt Press, 2015, 384 p.). [in Russian]

17 Makushin A.B. Vliyanye informatsionnykh internet-tehnology na razvytye novostnykh televyzyonnykh formatov [Intelligence Internet Information Technologies in Developing New TV Formats]; Kachkaeva A.G. Zhurnalistika b konvergentsiya: pochemu b kak tradytsionnye SMI prevrashaytsya v multimediinye [Journalism and Convergence: How Do Traditional SMEs Come Out In Multimedia] pod red. A.G. Kachkaevoi. (Moscow, VSHZH, 2010, p. 6.). [in Russian]

18 Respublikanskaya telekorporatsiya «Kazakhstan» [Republican TV and radio Corporation «Kazakhstan»]. [Electronic resource] Available at: <https://kaztrk.kz/ru>– Internet sources (Accessed: 05.06.2020)

19 Glinchikova A. (2002) Rossiya i informatsionnoye obshchestvo [Russia and the information society] (Moscow, ACT, P. 32) [in Russian]

20 «Cifrylyk Kazakhstan» memlekettik bagdarlamasyn bekitu turaly. Kazakhstan Respublykasy Ukimetinin 2017 zhylygy 12 zheltoksanynyndagy №827 kaulysy [On approval of the state program «Digital Kazakhstan». Resolution of the Government of the Republic of Kazakhstan dated December 12, 2017 No. 827] Available at: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1700000827> (Accessed: 05.06.2020)

Авторлар туралы мәлімет:

Сәуірбаева Ә.Ж. – Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің докторанты, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Гавра Д.П. – социология ғылымдарының докторы, профессор, Санкт-Петербург мемлекеттік университеті, Санкт-Петербург, Ресей.

Сауырбаева А.З.Н. – PhD student of L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan.

Гавра Д.П. – PhD of Sociological Sciences, Professor, St. Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia.

БАСПА ІСІ / ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО / PUBLISHING



МРНТИ 19.51.61

А.С. Кузембай, М.О. Негизбаева, У.С. Кузембай

*Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Алматы, Казахстан*

(E-mail: kuandykova1995@bk.ru, marlanonneg@gmail.com, uldanakuzembay@gmail.com)

Жанр манхва в книжном деле: история и перспективы развития

Аннотация. Манхва представляет собой корейские комиксы. Данный термин несет в себе несколько значений. Его используют для определения анимационных мультфильмов и карикатуры. Манхва схожа с японской «Манга» и китайской «Маньхуа». Несмотря на то, что у них есть много общих черт каждая из этих мини-книг обладает собственными особенностями. Манхва находилась под влиянием истории Кореи.

Статья посвящена изучению роли жанра манхва в книгоиздании. В процессе исследования сделан анализ различий между обычной книгой и иллюстрационной книгой. Важным аспектом в работе является демонстрация влияния манхвы на восприятие читателя. Также предприняты попытки научного обоснования популярности и успешности комиксов манхва в Южной Корее и полезность данного жанра в отечественном книжном деле. Цель исследования заключается в определении роли жанра манхва в издательском деле. Методами исследования являлись обзор научной литературы по теме, социологический опрос, сравнительный анализ. Научная ценность работы состоит в том, что тема малоизучена в казахстанской науке. Она представляет собой теоретический материал для дальнейших исследований и имеет практическую значимость в издательском деле.

Ключевые слова: манхва, комиксы, иллюстрации, аниме, книги, вебтун.

DOI : <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2020-131-2-59-68>

Поступила: 24.05.20/**Доработана:** 30.05.20/**Допущена к опубликованию:** 09.06.20

Введение. В настоящее время манхва является художественно-культурным достоянием Южной Кореи. Также эти интересные комиксы в формате книг популярны не только у себя в стране, но и за ее пределами. Актуальность данной темы заключается в том, что жанр манхва достоин большего внимания в книжном деле и может способствовать коммерческому успеху печатной продукции, так как представляет собой эффективный ассоциативный инструмент. В исследовании изучены истоки данного жанра, его влияние и место в издательском деле. Несомненен вклад казахстанских авторов комиксов в печатное дело. Они выставляют комиксы на своих интернет-платформах и издают книжки. Нужно отметить, что казахстанские специалисты выпускают комиксы, основываясь на исторических событиях, фольклоре, национальных сказках. Печальным фактом является то, что у отечественных комиксов малое количество читателей. Предпринята попытка выявления причин и возможных ответов по этой проблеме.

Основная часть. Следует обратиться к опыту Южной Кореи, чтобы понять возможности жанр манхва и его влияние на развитие издательского дела в Южной Корее. Книжное дело зародилось в Корее в I в. н. э. По письменным источникам во времена существования таких государств, как Силла, Когурё, Пэкче это (I в. до н. э. - VII в. н. э.) появлялись сочинения по гуманитарным наукам. В те времена были популярны также сочинения китайских философов и историков, а с инфильтрацией буддизма уже буддийские трактаты. Старинные корейские книги были рукописными. Они были написаны древнекитайским литературным языком вэньян, а также на «ханмуне» и на «иду» (вэньян по корейской версии). Рукописи писались в храмах, монастырях и библиотеках. В корейских манускриптах и свитках метки на страницах размещали сверху вниз, а их вертикальные полосы читались справа налево [1]. На лист бумаги, который был предназначен для рукописи, предварительно надевали специальную разграфлённую рамку на несколько вертикальных полос. Манускриптные книги имели широкое распространение до начала XX века. Одни из самых больших хранилищ с рукописными книгами находятся в Южной Корее, КНДР, Японии, США и Казахстане [2]. При создании рукописных книг люди проектировали книгу таким образом, чтобы ее удобно было читать. И это, конечно, благоприятно сказалось на ее массовом распространении.

Книги манхва читаются горизонтально слева направо, так как текст на хангыле (корейские йероглифы) пишется в таком порядке. Однако в некоторых случаях он может быть записан так же, как японский и китайский, то есть вертикально - справа налево, а читаются они сверху вниз. Главным современным отличием анимации в Японии и Южной Корее является то, что Япония по манге снимает аниме, а Корея по манхве экранизирует телесериалы и фильмы (рис.1). Манхву можно рисовать различными интернет-программами FireAlpaca, Artweather, Painttoolsai. Стоит отметить южнокорейские издания, которые выпускают манхва – это DaiwonC.I., HaksanPublishing, SeoulCultureCorporation, ComicsToday, eComiX, GCKBook и многие другие [3]. За счет экранизации манхвы государственные телеканалы получают большое количество просмотров. Это создает дополнительные рабочие места и дает возможность дебютирующим актерам стать популярными. Поэтому Южная Корея известна всему миру не только развитой технологией, но и «корейской волной» - «Hallyu» (так принято называть распространение современной культуры Кореи за пределами страны).

Если говорить о современном развитии манхва на данный момент, то это «вебтуны». Вебтун – это онлайн версия корейской манхва, которая впервые появилась в Южной Корее в 2003 году. Авторы вебтунов размещают новые эпизоды на порталах еженедельно, объединяют серии комиксов в сезоны. Южнокорейская компания Naver создала интернет платформу (Naver Comics), где можно публиковать вебтуны для чтения. Число ежедневного посещения сайта составляет около 5-6 миллионов, возраст любителей комиксов варьируется от 20 до 35 лет [4]. Манхва создают для разных возрастов, однако в последнее время пользуется спросом «Хыксыбманхва». Эти манхва предназначены для детей, которые только учатся алфавиту. Родители вместо обычных книжек покупают красочные манхва книжки, так как по ним детям легче воспринимать информацию, то есть манхва содержит смысловую нагрузку, несет познавательную функцию.

Стоит отметить, что за чтение манхвы оплата не взимается до определенной главы. Naver поддерживает начинающих художников и писателей, открыв свободный доступ к своей платформе. Таким образом, возможно дальнейшее трудоустройство молодых дарований. Стоит отметить, что развитие и распространение вебтуна имели определенные трудности в начале своего становления [5]. Интернет вернул к жизни корейскую индустрию комиксов. Рисование и одновременное чтение комиксов в сети в Корее обрело популярность недавно. Корейские комиксы долгое время занимали нелегальную нишу в книжном бизнесе.

В октябре 2005 года три крупнейших корейских издателя манхвы - Sigongsa,

SeoulCulturalPublishers и Naksan - объединили свои усилия для создания издания IceKunion. Они выпускали не только веб-комиксы (онлайн манхва), но также занимались поставкой книжной версии манхвы. На данный момент данное издание хорошо закрепилось на рынке комиксов в Америке, но уже во главе с американскими художниками Курт Хасслером и Рич Джонсоном. Издание зарабатывает от 200 000 долларов в год. Общая стоимость чтения книги онлайн обычно составляет около 2 долларов [6]. Комикс в Корее стоит 5-10 долларов США. Стоимость зависит от переплета.

Еще одним фактом прибыльности стало распространение в Корее читательских залов в библиотеках, называемых «манхвабанг» или «комические комнаты», где посетители могут арендовать мангу за долю от покупной цены книги. Деньги за аренду и покупку книги поступают в издательские дома.

Жанр манхва, несомненно, внес свою лепту в издательское дело Южной Кореи, эту гипотезу подтверждает действие со стороны правительства. В 2010 году государство создало Корейский фонд развития комиксов и открыло «Korea Manhwa Museum» (Корейский музей комиксов) в городе Пучхон. Также каждый год в городе проводится международный фестиваль комиксов, он считается одним из крупнейших в Азии.

В международной выставке могут принимать участие и дети. В программу фестиваля входят увлекательные мероприятия, которые понравятся не только большим любителям комиксов, но и людям, далёким от этого вида искусства. Торжество проводится в целях развития анимационной индустрии, увеличения заинтересованности в искусстве среди населения, развития региона и повышения его статуса в качестве города с развитой культурой комиксов [7]. Учитывая динамику популярности комиксов в мире, можно констатировать, что это благоприятно отражается на экономике страны.

По данным Korea Times, правительство подвергало цензуре комиксы до конца 90-х годов, считая их ненужными. В 60-х-70-х годах, если у школьника находили в сумке комиксы, то наказывали не только его, но и его родителей. В одно время в школах и учебных заведениях сжигали конфискованные у учеников комиксы. Каждый год перед мэрией Сеула в присутствии представителей СМИ демонстративно сжигались тысячи комиксов. Власти считали, что комиксы пропагандируют насилие, и тем самым повреждают психику подростков (рис.1) [8]. Возможно, такой шаг был оправдан снижением успеваемости в школе. Внимание школьников занимали больше комиксы, нежели учебники.



Рисунок 1. Герои комиксов

В середине 90-х годов правительство Кореи арестовало более ста карикатуристов и издателей, которые подозревались в распространении «нецензурных» комиксов. Чуть позже комикс-издания были закрыты в связи с экономическим кризисом в стране. Сильным и последним ударом для индустрии комиксов послужило пиратство. С появлением интернета и засчет техники сканирования комиксы распространялись в сети бесплатно. По причине

того, что первые комиксы были отсканированными версиями манхвы, вебтуны рисовали по такому же принципу [9]. Публиковали комиксы, следуя традиционной форме печати. Издатели использовали макеты для рисования, смоделированные как книжные страницы. Читатели комиксов в сети переходили на следующую страницу комикса, используя кнопку интерфейса, и это было неудобно.

В начале 2000-х годов в культуре корейских комиксов появилась новая форма зарисовки. Теперь комиксы можно было рисовать на длинном вертикальном макете, который нужно было не перелистывать, а прокручивать.

С появлением планшетов и смартфонов авторы и читатели перешли на мобильные приложения. Это гораздо упростило чтение. В интернете пользователь может находить комикс по жанру, работает система автоматического пролистывания, также можно оставлять комментарии. Комиксы дополнили интересными анимациями и аудиозвуками [10]. Издатели и художники делали все возможное, чтобы пользователям было легче читать комиксы. Также старались удивлять их новыми тенденциями: аудиозвуки и анимацию в основном применяли для детских комиксов. Сказки «Маленький принц», «Русалка», «Золушка» были изданы в виде манхвы на корейском языке.

Благодаря коммерческому успеху веб-комиксов интернет-порталы начали продвигать свои работы уже на мировой рынок. К примеру, в 2012 году корейский портал Daum вложил финансы в онлайн-платформу Taras для продвижения своих комиксов на североамериканском рынке. В 2013 году популярный южнокорейский портал Naver провел свою первую издательскую выставку «Webtoons» на книжной ярмарке во Франкфурте. На самом деле вебтуны приносят хорошую прибыль издательским домам. Согласно данным Naver, некоторые из их авторов зарабатывают до 70-100 тысяч долларов ежемесячно [11]. Несмотря на трудности корейские издания решили продвигать данный жанр за рубежом. Это принесло им мировую популярность и финансовую прибыль.



Рисунок 2. Корейский комикс «Мисэн»

По вебтунам снимают лайв-экшены, как сериалы, так и фильмы. Корейская аудитория очень лояльна к комиксам. Когда экранизируют манхву, всегда щепетильно сравнивают вебтун и экранизацию. Корейский зритель приходит в восторг, если актёры похожи на персонажей из манхвы, и бывают крайне огорчены, если сценаристы упускают важную

сюжетную линию или героя. С 2012 года по сегодняшний день были экранизировано около 100 вебтунов в качестве фильмов и сериалов. Так, на экранах появились дорамы, которые имели высокие рейтинги по стране и имели успех за рубежом: «Сыр в мышеловке», «Невеста речного бога», «Гоблин», «Секретарь Ким», «Мисэн: неполная жизнь» (рис.2) [12]. Однако если корейскому зрителю не понравится работа, то производителям сериала остается смириться с критикой.

Одно из важных отличий корейской манхвы от японской манги - это то, что в вебтунах нестандартно используют цветовую гамму, тогда как японская манга публикуется в черно-белом формате. Если раньше книги манхва публиковались и приносили прибыль издательским домам, то сейчас они перешли в интернет-платформу.

Если обратиться к отечественной индустрии комиксов, можно констатировать малую популярность данного жанра среди читателей и, соответственно, среди издателей. Среди казахстанских работ в этом жанре можно отметить иллюстрации М. Мусабекова и Б. Мырзахметова с историческим контекстом. Их работа Golden Warrior - Золотой воин (рис. 4) написана в жанре псевдоисторической сказки: история Золотого человека связана с сакской царицей Томирис и царём Киром. Известен комикс М. Мусабекова «Ермек Батыр» (рис. 4), который за короткое время успел завоевать популярность не только на территории СНГ, но и за ее пределами. Так, фанаты комиксов из России, Украины и Белоруси скупили половину всего тиража казахстанского комикса, американцы имели возможность купить его на онлайн-платформе Amazon.com. По мнению М. Мусабекова, в США продвигать комиксы намного проще и выгоднее.

«В Казахстане только начали понимать и привыкать к иллюстрированным книгам. А низкие продажи объясняются тем, что комиксы у нас считаются непопулярным видом литературы, во-вторых, незаинтересованностью аудитории, и, в-третьих, заблуждением о том, что казахстанский продукт не может быть качественным. С таким стереотипом, конечно надо бороться», - отметил Мусабеков [13]. Художники имеют планы на будущее: экранизировать свои работы и таким образом познакомить мир с культурой и историей Казахстана.



Рисунок 3. Комикс «Ермек батыр» и «Золотой воин»

С целью определения популярности жанра манхва в Казахстане мы провели социологический опрос в городах Алматы и Нур-Султан. В опросе участвовали 327 человек возрастной категории 15-55 лет. Результаты опроса показали, что большинство из них не знали о жанре манхва, не слышали о казахстанских комиксах, но будут рады отечественным комиксам и готовы их купить (рис. 4).

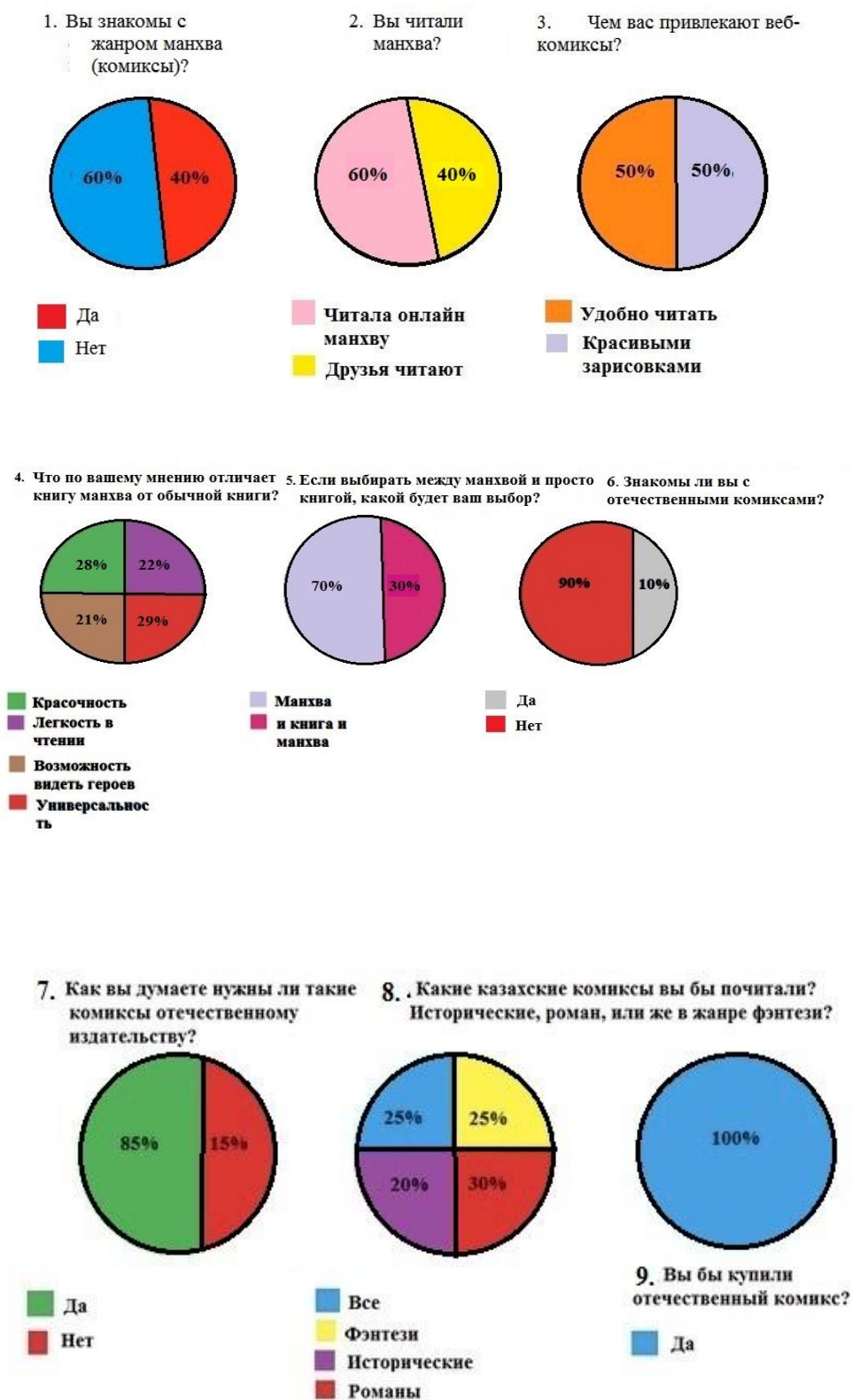


Рисунок 4. Опрос казахстанцев о жанре манхва

Также были опрошены отечественные издатели: главный редактор журнала «Good House Keeping.KZ» А. Отарбаева и арт-директор Издательского дома «Partners Media Group» М. Ким. В беседе акцент был сделан на такие вопросы, как «Востребованы ли комиксы в издательском бизнесе?» и «Какова вероятность их конкурентоспособность на казахстанском рынке». Выяснилось, что они мало знакомы с жанром манхва. Но считают, что если комиксы будут производиться по принципу «полезно и недорого», а также при хорошей рекламной кампании, комиксы могут стать популярными в стране.

Вывод. Данный жанр появился в книгоиздательстве Южной Кореи приблизительно в 1960-е годы. Истоки жанра - японская манга, именно поэтому у них есть много общих черт. Если говорить о наиболее раннем появлении в Корее иллюстрированной книги, то дата приходится на XVIII век. Живопись на тот период воспроизводилась техникой каллиграфии и печатной гравировкой. С годами жанр преобразовывается. В начале становления как жанра в издательском деле манхва столкнулась с различными проблемами: цензура, спад экономики в стране и пиратство. Однако с появлением веб-комиксов и распространением манхва за рубежом жанр закрепил свои позиции в издательском деле. Также с появлением манхва обрел новую жизнь дизайн книг.

Нужно отметить преимущества манхва над обычной книгой. Главные факты, заслуживающие внимания – это красочность в оформлении книг, интересные зарисовки и иллюстрации, которые делают представление о содержимом комикса более осязаемым. А второй факт – это практичность. Практичность заключается в информативности книг манхва.

Многие ошибочно считают, что комиксы представляют собой лишь увеселительные книжки. Однако в последние годы издатели Кореи начали выпускать научные и образовательные манхва. Обучение с практичными комиксами читателю дается легче.

Финансовое положение корейских издательств, работающих с этим жанром, улучшилось, они вышли на мировую книжную арену. Манхва повлияла на культуру телевидения в Корее. Государственные и коммерческие каналы, транслирующие сериалы на основе манхва, достигли больших рейтингов. Издание комиксов поддержало правительство Кореи, был создан корейский фонд комиксов и открыт корейский манхва музей в городе Пучхон.

Опрос казахстанцев с целью определения того, нужны ли комиксы отечественным изданиям и будут ли они хорошо приняты читательской аудиторией, показал положительный результат. В начале анкетирования опрашиваемые были проинформированы о жанре манхва. По результатам исследования стало известно, что казахстанская аудитория в большинстве своем не знала о жанре манхва. Но были те, кто читает веб-комиксы. Это были молодые люди от 17 до 28 лет, которые отметили преимущества манхвы по сравнению с обычной книгой. Более старшее поколение разделилось во мнениях: одни поддерживают данную новинку в издательском деле, другие считают, что эти комиксы стеснят обычные книги, которые станут невостребованными. Отрадно, что большинство опрошенных высказалось за развитие отечественных комиксов.

Таким образом, жанр манхва сыграл важную роль в развитии оформления книги, так как использование различных инструментов иллюстрирования, шрифтов, форм и видов манхвы придавало обычной книге красочность и эксклюзивность. Подытоживая, можно сказать, что вероятно появление жанра манхва в книжном деле Казахстана, и, возможно она продвинет книгопечатание в стране на новый уровень.

Список литературы

- 1 Исследование и перевод Л.Р. Концевича «Хунмин Чоным» (Наставление народу о правильном произношении). – Москва: Наука. – 1979. - С. 145.
- 2 Пак М.Н. Очерки ранней истории Кореи. – Москва: Изд.: МГУ. - 1979. – С. 240.

- 3 Леонов В.Ю. Творчество Осаму Тэдзуки как ключевой компонент формообразования манга // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики: Матер. Междунар. конф. Тамбов: Грамота, 2013. - № 6 (32), часть 1. –104-106 с.
- 4 Калинина В. Что нужно знать о вебтунах [Электрон. ресурс]. - URL: <http://atimemag.ru/books/webtoon/> (Дата обращения: 24.04.2020)
- 5 Чевычалова М. Вебтун: комиксы по-корейски [Электрон. ресурс]. - URL: <https://dtf.ru/read/16778-vebtun/> (Дата обращения: 24.04.2020)
- 6 Глухарева О.Н. Искусство Кореи с древнейших времен до конца XIX в. -Москва, 1982. - 142 с.
- 7 Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): Учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. - Москва: Изд.: Академия, 2003. - 128 с.
- 8 Иванов Б. Введение в японскую анимацию. -Москва, 2001. – 782 с.
- 9 Леонов В.Ю. Журнал «Gagó» - новое течение в манга XX века // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культуролога: Матер. межд. конф. – Москва. – 2015. -111-115 с.
- 10 Лазутина Г.В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики // Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика. -2010. - №6.
- 11 Гафуров Б.Г. и др. История Кореи (с древнейших времен до наших дней). -1974. - 470 с.
- 12 Цой И.В. Корейская литература начала XXI- века – 2003. - 67 с.
- 13 Трубачева Т. Почему казахстанские комиксы всё равно лучше продавать в США [Электрон. ресурс] – URL: https://forbes.kz//process/odnajdyi_vodnoy_vselennoy_1563529415/ (Дата обращения: 24.04.2020)

А.С. Күзембай, М.О. Негізбаева, У.С. Күзембай

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

Кітап ішіндегі манхва жанры: тарихы мен даму болашағы

Андатпа. Манхва – корейлік комикстер. Бұл терминнің бірнеше мағынасы бар. Анимациялық мультфильмдер мен карикатуралардың анықтамасы ретінде қолданылады. Манхва жапондық манга мен қытай манхуасына ұқсас. Олардың көптеген ортақ белгілері болғанына қарамастан, осы шағын кітаптардың әрқайсысының өзіндік сипаттамалары бар. Манхваға Кореяның тарихы әсер етті. Мақала кітап шығарудағы Манхва жанрының рөлін зерттеуге арналған. Зерттеу барысында қарапайым кітап пен иллюстрациялық кітапқа талдау жасалды. Шығарманың маңызды аспектісі – манхваның оқырман қабылдауына әсерін көрсету. Оңтүстік Кореядағы манхва комикстерінің танымалдығы мен айшықтылығын және осы жанрдың отандық кітап ішіндегі пайдалылығын ғылыми тұрғыдан негіздеуге тұжырым жасалды. Зерттеудің мақсаты – манхва жанрының баспа ішіндегі рөлін анықтау. Зерттеу әдістері тақырып бойынша ғылыми әдебиеттерге шолуды, әлеуметтік сауалнаманы, салыстырмалы талдауды құрайды. Жұмыстың ғылыми құндылығы тақырыптың қазақстандық ғылымда жеткіліксіз түсінілгендігінде және ғылыми зерттеулер үшін теориялық материал ретінде, сонымен бірге, баспада практикалық маңыздылығын дәлелдеуден тұрады.

Түйін сөздер: манхва, комикстер, суреттер, аниме, кітаптар, вебтун.

A.S. Kuzembay, M.O. Negizbayeva, U.S. Kuzembay
Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

Manhwa genre in the book business: history and development prospects

Abstract. Manhwa is a Korean comic book. This term has several meanings. It is used as a definition of animated cartoons and caricatures. Manhwa is similar to the Japanese Manga and the Chinese Manhua. Despite the fact that they have many common features, each of these mini books has its own characteristics. Manhwa was influenced by the history of Korea. The article is devoted to the study of the role of the Manhwa genre in book publishing. In the process of research, an analysis is made between a regular book and an illustration book. An important aspect of the work is the demonstration of the influence of manhwa on the reader's perception. Attempts have also been made to scientifically substantiate the popularity and success of manhwa comics in South Korea and the usefulness of this genre in domestic book affairs. The purpose of the study is to determine the role of the manhwa genre in publishing. Research methods constitute a review of the scientific literature on the topic, a sociological survey, a comparative analysis. The scientific value of the work lies in the fact that the topic is poorly understood in Kazakhstani science and represents theoretical material for further research, as well as practical significance in publishing.

Keywords: manhwa, comics, illustrations, anime, books, webtoon.

References

- 1 Issledovanie i perevod L.R. Koncevicha «Hunmin CHonym» Nastavlenie narodu o pravil'nom proiznoshenii [Study and translation by L.R. Kontsevich «Hongmin Chonym» Instruction to the people about the correct pronunciation] (Moscow, Nauka, 1979, 145 p.). [in Russian]
- 2 Pak M.N. Ocherki rannei istorii Korei [Essays on the Early History of Korea]. (Moscow, Izd.: MGU, 1979, 240 p.). [in Russian]
- 3 Leonov V.Yu. Tvorchestvo Osamu Tedzuki kak klyuchevoj komponent formoobrazovaniya manga [Osamu Tezuka Creativity as a Key Component in Manga Formation], Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki: Mater. Mezhdunar. konf. Tambov: Gramota, 2013. - № 6 (32), chast' 1. –P. 104-106. [in Russian]
- 4 Kalinina V. Chto nuzhno znat' o vebtunah [What you need to know about webtunes]. [Elektronic resource] - URL: <http://atimemag.ru/books/webtoon/> – (Accessed: 24.04.2020) [in Russian]
- 5 Chevychalova M. Vebtun: komiksy po-korejski [Webtun: Korean Comics]. [Elektronic resource] - URL: <https://dtf.ru/read/16778-vebtun> (Accessed: 24.04.2020) [in Russian]
- 6 Gluhareva O.N. Iskusstvo Korei s drevnejshih vremen do konca XIX v. [The art of Korea from ancient times to the end of the XIX century] (Moscow, 1982, 142 p.) [in Russian]
- 7 Anisimova E.E. Lingvistika teksta i mezhkul'turnaya kommunikaciya (na materiale kreolizovannyh tekstov) [Text Linguistics and Intercultural Communication (based on Creolized Texts)]: Ucheb. posobie dlya stud. fak. inostr. yaz. vuzov. – (Moscow, Izd.: Akademiya, 2003, 128 p.). [in Russian]
- 8 Ivanov B. Vvedenie v yaponskuyu animaciyu [Introduction to Japanese Animation]. (Moscow, 2001, 782 p.). [in Russian]
- 9 Leonov V.Yu. Zhurnal «Garó» - novoe techenie v manga XX veka [Garó Magazine - A New Trend in 20th Century Manga] (Moscow, 2015, 111-115 pp.). [in Russian]
- 10 Lazutina G. V. Zhanr i format v terminologii sovremennoj zhurnalistiki [Genre and format in the

- terminology of modern journalism] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10, Zhurnalistika. [Bulletin of the Moscow University. Series 10, Journalism] -2010. - №6. [in Russian]
- 11 Gafurov B.G. Istoriya Korei (s drevnejshih vremen do nashih dnei) [History of Korea (from ancient times to the present day)]. (1974, 470 p.). [in Russian]
- 12 Coj I.V. Korejskaya literatura nachala XXI- veka [Korean literature of the beginning of the XI-century] (2003, p. 67)
- 13 Trubacheva T. Pochemu kazahstanskije komiksy vsyo ravno luchshe prodavat' v SSHA [Why Kazakhstan comics are still better to sell in the USA]. [Elektronik resurs] – URL: https://forbes.kz/process/odnajdyi_vodnoy_vselennoj_1563529415/ (Accessed: 24.04.2020). [in Russian]

Сведения об авторах:

Кузембай А.С. – магистрант 2 курса кафедры издательско-редакторского и дизайнерского искусства Казахского национального университета им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

Негизбаева М.О. – кандидат филологических наук, доцент кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе Казахского национального университета им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

Кузембай У.С. - магистрант 2 курса кафедра всемирной истории факультет истории, археологии и этнологии Казахского Национального Университета им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан

Kuzembay A.S. – 2nd year Master’s student, Department of Publishing, Editing and Design art, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

Negizbayeva M.O. - Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of UNESCO, International Journalism and Public Media, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

Kuzembay U.S. - 2nd year master student of the Faculty of History, Archeology and Ethnology Department of World History at the Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.



XFTAP 19.61.51

Р.Д. Кертәев¹, С. Гезгин²

¹Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан

²Ыстамбұл Университеті, Ыстамбұл, Түркия

(E-mail: rinakhabar@mail.ru, suatgezgin@gmail.com)

«Хабар» телеарнасы аудиториясының қажеттілігі мен қызығушылығын зерттеу

Андатпа. Мақалада Қазақстан тұрғындарының «Хабар» арнасын медиатұтыну ерекшеліктерін айқындауға арналған зерттеу нәтижелері қарастырылды. Зерттеу мақсаты – тұрғындардың медиаталғамын анықтауға бағытталды. Бұқаралық ақпарат құралдарының аудиторияға ықпалын зерттеуде негізгі коммуникация техникалық құралдарына қолжетімдіктен бастап, түрлі ақпарат көздеріне сенімділік деңгейі, ақпараттық тақырыптарды таңдау сарындары, түрлі дереккөздерін белсенді қолдану амалдарын қарастыру, әлеуметтік желілерді таңдау мен белсенділігі зерттеу жұмысының басты міндеттері саналды. Әлеуметтік зерттеудің «Хабар» агенттігінің қоғамдық даму стратегиясын анықтаудағы орнын айқындау жұмыстың ғылыми және қолданбалы маңызы саналады. Зерттеу жұмысында қолданбалы әлеуметтік зерттеу әдістері қолданылды. Жұмыстың методологиялық негіздеріне сандық және сапалық зерттеулер, атап айтқанда, тұрғындар арасындағы бұқаралық сауалнама, фокус-топтық талдаулар жатады. Сауалнамада демографиялық, гендерлік, жас, этникалық және әкімшілік ерекшеліктеріне қатысты анкеталық, фокус-топтық зерттеулер жүргізілді.

Зерттеу жұмысының нәтижелері көрсеткендей, «Хабар» аудиториясының медиаталғамына, ақпаратқа қолжетімдік және қоғамдық көзқарастарына қатысты бұқаралық ақпарат көздерін пайдалану рейтингісі және сенімділік деңгейі анықталатынын дәлелдеді. Зерттеу жұмысының нәтижелері БАҚ аудиториясын және әлеуметтік журналистика мәселелерін зерттеуде практикалық маңызды.

Түйін сөздер: «Хабар» арнасы, БАҚ аудиториясы, ақпарат көздері, медиатұтыну, медиаталғам, әлеуметтік зерттеулер, әлеуметтік желілер.

DOI : <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2020-131-2-69-80>

Түсті: 06.05.20 / **Қайта түзетілді:** 17.05.20 / **Жарияланымға рұқсат етілді:** 09.06.20

Зерттеу өзектілігі. Цифрлық медианың дамуын – цифрлық телевизияның жетілуімен анықтауға болады. Бұл аталған динамика Үкімет, бұқаралық коммуникация, телекоммуникация, ғылым, медицина, бизнес сияқты қоғамның барлық сегменттеріне үлкен ықпал етеді. Телеарналардағы цифрлық шешімдер жаңа идеялар мен шығармашылық инновациялардың дүниеге келуіне және дәстүрлі әдістерді қолдауға, жетілдіруге мүмкіндік береді.

Еуразия даму банкінің Цифрлық енгізу индексі зерттеу деректері бойынша Қазақстанда цифрлық трансформацияның басты күші ретінде мемлекеттік сектор аталады [1, 6 б.].

Цифрлық трансформацияның медиа нарыққа енуі телеарналар мен телекоммуникация арасында бәсекелестікті күшейтіп, жаңа үндеулер әкелді. Цифрлық трансформация деңгейі мен даму ырғағы технологияның жылдамдығына тікелей тәуелді. Осынау ауқымды міндеттерден ақпараттық ағынды тасымалдаудың цифрлық арналарына үлкен міндеттерді жүктеді. Ақпараттық алмасуды ұйымдастыру әдістері жаңа медианың нарыққа енуіне бағытталған берді. Қазақстан цифрлық өзгерістерді батыл қабылдаған мемлекет ретінде танылады. «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы медиа мен экономиканың, ақпараттық-коммуникациялық технологияның кеңінен қолданысына ықпал етті [2, 7 б.].

2019 жылы 15 қаңтардағы дерек бойынша, Қазақстанда 3328 БАҚ тіркелген. Соның 2790 баспасөз, 128 – телеарналар, 70 – радио, 340–ақпараттық агенттіктер мен желілік басшылар. Нарықта үлесіне қарай дәстүрлі баспасөз: 2790 газет, 990 журналға тиесілі (83,8%). БАҚ тізімдемесінде 225 шетелдік телеарна және радиостансалаыр тіркелген [3].

Қазақстандағы телеарналардың цифрлық трансформациясын жылдамдату өткір мәселе. Әлемдік нарықтағы көшбасшы медиамагнаттардың басты даму жолы – осы. Цифрлық қоғам төртінші өнеркәсіпті революцияға қадам басты. 2017 жылы жер шары тұрғындарының 50%-ы толықтай жылдам Интернетке қосылуы дамудың нақты шегін анықтап берді [4]. Бизнес және экономикалық зерттеулер McKinsey Global (MGI) Institute компаниясы зерттеулерінде, цифрлық мүмкіндіктері жоғары медиакомпаниялар жасанды интеллект әлеуетін қолдануға көшкен [5, 21 б.]. Қазақстандағы көптеген медиакомпаниялар digital transformation процесіне батыл көшті. «Цифрлық Қазақстан» бағдарламасының орындалуы нәтижесінде елдің рейтингте біршама саты жоғарылауына серпін берді.

Ақпараттық және технологиялық дүмпу қоғамның әлеуметтік өмірінің барлық саласын қамтыды. Ақпараттық қоғамда мықты медиаақпараттық орта, ақпараттық ағындардың тасымалын қалыптастырушы жергілікті топтар қалыптаса бастады. Бұл стратификация, әсіресе, түрлі сипаттағы медиаталғамы артқан әлеуметтік ортада ерекше байқалды. Цифрлық медиа трансформацияның адамның күнделікті өміріне ықпалы артты. «Сандық бұлақ», «Сандық кеніш» бағдарламаларының бенефициарлары барша қазақстандықтарға таныс. Сондықтан Қазақстандағы алғашқы заманауи ірі медиа индустрия – «Хабар» агенттігінің фокус-топта тұрғындардың медиаталғамы мен медиа белсендігін зерттеу өзекті.

Зерттеу мақсаты. Қазақстан тұрғындарының «Хабар» агенттігі телеарналарының медиатүтыну және медиаталғамын анықтау.

Зерттеу міндеттері. Қазақстанның ересек тұрғындарының «Хабар» агенттігі телеарналарының техникалық қотжетімдігі мен телекөрсермендердің белсендігі, медиатүтыну стилі мен медиаталғамын анықтау.

Зерттеу нысаны. 18 жастан асқан ҚР азаматтары.

Зерттеу методологиясы. Сандық және сапалық әдістерге негізделген: мақсатты топтар арасында фокус-топтық зерттеулер және анкеталық сауаланамалар жүргізу. Таңдау квотасы 2234 респондентті қамтылған. Таңдалған зерттеу міндеттерін демографиялық параметрлеріне сәйкес: жасы, жыныс, білім деңгейі, әлеуметтік-кәсіби статусы, мекен жай аймағы сияқты призмаларда анықтауға мүмкіндік берді.

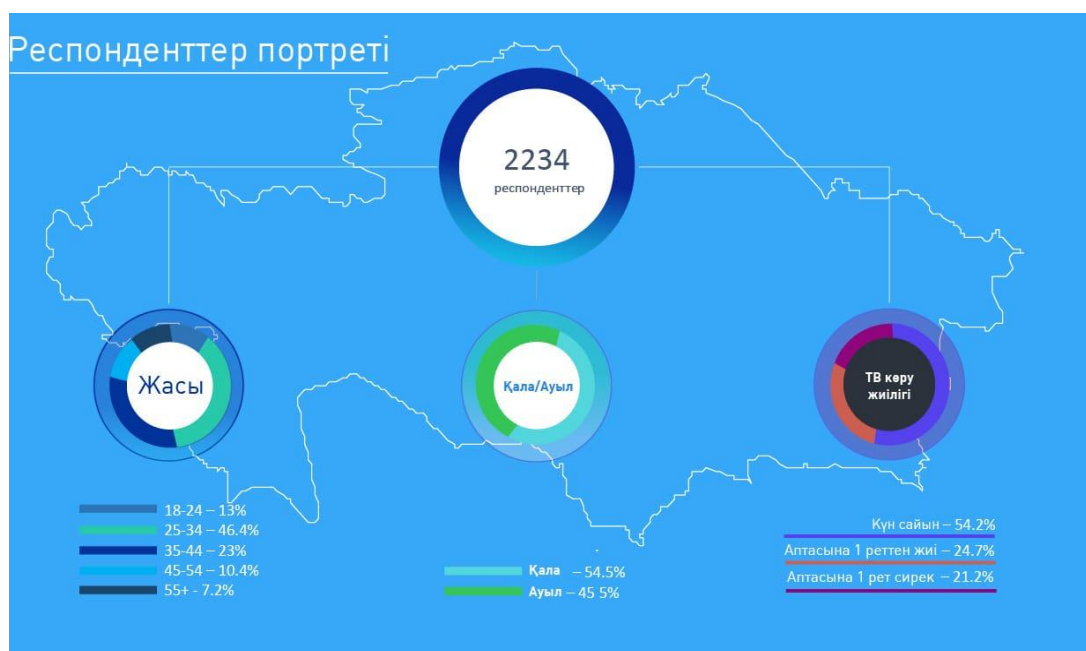
Зерттеу тақырыбы бойынша шолу: Шетелдік Дэвид Х. Уивер, Максвелл Э. Маккомбстың классикалық еңбектерінде журналистиканың әлеуметтік әдістері қарастырылған. Ғалымдар «Журналистика кәсібінің гуманитарлық философиясының басымдығы аясында әлеуметтік журналистика дамуда» деп атап көрсетті [6, 9 б.]. Цифрлық технология мен цифрлық коммуникация дамуы аталмыш пәнаралық әдісті жаңа деңгейге – әлеуметтік журналистика мен цифрлық медиа индустрияның синтезіне әкелді.

Цифрлық медиа мен коммуникацияға қатысты көптеген іргелі жұмыстар жаңа ойлау

стилі мен медиа дамуының жаңа моделіне негізделген цифрлық трансформация мәселелерін ұсынды. Роджерс Дэвид еңбектерінде медианың бизнес моделі ұсынылды. Автордың пайымдауынша, цифрлық медиа дәстүрлі медиаға қарағанда бәсекеге қабілеттігі жоғары. Сондықтан цифрлық медиа дәстүрлі медиа нарықты жоймастан, керісінше оны жетілдіруде [7, 63 б.]. Массачусетс технология институты Ақпараттық технологиялар орталығы Менеджмент мектебінің ғалымдары Питер Вайл, Стефани Ворнер «Цифрландыру медиа тұтынушыларының экожүйесін қалыптастырады» деген тұжырым жасайды [8, 211 б.]. Ақпарат тұтынушылардың цифрлық өлшемі туралы ресейлік ғалымдар Александр Прохоров, Леонид Коник еңбектерінде атап өтеді [9, 13 б.]. Медианың жасанды интеллектісі мен архитектурасы туралы Joseph Alex Maxwell зерттеулерінде аудиторияны зерттеу мен басқару мүмкіндіктері аталады [10, 3 б.]. М. Назаров пен П. Ковалевтің медиаландшафт туралы зерттеулерін атауға болады. Авторлар цифрлық оқу мен қабылдаудың әлеуметтік салдарын талдайды [11, 9 б.].

Қазақстандық ғалымдардың іргелі еңбектерінің қатарында М. Барманқұловтың осыдан отыз жыл бұрын телевизияның онлайн-журналистикамен қатар дамуы туралы гипотезасы медиашынайылыққа айналды. Бүгінгі көрерменнің медиаталғамын дөп басқан еңбектердің зерттеушісі [12, 16 б.].

Зерттеу нәтижелерінің талқылануы. Қазақстандық телеарналардың, атап айтқанда, «Хабар» агенттігі арналарының сегментациясы – тұтыну стилі мен талғамының ерекшеліктері анықталды. Қазақстанның барлық өңірлері телеарналарға қосылу мүмкіндігіне қарай екіге бөлінді: бірінші топта – ауылдық өңірлердегі телевизияға қолжетімді тұрғындар; екінші – урбанизациялық дамуы жоғары облыстар мен қалалар. Телекөрермендердің апталық белсендігі тең түсті. Агенттіктің 4 арнаға бағытталған жаңалықтар үлесі – контентті пайдалануы жоғары. Агенттіктің үлесі отандық арналардың жалпы жаңалықтар көрсетілімінің бестен бір бөлігін қамтиды. Тұрғындардың медиа талғамы «Хабар» арнасының бағдарламаларын (өзіндік өнімдерін) көреді. Көрермендер ақпараттық және спорт сипатындағы контентке басымдық береді. Медитатұтыну үлесіне қарай «Хабар» арнасының (аутсорсингте өндірілген) бағдарламаларын көреді.

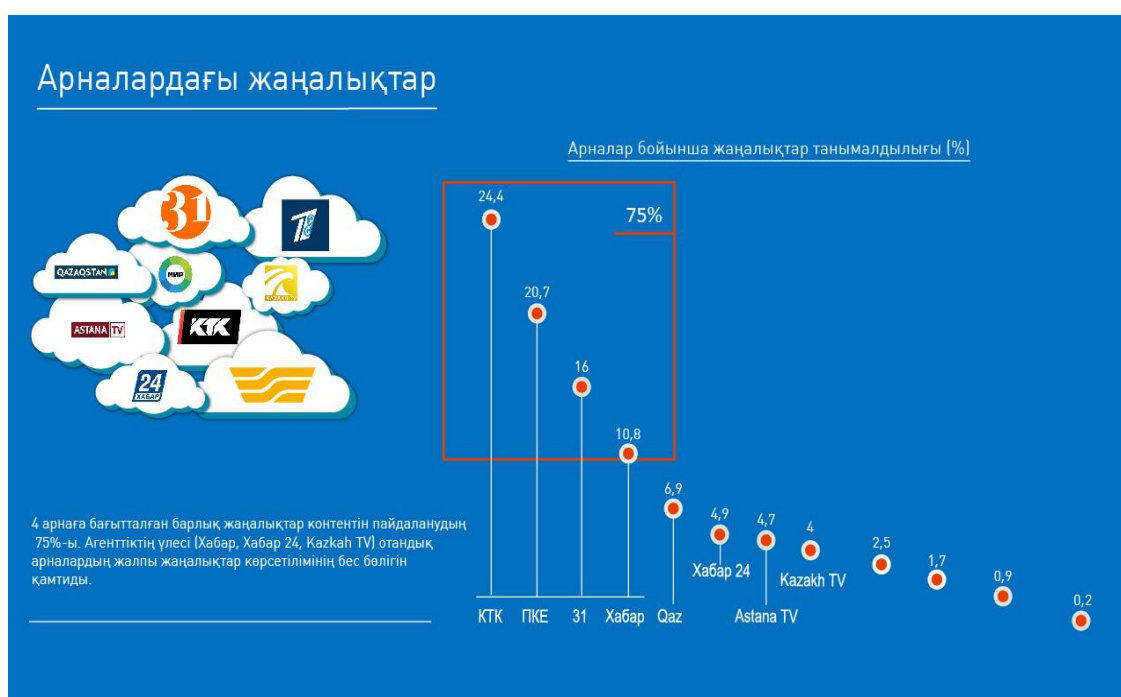


1-сурет – Респонденттер портреті

Қазақстан бойынша зерттеу аудиториясының портреті 1-суретте сипатталған. Таңдау квотасы 2234 респондентті қамтыған әлеуметтік зерттеулерге қатысқан азаматтардың жас ерекшеліктері: 18-24 – 13%, 25-34 – 46,4%, 35-44 - 23%, 45-54 – 10,4%, 55+ жоғары – 7,2% құрады.

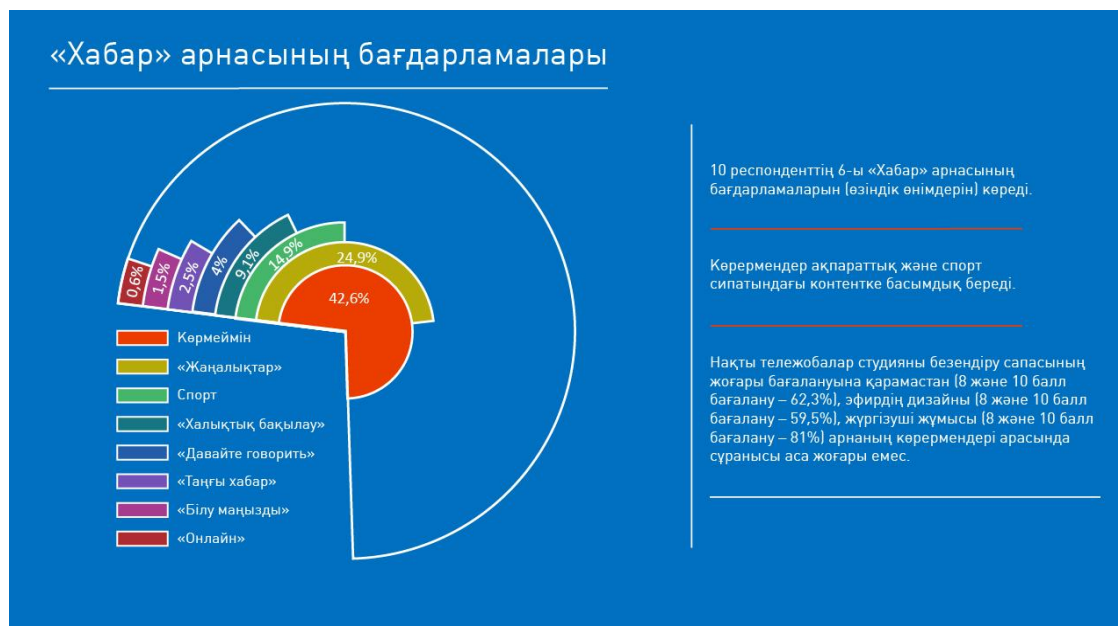
Қала тұрғындарының үлесі – 54,5%, ауыл азаматтары – 45,5%. Тұрғындардың телевизия көру жиілігі: күн сайын – 54,2%, аптасына 1 реттен жиі – 24,7%, аптасына 1 рет сирек – 21,2% үлеске ие. Яғни, азаматтардың телевизия көруінің апталық жиілігі тең түсіп отыр. Әлеуметтік демография жағынан 34-24 жастағы тұрғындар белсенді медиа аудиторияны құрап отыр.

Зерттеу міндеттерінің бірі – арналар бойынша жаңалықтардың танымалдылығын анықтау болды. № 2 суретте көрсетілгендей, төрт арнаға бағытталған барлық жаңалықтар контентін пайдаланудың көрсеткіштері мынадай. Сауалнамаға қатысқан азаматтардың 75%-ын қамтыды. Бұл агенттік үлесіндегі (Хабар, Хабар 24, Kazakh TV) отандық арналардың жалпы жаңалықтар көрсетілімінің бестен бір бөлігін қамтиды.



2-сурет – Арналардағы жаңалықтар

Сонымен қатар, ауқымдылығы жағынан елдегі барлық өңірлерді жаңалықтармен қамтудың басымдықпен 3/4 үлесін құрады (2-сурет). Арналар бойынша жаңалықтардың танымалдылық үлесі мынадай: КТК – 24,4%; ПКЕ – 20,7%; 31 арна – 16 %; Хабар – 10,8 %; Qazaqstan – 6,9%; Хабар 24 – 4,9%; Astana TV – 4,7%; Kazakh TV – 4 %.



3-сурет – «Хабар» арнасы бағдарламалары

Әлеуметтік зерттеулер фокусында «Хабар» арнасындағы жаңалықтардың телекөрсеткіштері арасындағы медиатүтынуы мен медиаталғамын анықтауға арналды (3-сурет). «Хабар» арнасы бағдарламаларының аудиториясынан мынадай картина сараптауға болады: Көрмеймін – 42,6 %; Жаңалықтар – 24,9%; Спорт – 14,9%; «Халықтық бақылау» – 9,1%; «Давайте говорить» – 4%; «Таңғы хабар» – 2,5 %; «Білу маңызды» – 1,5 %; «Онлайн» – 0,6%.

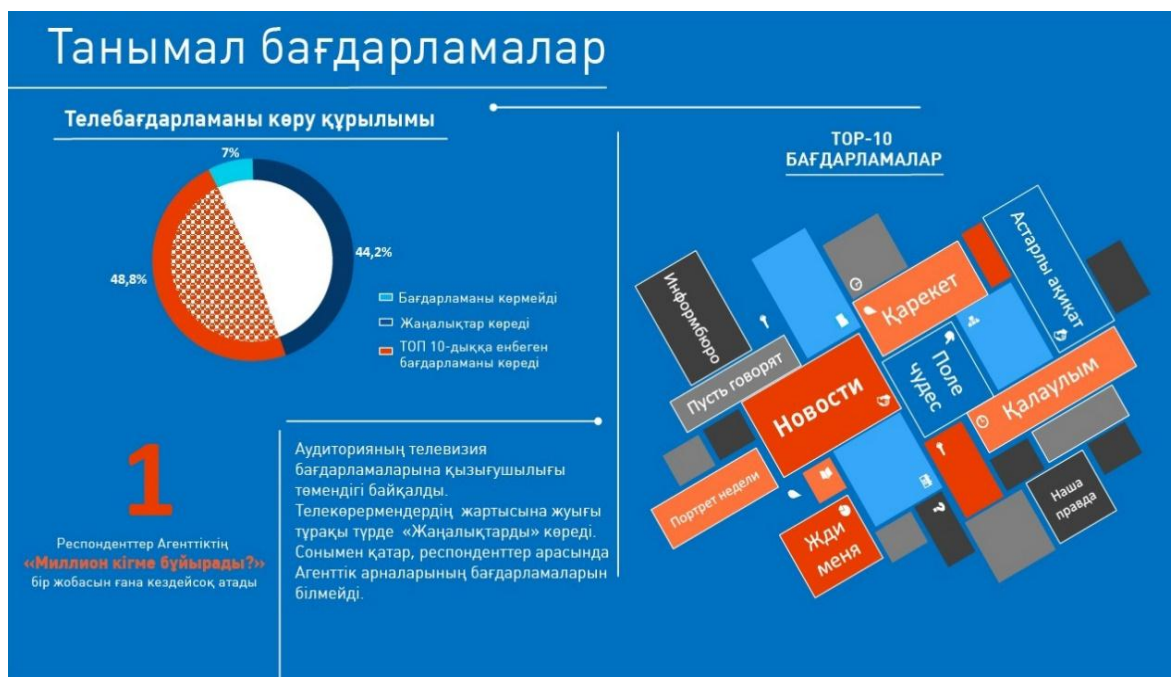
Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, 10 респонденттің 6-ы «Хабар» арнасының бағдарламаларын (өзіндік өнімдерін) көреді. Көрсеткіштер ақпараттық және спорт сипатындағы контентке басымдық береді. Нақты тележобалар студияны безендіру сапасының жоғары бағалануына қарамастан (8 және 10 балл бағалану – 62,3%), эфирдің дизайнын (8 және 10 балл бағалану – 59,5%), жүргізуші жұмысы (8 және 10 балл бағалану – 81%) арнаның көрсеткіштері арасында сұранысы аса жоғары емес.



4-сурет – «Хабар» арнасы бағдарламалары

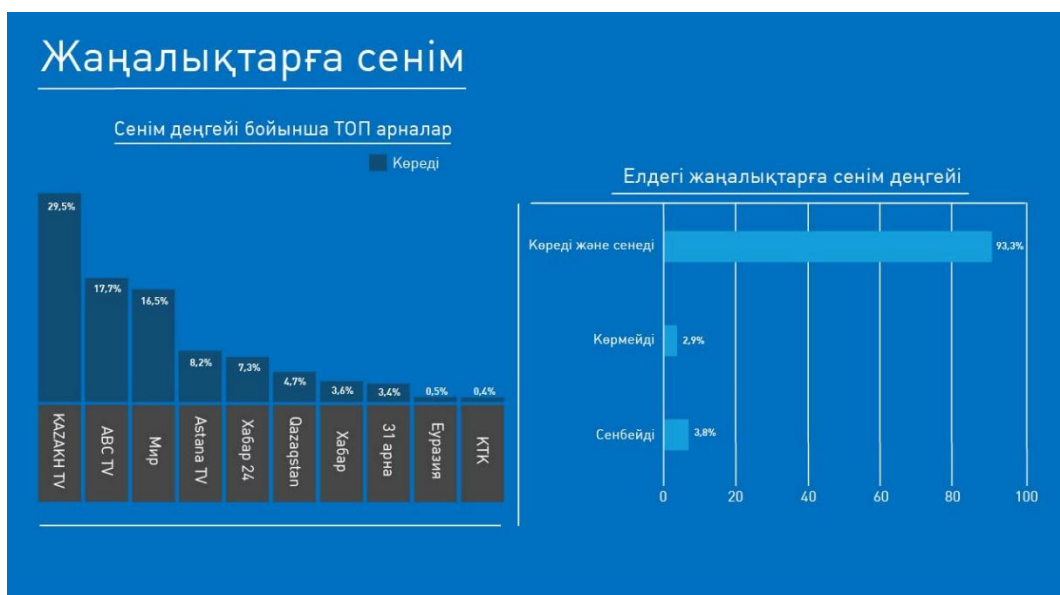
Аудиторияның талғамына қатысты келесі зерттеу нәтижелері көрермендердің аталған бағдарламаларға қызығушылығы жобаның жанрына емес, орындалуына қатысты деген тұжырым жасауға болады (4-сурет). «Миллион кімге бұйырады?» – 21,9% жобасының аудиториясы «Зерде» – 2,5% аудиториясынан 10 есе асып түседі. «Жұлдызды жекпе-жек» – 12,1% көрермендер арасында «Топжарған» – 3,1% жобасына карағанда 4 есе танымал. Сондықтан соңғы аталған жобалардың форматы жақсы болғанымен, мазмұнын жақсартуды қажет етеді.

Тұрғындардың телебағдарламаны көру құрылымына қарай зерттеудің келесі бағытында бірнеше жобалардың аудиториясы анықталды (5-сурет).



5-сурет – Танымал бағдарламалар

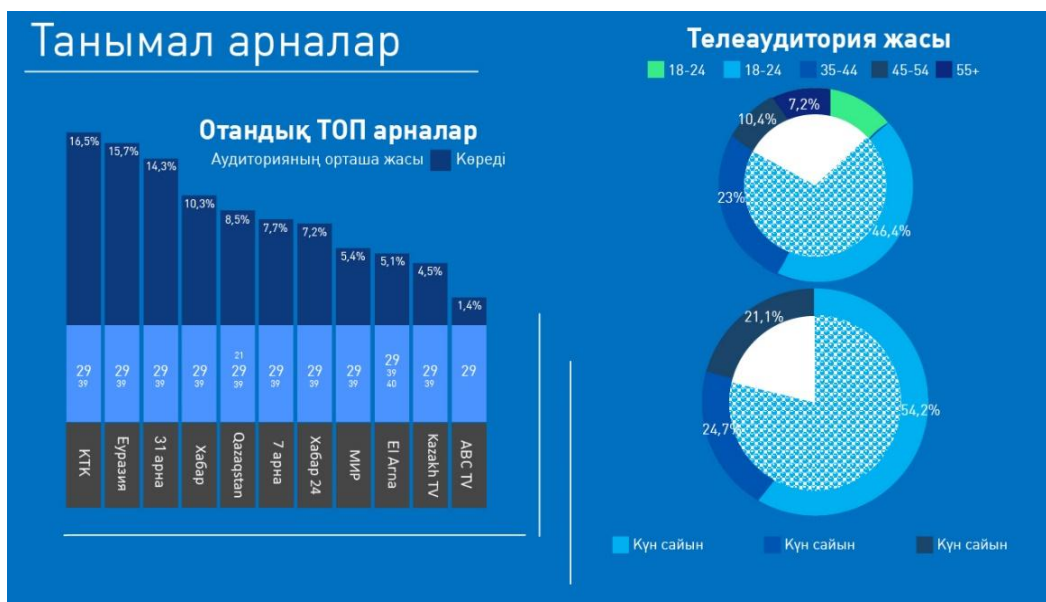
Респонденттер Агенттіктің «Миллион кімге бұйырады?» бір жобасын атады, бағдарламаның көру үлесі жоғары. Бағдарламаны көрмейтіндер үлесі – 7%; Жаңалықтар көреді – 44,2%; ТОП 10-дыққа енбеген бағдарламаны көреді – 48,8%. Аудиторияның телевизия бағдарламаларына қызығушылығы төмендігідей байқалды. Телекөрермендердің жартысына жуығы тұрақты түрде «Жаңалықтарды» көреді. Сонымен қатар, респонденттер арасында Агенттік арналарының бағдарламаларын білмейді. Телевизиялық жобалардың көп болуы телекөрермендердің арасында олардың танымалдығы мен еске сақталуына әсері болғандықтан деңгейі төмен. Арна аудитория үшін жаңалықтар таратумен танымал.



6-сурет – Жаңалықтарға сенім

Елдегі 18 жастан асқан тұрғындардың телеарналардағы жаңалықтарға сенім деңгейі №6 суретте сипатталған. Сенім деңгейі бойынша ТОП арналар үлесі төмнеен жоғары қарай аталған: КТК – 0,4%; Еуразия – 0,5%; 31 арна – 3,4%; Хабар – 3,4%; Qazaqstan – 6,7%; Хабар 24 – 7,3%; Astana TV – 8,7%; Мир – 14,5%; ABC TV – 17,7%; KAZAKH TV – 29,5%.

Сондай-ақ азаматтардың елдегі жаңалықтарға сенім деңгейі – 92,3%; Көреді және сенеді – 92,3%; Көрмейді – 2,9%; Сенбейді – 3,8%. Респонденттердің жаңалықтарға сенімі ең үлкен басымдықпен үлесі жоғары болуы, соның ішінде Kazakh.TV арнасының жаңалықтары үлесі көшбасшы.



7-сурет – Танымал арналар

Қазақстандық медианарықта ақпараттарды шұғыл және сапалы телеарналардың алатын үлесі мен маңызы ерекше. Визуалды және мультимедиалық технологиялар отандық телеаудиторияның талғамына сай өнім дайындауды ұсынғаны рас.

Отандық ТОП арналар арасы көрермендері жас ерекшеліктері мен аудиторияның орташа жасы үлесі мынадай: 18-24 – %; 25-34 - 46,4%; 35-44 –24,7%; 45-54 – 10,4%; 50 – 7,2%. Зерттеу нәтижесі көрсеткендей, 25-34 жас арасындағы жастар ең белсенді аудитория саналады (7-сурет).

Арналардың танымалдығы көрсеткіші келесі деректерде: КТК – 16,5%; Еуразия – 15,7 %; 31 арна – 14,3 %; Хабар – 10,3%; Qazaqstan – 8,5%; 7 арна –7,7%; Хабар24 – 7,2%; Мир – 5,4%; El Arna – 5,1%; KAZAKH TV – 4,5%; ABC TV – 1,4%. Қазақстандық телеарналардың танымалдығы бойынша мақсатты топтың басым бөлігі үш көшбасшы арнаны атады. «Хабар» арнасы алғашы үштікте.

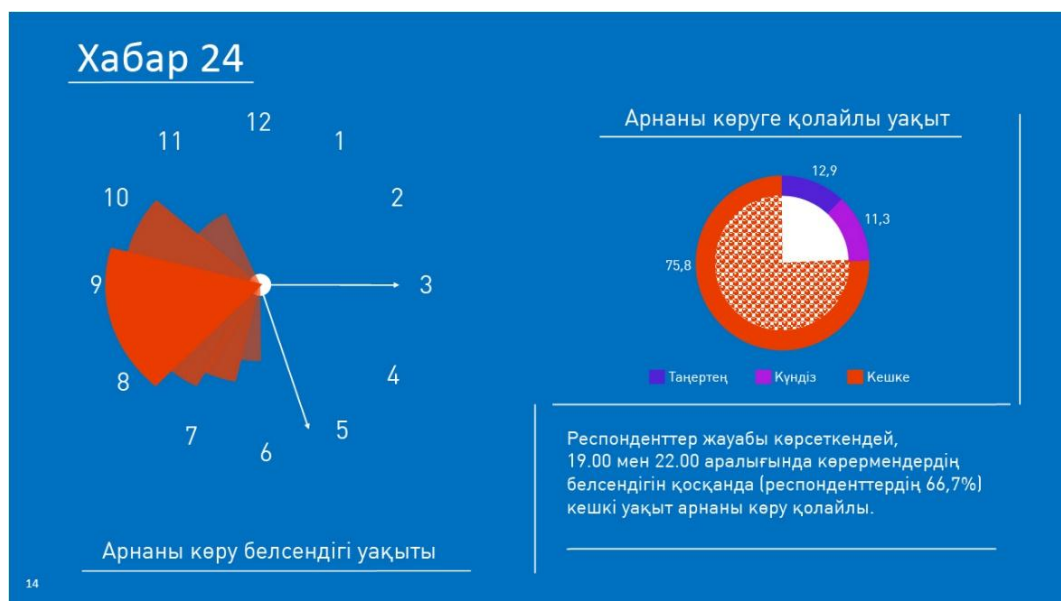
«Хабар 24» арнасы тәулік бойы жаңалықтар қызметін таратын елдегі бірден-бір арна. Телекөрермендер белсендігі мен медиаталғамына қатысты зерттеу нәтижелерін 8-суретте көрсетілген. Арнаның қандай бағдарламаларын білесіз деген сауалға: Жаңалықтар – 48,9%; Жауап беруге қиналамын 42,4%; Hi-Tech 1,2%; Қалай жасалған? – 1,2%; Драйв – 1,2%.



8-сурет – «Хабар 24» бағдарламалары

Телевизиялық жобалардың көп болуы телекөрермендердің арасында олардың танымалдығы мен еске сақталуына әсері болғандықтан деңгейі төмен. Арна аудитория үшін жаңалықтар таратумен танымал. Телекөрермендердің төрттен үшеуі жаңалықтардан басқа эфирде өтіп жатқан бағдарламаларды көрмейді. Сұрау салғандардың 13%-ы бағдарламалар атауын еске алуда қиналды. Арнаның әрбір он көрермені нақты жобаларды атады.

Мақсатты аудитория арнаның қандай бағдарламаларын көресіз деген сауалға жауап бергенде келесідей нәтиже көрсетті: Қалай жасалған? – 1,2%; Үлкен спорт – 1,2%; Art Global – 2%; Жауап беруге қиналамын – 12,9%; Көрмеймін – 18,4%; Жаңалықтар – 53,4%. «Хабар 24» бағдарламалары аудиториясы жартысынан астамы Жаңалықтар қызметінің тұрақты көрермені.



9-сурет – Хабар 24

«Хабар 24» арнасының көру белсендігі мен уақыты және арнаны көруге қолайлы уақытын таңдаған респонденттердің медиа талғамы 9-суретте сипатталды. Телекөрермендердің көру бөлдігінің үлесі мынадай: таңертең – 12,9%; күндіз – 11,3%; кешке – 75,8%. Респонденттер жауабы көрсеткендей, 19.00 мен 22.00 аралығында көрермендердің белсендігін қосқанда (респонденттердің 66,7%) кешкі уақыт арнаны көру қолайлы.

Қорытынды. Әлеуметтік зерттеулердің нәтижесінде «Хабар» аудиториясының медиаталғамына, ақпаратқа қолжетімділік және қоғамдық көзқарастарына қатысты бұқаралық ақпарат көздерін пайдалану рейтингісі және сенімділік деңгейі анықталды.

Қазақстандық телеарналардың, атап айтқанда, «Хабар» агенттігі арналарының сегментациясы айқындалды. Телекөрермендердің тұтыну стилі мен талғамының ерекшеліктері анықталды. Қазақстанның барлық өңірлері телеарналарға қосылу мүмкіндігіне қарай екіге бөлінді: бірінші топта – ауылдық өңірлердегі телевизияға қолжетімді тұрғындар; екінші – урбанизациялық дамуы жоғары облыстар мен қалалар. Телекөрермендердің апталық белсендігі (тепе-тең келу) мен парйм-тайм уақыты (кешкі уақыт – 66,7%) нақтыланды.

Агенттіктің 4 арнаға бағытталған жаңалықтар үлесі мен визуалды, мультимедиалық контентті пайдалану үлесі жоғары екендігі дәлелденді. Агенттіктің үлесі отандық арналардың жалпы жаңалықтар көрсетілімінің бестен бір бөлігін қамтиды. Тұрғындардың медиа талғамы араның өзіндік өнімдеріне ерекше мән беретіні айқындалды. «Хабар» арнасының өз өнімдерінің көрермендер аудиториясы артуы байқалды. Көрермендер ақпараттық және спорт сипатындағы контентке басымдық беруі арнаның таяу арадағы стратегиясына жаңа бағыт ұсынды. Еліміздегі «Хабар» Агенттігі» АҚ – шұғыл, сапалы және объективті контент дайындау мен таратуда басты медиакомпания болып табылатынын зерттеу нәтижелері дәлелдеді.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Digital Implementation Index Publications Library [Electronic resource] Available at: <https://unctad.org/en/> (Accessed: 01.09.2019)
- 2 State Program “Digital Kazakhstan” [Electronic resource] Available at: [/https://digitalkz.kz/wp-](https://digitalkz.kz/wp-)

- content/uploads/2018/04/Digital-Kaz_ru.pdf (Accessed: 01.09.2019)
- 3 Broadcast media [Electronic resource] Available at: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/199.html> (Accessed: 19.01.2019)
- 4 Бондал К. Как ускорить цифровую трансформацию бизнеса в Казахстане [Электрон. ресурс] -URL: [https:// kapital.kz/ business/80976/kak-uskorit-tsifrovuyu-transformatsiyu-biznesa-v-kazakhstan.html](https://kapital.kz/business/80976/kak-uskorit-tsifrovuyu-transformatsiyu-biznesa-v-kazakhstan.html) (Дата обращения: 01.09.2019)
- 5 McKinsey Global Institute [Electronic resource] Available at: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Digital%20identification%20A%20key%20to%20inclusive%20growth/MGI-Digital-identification-Report.ashx> (Accessed: 03.03.2020)
- 6 David H., Willnat W., Willnat L. Changes in U.S. Journalism: How do journalists think about social media? [Электрон. ресурс] – URL: <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2016.1171162> (Accessed: 19.01.2019)
- 7 Роджерс Д. Цифровая трансформация. – Москва: Точка. - 2018. – 153 с.
- 8 Вайл П., Ворнер С. Цифровая трансформация бизнеса. Изменение бизнес-модели для организации нового поколения. – Москва: Альпина Паблишер, 2019 – 219 с.
- 9 Прохоров А., Коник Л. Цифровая трансформация Анализ, тренды, мировой опыт. – Москва: ИД Ridero, 2019. – 169 с.
- 10 Maxwell J.A. The Importance of Qualitative Research for Causal Explanation in Education [Electronic resource] Available at: https://www.researchgate.net/publication/235752826_The_Importance_of_Qualitative_Research_for_Causal_Explanation_in_Education (Accessed: 19.05.2020)
- 11 Назаров М.М., Ковалев П.А. Изменение медиасреды и современные практики чтения // Социологические исследования. 2017. № 2. С. 84-95
- 12 Барманкулов М.К. Возможности космического телевидения. – Алматы: Пособие. -1993. – С. 191.

Р.Д. Кертаяев¹, С. Гезгин²

¹ *Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева,
Нур-Султан, Казахстан*

² *Стамбульский университет, Стамбул, Турция*

Изучение интересов и потребностей аудитории телеканала «Хабар»

Аннотация. В статье представлены результаты социологического исследования по медиаповедению взрослого населения Казахстана, в частности, телезрителей телеканала «Хабар» в контексте вопроса мировоззренческих ориентаций в цифровую эпоху..... Описание медиаповедения взрослого населения Казахстана, телезрителей канала «Хабар», в фокусе развития и модернизации цифровой эпохи, определяет практическую и научную значимость данного эмпирического исследования..... Результаты исследования показывают, что на основе определения особенностей медиапредпочтений, доступа к информации, выявления социальных взглядов аудитории телеканала «Хабар» можно составить рейтинг средств массовой информации и уровень доверия к ним.

Основными задачами эмпирических исследований являются: определение механизмов доступа к основным техническим средствам коммуникаций и цифровым каналам информации, определение медиаповедения активных пользователей цифровых источников.

Выявление медиаповедения взрослого населения Казахстана, телезрителей канала

«Хабар» в фокусе развития и модернизации цифровой эпохи определяет практическую и научную значимость данного эмпирического исследования.

Методология исследования основана на количественных и качественных методах: опрос среди целевой группы и работа в фокус-группах.

Результаты исследования показывают, что по особенностям медиапредпочтений, доступа к информации и социальным взглядам аудитории телеканала «Хабар» можно определить рейтинг средств массовой информации и уровень доверия к ним.

Результаты исследования можно применить в прикладных работах по социальной журналистике.

Ключевые слова: телеканал «Хабар», цифровые медиа, цифровая трансформация, медиаактивность, медиаповедение, медиапотребление.

R.D. Kertayev¹, S. Gezgin²

¹*L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan*

²*Istanbul University, Istanbul, Turkey*

Studying the interests and necessity of the audience of the «Khabar TV channel»

Abstract. This research presents the results of a sociological study on the media behaviour of the adult population of Kazakhstan viewers of TV «Khabar» in the context of the issue of worldview orientations in the digital age. The aim of the research is to determine the specifics of media consumption of digital technologies of the population of Kazakhstan, as well as to identify media preferences of the adult population.

The research methodology is based on quantitative and qualitative methods. The results of the study show a segmentation of the Kazakh audience in terms of usage of digital channels, in terms of information consumption and in terms of media preferences. All regions of the country can be divided into two groups according to the dominant type of television connection into areas where rural population prevails and into areas with a higher level of urbanization. The analysis shows that digital television is being introduced in all areas, with mobile Internet having begun to compete with wired Internet.

The identification of media behavior of the adult population of Kazakhstan by television viewers of the Khabar channel in the focus of development and modernization of the digital era determines the practical and scientific significance of this empirical study.

The research methodology is based on quantitative and qualitative methods: interviewing the middle of the target group and working in focus groups.

The results of the study show that the segmentation of the Kazakhstan`s audience of digital information channels by style of consumption and the characteristics of the media preferences of the audience of the Khabar TV channel differ.

The results of the study can be used in applied work in on social journalism.

Keywords: TV «Khabar», digital media, digital transformation, media activity, media behaviour, media consumption.

References

- 1 Библиотека цифровых публикаций [Digital Implementation Index Publications Library] [Electronic resource] Available at: <https://unctad.org/en/> (Accessed: 01.09.2019)
- 2 Gosýdarstvennaia programma «Tsifrovoi Kazakhstan» [State Program “Digital Kazakhstan”]

- [Electronic resource] Available at: https://digitalkz.kz/wp-content/uploads/2018/04/Digital-Kaz_ru.pdf (Accessed: 01.09.2019)
- 3 Veshchatelnye SMI [Broadcast media] [Electronic resource] Available at: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/199.html> (Accessed: 09.11.2019)
- 4 Bondal K. Kak uskorit tsifrovuiu transformatsiyu biznesa v Kazahstane [How to accelerate digital transformation of business in Kazakhstan] [Electronic resource] Available at: <https://kapital.kz/business/80976/kak-uskorit-tsifrovuyu-transformatsiyu-biznesa-v-kazahstane.html>. (Accessed: 09.11.2019)
- 5 Tsifrovaia identifikatsiya: Klúych k inkluzivnomu rostu [Digital identification: A key to inclusive growth] [Electronic resource] – Available at: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Digital%20identification%20A%20key%20to%20inclusive%20growth/MGI-Digital-identification-Report.ashx> (Accessed: 03.03.2020)
- 6 David H., Willnat W., Willnat L. Izmeneniya v amerikanskoj jurnalistike: kak jurnalisty dýmaut o sotsialnyh setyah? [Changes in the U.S. Journalism: How do journalists think about social media?] [Electronic resource] Available at: <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2016.1171162> (Accessed: 01.04.2020)
- 7 Rodjers D. Tsifrovaia transformatsiya [Digital transformation] (Moscow, Tochka, 2018, 153 p.). [in Russian]
- 8 Vail P., Vorner S. Tsifrovaia transformatsiya biznesa. Izmeneniye biznes-modeli dlia organizatsii novogo pokoleniya [Digital business information. Changes in the business model for organizing a new generation] (Moscow, Alpina Publisher, 2019, 219 p.). [in Russian]
- 9 Prohorov A., Konik L. Tsifrovaia transformatsiya. Analíz, trendy, mirovoj opyt [Digital transformation. Analysis, trends, world experience] (Moscow, ID Ridero, 2019, 169 p.). [in Russian]
- 10 Maxwell J.A. Vajnost kachestvennyh issledovanií dlia obiasneniya prichinno-sledstvennyh svyazei v obrazovanii [The Importance of qualitative research for causal explanation in education] [Electronic resource] – Available at: https://www.researchgate.net/publication/235752826_The_Importance_of_Qualitative_Research_for_Causal_Explanation_in_Education (Accessed: 19.05.2020)
- 11 Nazarov M. M., Kovalev P. A. Izmeneniye mediasredy i sovremennye praktiki chteniya [Changing the media and modern reading practices] Sotsiologicheskie issledovaniya [Sociological studies]. 2017, № 2. - P. 84-95
- 12 Barmankulov M.K. (1993) Vozmojnosti kosmicheskogo televıdeniya [The possibilities of space television] (Almaty, 1993, 191 p.). [in Russian]

Авторлар туралы мәлімет:

Кертаев Р.Д. - докторант, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Гезгин С. - доктор, Ақпарат факультетінің профессоры, Ыстамбұл Университеті, Ыстамбұл, Түркия.

Kertayev R.D. - PhD student, L.N Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan.

Gezgin C. - Doctor, Professor of the Faculty of Communication, Istanbul University, Istanbul, Turkey.

МРНТИ 14.35.09

Н.В. Федорова

*Новосибирский государственный педагогический университет,
Новосибирск, Россия
(E-mail: b_peremena@list.ru)*

Особенности преподавания темы «Тележурналистика» на примере телеканала «Культура» (Россия) для студентов непрофильных специальностей

Аннотация. Статья раскрывает итоги опытной работы по решению проблемы представления достижений культуры в телевизионных СМИ на занятиях учебного курса для студентов направлений «социально-культурная деятельность», «народная художественная культура» и «библиотечно-информационная деятельность». За основу анализа для студентов взят российский государственный телеканал «Культура» с его передачами, отражающими разные направления в культурной жизни России и мира. В работе представлены результаты опроса студентов по проблеме просмотра телевизионных каналов и отдельных телепередач. Раскрыты особенности учебного курса для непрофильных (гуманитарных) специальностей и проведения занятий по теме «Тележурналистика», посвященных знакомству с лучшими телепередачами по культуре на российских телевизионных каналах. Автор описывает этапы работы по подготовке студентами презентаций и анализу видеосюжетов телепередач, делает выводы о полученных студентами знаниях и умениях по теме на основе предложенной методики работы.

Ключевые слова: Культурная деятельность СМИ, учебный курс, основы журналистики, телеканал «Культура», тележурналистика, телепередачи.

DOI : <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2020-131-2-81-88>

Поступила:30.01.20 / Доработана:05.03.20 / Допущена к опубликованию:09.06.20

Разработка программы творческого курса для студентов гуманитарных специальностей и направлений, как правило, требует от преподавателя глубокого теоретического изучения материала и способности находить в нем ключевые проблемы, идеи, установки, способные не только заинтересовать студентов, но и дать им возможность попробовать себя в том или ином виде творчества. Особенностью курса «Культурная деятельность СМИ (средств массовой информации – ред.) и основы журналистики» является, в первую очередь, тот факт, что он разработан для студентов гуманитарных профилей, не являющихся журналистами по профессии. Однако одним из важных направлений их будущей работы станет потребность организовать рекламу своей творческой студии, самопрезентацию (для аниматоров, например), пресс-релиз, заметку или статью о проведенном празднике, мероприятии, а также активно участвовать в продвижении своего творческого продукта в соц-сетях (социальных сетях – ред.), где необходимо представлять не только текстовые, но и фото- и видеоматериалы.

Задачей данной статьи является представить опыт анализа телепередач общероссийского государственного телевизионного канала «Культура» на занятиях по телевизионным СМИ со студентами направлений «социально-культурная деятельность», «народная художественная культура», «библиотечно-информационная деятельность» в институте культуры и молодежной политики Новосибирского государственного педагогического универси-

тета.

Для представления результатов исследования использованы следующие методы: анализ телепередач канала «Культура», опрос и анкетирование студентов, результаты их работ по теме «Тележурналистика», анализ рабочей программы и особенностей преподавания курса «Культурная деятельность СМИ и основы журналистики».

Учебная дисциплина «Культурная деятельность СМИ и основы журналистики» включена в рабочий план направлений «социально-культурная деятельность», «народная художественная культура», «библиотечно-информационная деятельность» в институте культуры и молодежной политики уже более 10 лет. При этом на начальном этапе были разработаны две программы.

Одна из них – «Культурная деятельность СМИ» - была посвящена анализу разных СМИ: профессиональных журналов (необходимость знакомства с которыми обеспечивает студенту возможность быть в курсе новейших идей, методических разработок, а также лучшего опыта в профессии); радиоканалов, направленных на развитие музыкальной и речевой культуры населения; телевизионных СМИ, демонстрирующих лучшие образцы культурных мероприятий (конcertов, конкурсов, фестивалей и т.п.); интернет-СМИ, обеспечивающих возможность оперативного включения профессионала в культурную среду через презентацию собственных мастер-классов, учебных программ, театральных, хореографических, музыкальных постановок и прочих форм самореализации и самовыражения.

Другая учебная дисциплина – «Основы журналистики» - главной задачей ставила обучение студентов публицистическому стилю речи и его жанрам. Студенты в процессе обучения писали заметку о проведении фестиваля, народного праздника, выставки декоративно-прикладного творчества и т.п., брали интервью у известного им деятеля культуры (среди которых были и их родители, знакомые или педагоги, проявившие себя в каком-либо виде творчества). Среди устных жанров учились мастерству ведения беседы, разрабатывали вопросы для интервью, вели репортаж с места культурного события (из музея Новосибирска, со станции метро, из концертного зала). Учились писать публицистическую и научную статью, а также на выбор проблемную статью или очерк о деятеле культуры.

В процессе оптимизации учебных программ две дисциплины были объединены в учебный курс «Культурная деятельность СМИ и основы журналистики», что позволило совместить аналитическую работу с журналами, радио, телевидением и интернет-ресурсами в культурном поле с практической деятельностью: написанием публицистических работ разных жанров, аудиозаписью художественных произведений под фоновую музыку, подготовкой видеороликов и презентаций для продвижения профессиональных интересов в виртуальном пространстве.

Для данного курса были сформулированы необходимые компетенции:

Знать: основные направления государственной культурной политики, вклад СМИ в развитие русской национальной культуры, национально-культурных традиций разных народов России и современных тенденций развития российской культуры, место и роль журналистики в развитии российской культуры.

Уметь: решать задачи распространения культурной информации средствами журналистики, уметь освещать культурную информацию в периодической печати, на радио и телевидении, а также в глобальном интернет-пространстве.

Владеть: осознанием роли СМИ в духовно-нравственном, патриотическом и эстетическом просвещении общества и распространении культурной информации средствами журналистики.

Модуль учебного курса, посвященный культурной деятельности в телевизионных сетях, открывает проблемы российского информационного пространства на современном этапе. Со студентами ведется обсуждение функций и требований к информации на теле-

видении, поиск тем для освещения культурных событий, процессов, деятельности личностей в культуре. Мы обсуждаем многообразие, актуальность, локализации тем и сюжетов. Наблюдаем, как осуществляется поиск героя, олицетворяющего тему в области культуры. Обсуждаем принцип золотого сечения в произведениях культуры и телевизионных программах о культуре.

В процессе опроса студентов в последние годы наблюдается тенденция падения интереса к телевидению в целом и отдельным телевизионным каналам в частности. Студенты во время досуга не смотрят кинофильмы по телевизору, предпочитая интернет, социальные сети. Это обусловлено возможностью выбора как фильма, так и времени его просмотра, студенты также указывают на меньшую степень навязчивости рекламы, прерывающей просмотр, возможность найти ресурсы, на которых реклама отсутствует или появляется только в начале просмотра, позволяя зрителю просматривать кино целостно, получать гармоничное эстетическое впечатление.

Новостные программы также не пользуются успехом у молодежи. Однако культурные проекты привлекают их внимание. По результатам опроса и анкетирования студентов можно наблюдать особый интерес к программам ТНТ «Comedi Club», «Comedi Woman», «Прожарка» и другим, направленным на высмеивание бытовых и социальных стереотипов, «Уральские пельмени» на НТВ, «Вечерний Ургант» на Первом канале. Потребность в получении позитивных эмоций, раскрепощении и самовыражении (в общении студентов часто используются слоганы из этих программ) – вот главные преимущества популярности этих телепередач для молодежи.

Студенты, ориентированные на музыкальное творчество, занимающиеся исполнительским искусством, участвующие в конкурсах и подготовке детей из музыкальных студий к конкурсам и фестивалям, интересуются проектами «Голос», «Голос. Дети» (Первый канал), «Ну-ка, все вместе» (канал «Россия 1») и другими музыкальными передачами, однако среди них не встречаются программы телеканала «Культура».

Результаты опроса позволили определить телевизионный материал, на примере которого можно показать образцы русской и мировой культуры и лучшие креативные технологии в области телевизионной журналистики, посвятившей себя культуре как уникальному явлению человечества.

Общероссийский государственный телевизионный канал «Культура» начал свою работу в 1997 году, согласно Указу Президента России Бориса Николаевича Ельцина. Идея создания такого телеканала принадлежит титанам русской культурной мысли Дмитрию Сергеевичу Лихачеву и Мстиславу Леопольдовичу Растроповичу. Сегодня попечительскую деятельность канала осуществляет Совет по культуре и искусству России. Уникальностью деятельности канала является его работа вне рекламного поля (что также привлекательно для студентов, называвших рекламу одной из причин нежелания смотреть телевизионные передачи). На канале собран богатейший фонд видеоматериалов, позволяющих посетителю канала в цифровом поле знакомиться с лучшими произведениями русской и мировой культуры. Уже в 1998 году каналу была присуждена премия ТЭФИ в номинации «Лучший проект года» (российская национальная телевизионная премия за высшие достижения в области телевизионных искусств – дословно от «Телевизионный ЭФир»), за годы существования канала премия ТЭФИ присуждалась разным его передачам и телепроектам многократно. Поэтому данный канал был выбран в качестве основного цифрового ресурса для проведения занятий со студентами по тележурналистике и телевизионным СМИ.

Первое занятие.

На первом этапе работы по теме «Телевизионные СМИ» студентам было предложено следующее задание.

Познакомьтесь с телеканалом «Культура». Ответьте (тезисно) на вопросы:

1. Кто стал идейным вдохновителем, инициатором телеканала? В какой области профессионального мастерства вам известны эти люди?

2. Сколько лет телеканалу? Какую отличительную черту в условиях рынка он сохраняет до сих пор?

3. У телеканала много наград. Ежегодно разные телепередачи канала получают премию ТЭФИ. Расшифруйте название премии.

Выберите одну из телепередач канала «Культура» (дается ссылка: <https://tvkultura.ru/brand/>).

У каждого студента должна быть своя передача, она должна отражать область его интересов в культуре, однако даются некоторые рекомендации, относительно того, на какие передачи стоит обратить внимание: Абсолютный слух. Белая студия. Гении и злодеи. Завтра не умрет никогда. Культ кино. Научный стенд-ап. Письма из провинции. 2 Верник 2. Искусственный отбор. Пряничный домик. Черные дыры - белые пятна. Эрмитаж.

Студентам предлагается ознакомиться с информацией о передаче, посмотреть один из выпусков (обязательно записать, какой выпуск посмотрели: его номер и дату выхода в эфир), выбрать в просмотренной передаче фрагмент для демонстрации на занятии и сформулировать вопросы для обсуждения фрагмента (2-3 проблемных вопроса). Для анализа телепередачи дается примерный план: определить алгоритм создания телевизионного сюжета (экспозиция, завязка, развитие действия, конфликт, кульминация, развязка), представить, каковы были сценарий телепередачи и ее сверхзадача, как ставится и решается проблема в телевизионной передаче, насколько она актуальна для зрителя.

Предлагаем некоторые примеры из работ студентов.

«Культ Кино» — авторская программа российского кинокритика и искусствоведа Кирилла Разлогова. Программа представляет собой традиционную лекцию-беседу, после которой происходит кинопоказ. Во время беседы Разлогов рассказывает о каком-либо фильме, об истории создания определённого фильма, о его прокатной и фестивальной судьбе, описывает культурный контекст, связанный с картиной и т. д. Собеседниками становятся кинематографисты: друзья Кирилла Разлогова и знакомые киноведы, режиссёры и другие люди, имеющие отношение к кинематографу. По окончании программы следует показ фильма, которому посвящён данный выпуск программы. Адресат телепередачи – люди, которые интересуются историей кино, того или иного фильма, являются почитателями того или иного режиссера и любят кино».

«Телепередача «Черные дыры. Белые пятна». Миссия передачи - познакомить зрителей с наукой, посвященной прошлому, настоящему и будущему, всему самому интересному и необычному в мире познания.

Телепередача затрагивает следующие темы: технологии, путешествия, научные открытия, известные люди, неизвестные факты, научные исследования, история России, мировая история, документальная кинохроника и т.д. В передаче затрагиваются проблемы из разных областей науки. Например: загадочная звезда «Табби» с переменным блеском (научно не объясняет ни один закон), изучение черных дыр (к 2025 году будет построен телескоп «Миллиметрон». С помощью него можно увидеть черные дыры).

Программа очень интересна тем, что можно расширить свой кругозор и быть в центре всех актуальных событий в области науки. Почему я выбрала именно этот выпуск? Я уже смотрела несколько выпусков ранее, и меня очень интересуют вопросы, связанные с космосом. В этом выпуске очень много говорится о космосе на различные темы. Оставляю ссылку на полный выпуск передачи».

«Ток-шоу «Агора» с Михаилом Швыдким (название программы случайно придумал сам Михаил Швыдкой случайно) на телеканале «Россия-К» – главная арена, где участники обсуждают актуальные проблемы времени через художественную культуру и ее связь с

обществом. В прямом эфире участвуют как сторонники данной культурной проблемы, так и оппоненты. Они вступают в дискуссию, дают возможность зрителю задуматься над той или иной проблемой культуры. Эта передача выходит в эфир телеканала «Культура» с 2017 года.

«Наша задача – не сталкивать оппонентов лбами, а предложить несколько иной взгляд на проблему и, может быть, даже найти точки соприкосновения, – говорит Михаил Швыдкой. – Я не хотел бы делать шоу, которое возбуждало бы зрительской интерес какими-то скандалами, это попытка спокойно разобраться в тех проблемах, которые вызвали скандал».

Я выбрала первый выпуск программы. В нем рассказывается о скандале вокруг фильма «Матильда» режиссера А. Учителя. Дискуссия между известными людьми – режиссером Алексеем Учителем, балериной Илзе Лиена, известными историками, актерами, а также депутатами Госдумы и Общественной палаты России – развернулась вокруг проблемы фильма, посвященного истории любви балерины Матильды Кшесинской и российского императора Николая II.

В 2019 году программа «Агора» получила российскую национальную телевизионную премию ТЭФИ в номинации «Информационно-аналитическая итоговая программа». Михаил Швыдкой стал лауреатом ТЭФИ-2019 в номинации «Ведущий информационно-аналитической итоговой программы».

Второе занятие.

К следующему занятию студенты готовят презентацию по отобранной ими телепередаче. Требования к презентации: название, автор и ведущий, миссия передачи, темы, которые она поднимает, проблемы, решаемые в ходе передачи, дополнительно 2-3 интригующих факта из передачи или из истории ее создания. К презентации прикрепляется видеоролик (фрагмент просмотренного выпуска передачи на 3-5 минут).

При подготовке к подаче презентации на занятии обсуждаем структуру выступления студента.

На первом этапе, при подготовке к просмотру презентации (с включенным в нее видеоматериалом из одного выпуска данной телепередачи), нужно подготовить вступительное слово. Важно помнить, что сначала зрители смотрят на то, как выглядит выступающий, затем на то, как он звучит, и с большим отставанием публика начинает понимать, что именно он говорит [1, с. 240-241]. Однако здесь надо создать атмосферу дружеского расположения, способствующую положительному настрою на просмотр презентации и видеофрагмента, дать предварительный комментарий (не затягивая его, не превращая его в сообщение, доклад), озвучить ключевые вопросы, предназначенные для обсуждения после просмотра. Однако не следует перегружать зрителей-студентов вопросами, чтобы не разрушить целостность восприятия презентации. Можно часть вопросов перенести к началу просмотра видеофрагмента, если они направлены непосредственно на выбранный фрагмент.

Во-вторых, во время демонстрации видеоролика выступающий становится организатором коллективного просмотра, показывает образец зрительской культуры. Во время просмотра возможны пояснения (это же не художественный фильм, смотреть телепередачу можно, обсуждая и поясняя отдельные фрагменты). Вообще стоп-кадр всегда позволяет включить у зрителя эффект предвосхищения ситуации. Однако если обсуждение в зрительном зале слишком активно, можно воспользоваться невербальными знаками-призывами (палец, приложенный к губам; акцентирующий жест – указательный палец, поднятый вверх; рука, направленная в сторону экрана и другие).

На третьем этапе предполагается обсуждение увиденного. Логично его начинать с паузы, которая позволяет устояться впечатлениям, эмоциям зрителей. Можно поддержать эту атмосферу, дать возможность зрителям высказать отношение к увиденному, не навязывая

своей точки зрения, не подавляя попыток самостоятельно оценить фрагмент. Затем можно вернуться к предварительному заданию и конкретизировать его, поставить дополнительные уточняющие вопросы. Следует обсудить и визуальный, и аудиальный ряд (так, например, в телепередаче «Белая студия» привлекает внимание студентов общий белый фон, на котором стоят два стула и сидят двое – интервьюер и гость программы) [2, с. 74-75].

Четвертый этап работы – отсроченный, требующий самостоятельного просмотра презентаций студентов, не выступивших на занятии. Для этого создаем рейтинговую таблицу. Каждый студент, просматривая презентации дома, ставит свои оценки и дает необходимый комментарий к ним. На занятии собирается команда жюри, которая высчитывает средний балл. Так можно оценивать каждого студента, но главное в том, что студенты учатся давать объективную оценку работе одногруппников. Приведем несколько примеров из аналитических высказываний студентов: «Информации для раскрытия передачи мало, не совсем удачный дизайн», «Много текста на одном слайде», «Приведен всего 1 факт, на некоторых слайдах много пустого места, видео-фрагмент не один», «Всё отлично, сюжет фильма лишний, нет файла с фрагментом в папке, попросила его лично», «Неполная информация про программу, много текста, вопросы не на понимание материала», «Интересные факты не о программе, низкое качество изображений, есть грамматические ошибки», «Нет интересных фактов, много текста, оформление «съехало», нет единого дизайна, разные шрифты, вопросы не на понимание».

В результате проведенной работы студенты научились определять вклад СМИ в развитие русской национальной культуры, национально-культурных традиций народов России и мира, решать задачи распространения культурной информации, представленной на телевидении, с учетом современных тенденций развития российской культуры. Подготовка презентаций и работа с отдельной телепередачей позволили студентам определить свои интересы в культуре, погрузиться в одну из предложенных им проблем и начать поиск возможностей ее решения, опираясь не только на свой опыт, но и на опыт зрителей-студентов, своих одногруппников. Студентам показаны возможности телевидения в духовно-нравственном, патриотическом и эстетическом просвещении общества и распространении культурной информации.

Список литературы

- 1 Каптерев А. Мастерство презентации. Как создавать презентации, которые могут изменить мир / А. Каптерев, пер. с англ. С.Кировой. – 2-е изд. – Москва: Манн, Иванов и Вербер, Эксмо, 2013. – С. 336.
- 2 Федорова Н.В. Технические и аудиовизуальные средства обучения: Учебное пособие. – Новосибирск: Изд. НГПУ, 2003. – С. 160.

Н.В. Федорова

*Новосібір мемлекеттік педагогикалық университеті,
Новосібір, Ресей*

«Культура» (Россия) телеарнасының мысалында бейіндік емес мамандық студенттеріне «Тележурналистика» тақырыбын оқытудың ерекшеліктері

Аңдатпа. Мақалада «әлеуметтік-мәдени қызмет», «халық көркем мәдениеті» және «кітапханалық-ақпараттық қызмет» бағыттарының студенттеріне арналған оқу курсының сабақтарында теледидарлық БАҚ-та мәдениет жетістіктерін көрсету мәселелерін шешу бойынша тәжірибелік жұмыстың нәтижелері қарастырылады. Студенттер үшін зерттеу негізіне Ресей мен әлемнің мәдени өміріндегі әртүрлі бағыттарды көрсететін «Мәдениет» ресейлік мемлекеттік телеарнасы алынды. Жұмыс барысында телевизиялық арналарды және жеке телехабарларды көру мәселесі бойынша студенттердің сауалдама нәтижелері ұсынылған. Бейінді емес (гуманитарлық) мамандықтарға арналған оқу курсының ерекшеліктері және «Тележурналистика» тақырыбы бойынша орыс телевизиялық арналарында «Мәдениет» бойынша үздік телехабарлармен танысуға арналған сабақтарды өткізу мәселелері талқыланды. Автор студенттердің презентациялар дайындау және телебағдарламалардың бейнефрагменттерін талдау бойынша жұмыс кезеңдерін сипаттайды, ұсынылған жұмыс әдістемесінің негізінде студенттердің алған білімдері мен іскерліктері туралы қорытынды жасайды.

Түйін сөздер: БАҚ-тың мәдени қызметі, оқу курсы, Журналистика негіздері, «Мәдениет» телеарнасы, тележурналистика, телехабарлар.

N.V. Fedorova

Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia

Peculiarities of teaching the theme «TV Journalism» on the example of the channel «Culture» (Russia) for students non-core specialties

Abstract. The article reveals the results of experimental work on solving the problem of presenting cultural achievements in television media in the classroom for students of the areas of «socio-cultural activity», «folk art culture» and «library and information activities.» The analysis for students is based on the Russian state television channel “Culture” with its programs reflecting different directions in the cultural life of Russia and the world. The paper presents the results of a survey of students on the problem of watching television channels and individual television shows. The features of the training course for non-core (humanitarian) specialties and conducting classes on the topic «Television Journalism», devoted to acquaintance with the best television broadcasts on culture on Russian television channels, are disclosed. The author describes the stages of the preparation of presentations by students and the analysis of video clips of television programs, draws conclusions about the knowledge and skills received by students on the subject based on the proposed methodology.

Keywords: The cultural activities of the media, a training course, the basics of journalism, the TV channel «Culture», television journalism, television programs.

References

- 1 Kaptelev A. Masterstvo prezentacii. Kak sozdavat' prezentacii, kotorye mogu izmenit' mir [The art of presentation. How to create presentations that can change the world] / A. Kaptelev, per. s angl. S. Kirovoj. – 2-e izd. (Moscow, Mann, Ivanov i Verber, Eksmo, 2013, 336 p.).
- 2 Fedorova N.V. Tekhnicheskie i audiovizual'nye sredstva obucheniya [Technical and audio-visual training tools] Uchebnoe posobie [textbook] (Novosibirsk, Izd. NGPU, 2003, 160 p.).

Сведения об авторах:

Федорова Н.В. – кандидат педагогических наук, доцент кафедры социально-культурной и библиотечной деятельности, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск, Россия.

Fedorova N.V. – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Social, Cultural and Library Activities of the Institute of Culture and Youth Policy of the Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia.



ХҒТАР 19.01.11

Ұ.М. Есенбекова¹, Б. Құтым²

¹Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан

²Назарбаев университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан

(E-mail: ultmudde@mail.ru)

Ақпараттық кеңістіктегі трансмедияның тұжырымдық негіздері

Андатпа. Мақалада трансмедия ұғымының тұжырымдық негіздерінің күрделі табиғаты мен коммуникацияның жаңа формалары зерттелген. Трансмедиалық технологиялар мен жаңа медиалардың даму бағыттары, таралу тетіктері анықталған. Трансмедияның теориялық тұжырымдары мен телекоммуникация саласының даму кезеңдері сарапталған. Қоғамдағы ақпараттық коммуникативтік саланың маңызы мен оның әлеуетін өсіру бойынша ұсыныстар берілген.

Мақалада трансмедия тұжырымдарын салыстыру, трансмедия нарығындағы тенденциялар, трансмедиалық формалар; трансмедиалық стратегияның маңызы, аудиторияға әсері; медиалар қызметіндегі жарнаманың орны жүйеленіп, талданған.

Автор трансмедиалық тәсілдердің даму бағыттарын анықтап, болжау мақсатында тиімді әдістемелер қолданған. Трансмедиалық жобаларда ұлттық ерекшеліктерді сақтау арқылы оның тиімділігін өсіруге, адам мен қоғамның мүддесіне қызметке қою мәселелері де жан-жақты зерттеліп, нақты дәлелдермен тұжырымдалған.

Түйін сөздер: трансмедия, трансмедия феномені, франшиза, нарратив, интермәтін, цифрлық ұрпақ, инвайт, трансмедиалық сторителлинг, интерпретативтік қауымдастық.

DOI : <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2020-131-2-89-95>

Түсті: 19.04.20 / **Қайта түзетілді:** 06.05.20 / **Жарияланымға рұқсат етілді:** 09.06.20

Трансмедиалық баяндау – әртүрлі контентті бірнеше платформаларға жүктеп тарту арқылы кеңейтілген цифрлық дәуірдегі көрнекті медиалық тәжірибе. Бұл медиалық тәжірибенің ерекшелігі – олар түрлі сипаттағы медиалардың бір-бірімен жанасқан шекарасында пайда болып, сол шекараларды біріктіре отырып дамиды. Трансмедиалық жобалардағы франшизаның сипаттарын талдау арқылы осы форманың қазіргі медиаларда кеңінен қолданылу себептерін анықтауға болады.

Трансмедиядағы франшиза – кітап, фильм, компьютерлік ойындар сияқты бірнеше платформалар мен нарративтердің қиюласуынан туындаған өнім. Олар – негізгі оқиғаға кіретін қақпаның ролін орындайтын, бір-бірінен алшақ, бір-бірінен тәуелсіз мәдени өнімдер. Мысалы, Гарри Поттер туралы фильмнің сиквелдері негізгі оқиғаның желісіне байланып жазылған. Гарри Поттер туралы негізгі оқиға бар. Олардан басқа да өнімдер негізгі

оқиғаны дамытып, соған негізделіп жалғаса береді.

Ғылыми тілмен бұл құбылысты «трансмедиалық интермәтіндік қасиеттердің коммерциялық супер жүйелердегі көрінісі» деп бағалай аламыз. Күрделі болып қисындалған тұжырымның әрбір сөзінің көтеретін жүгі де, мәні де терең. Интермәтіндік – мәтіннің басқа деңгейдегі мәтіндерде кездесуі, күрделі дискурстарда пайдаланылуы. Бұл жерде дискурсты – логикалық дәлел, ойлау мен пайымдауға түрткі болу, серпіліс беру деген аспектіде қолдандық. Басқаша айтсақ, «кез-келген мәтінді жоғары мәдениетті, танымы кең мәдени мәтіндердің бір бөлшегі» деп қарауға болады [1, 115-127 бб.].

Супер жүйелер – ықпал ету өрісі көптеген қоғамдарға таралатын ең жоғары дәрежедегі әлеуметтік-мәдени жүйе. Сипаттары ұқсас көптеген жүйелердің жиынтығы. Енді осы ғылыми терминдердің анықтамасы негізінде «трансмедиалық интермәтіндік қасиеттердің коммерциялық супер жүйелердегі көрінісін» түсіндірейік.

Трансмедиағы күрделі мәтіндердің қасиеттері коммерциялық жоғары деңгейдегі жүйелерде франшиза түрінде қолданылады. Қазақстандағы медиа кеңістікте трансмедиалық жобалар неге әлі аз деген сұраққа жауапты трансмедиа құбылысының тұжырымдық негіздерінің күрделі табиғатымен ғана түсіндіруге болмас.

Цифрлық дәуірдегі коммуникация саласындағы әрбір ғылыми жаңалық күрделі теориялық зерттеулерді, эмпирикалық ізденістерді қажетсінеді. Бұл жердегі эмпирика ұғымының дефинициясына тек тәжірибе жүзінде ғана дәлелденген, таза фактілерді бақылау жолымен, бірақ сараптаусыз, «өзара байланысы талданбай алынған білім мен мәліметтер жиынтығы» деген түйін алынған [2, 51-68 бб.].

Адамның әрбір іс-әрекеті тек қаржыға, пайдамен есептелетін заманда ғылыммен ешкім ақысыз айналысқысы келмейді. Аз табыс әкелетін жұмысқа жалданбайды. Сол сияқты нарықтық мәдениетпен ойлап, нарықтық категориялармен өмір сүретін, нарықтық менталитеті басым батыс елдеріндегі ғылыми қызметкерлер жаңа тақырып бойынша зерттеуді бастамас бұрын, алдымен, оның бюджетін, монетизация көлемін есептейді. Міне, батыстағы ғалымдар мен біздің отандық ғалымдардың қызметіндегі басты айырмашылық осында.

Батыс ғалымы өзінің ғылыми зерттеуінің бағыты мен тақырыбын нарықтың сұранысына, өзіне келетін пайданың мөлшеріне қарай таңдайды. Қазақ елінің ғалымы бюджеттен бөлінетін азғантай мемлекеттік тапсырысты орындауға ғана құлықты. Өйткені қазақ ғалымының деңгейі де, оның әлемдік ғылыми процестерге интеграциясы да, әзірше, шектеулі. Бұл жерде ғылыми дәстүр, ағылшын тілін білмеуі сияқты көптеген факторлар кедергі болуда.

Осыдан келіп Қазақ елінде трансмедиалық жобалар неге жоқ, бар болса неге аз деген сұрақтарға жауап беруге болады: біріншіден, елдегі технологиялық өрлеу сапалы мәдени және әлеуметтік өзгерістерге бастай алмауда. Екіншіден, трансмедиалық технологияларға қоғам тарапынан сұраныс төмен болса, үшіншіден, қаржылық мотивация жоқ.

Жоғарыда айтылған 3 себепке тағы бір көріністі қоса аламыз. Қазнеттегі мультимедиалық контенттің жылдам өсуі трансмедиалық баяндау үрдісін жігерлендіре алмады. Елдегі медиаландшафтың даму бағыты мен соңғы даму тенденциялары ТБ (трансмедиалық баяндау) жобалардың біздегі қоғамның ашықтық дәрежесіне сәйкес еместігін көрсетуде.

ТБ-жобалар үшін аудиторияның жобаға шынайы араласуы, қатысуы басты маңызға ие. Қазіргі жағдайда қазақстандық аудитория осы форматтағы жобаларды қолдап, оларға белсенді қызығушылық танытуға құлықсыз. Онсыз ТБ-жоба өзінің тиімділігін жоғалтады.

Ақпарат әлеміндегі трансмедиалық баяндаудың тұжырымдық негіздерін жасау үшін оның күрделі табиғатын ескеріп, халықаралық ғылыми қауымдастықтың жетістіктері негізінде кешенді тәсілдемелерді таңдап алған дұрыс. Трансмедиа феноменін (өмірде сирек кездесетін, таңғаларлық ерекше құбылыс) объективті түсіну үшін жинақталған тәжірибе-

лерді толық саралау және біртекті категориялық аппарат құру қажет.

Ғалымдар мен сарапшылардың пайымдауынша, трансмедиалық технологиялар бүгінгі медиа корпорациялардың аудиториямен қарым-қатынасты жетілдіретін және олардың ниеттестігін күшейтетін басты стратегиясы санатына айналууда. Қазақстандағы коммуникативтік зерттеулердің арасынан трансмедиалық технологиялар тақырыбы терең қамтылмаған. ТБ бойынша бізден ілгері тұрған ресейлік ғалымдардың өзі тұжырымдарын батыстық басылымдарға сүйеніп жасауда.

2010 жылдан бері трансмедианы зерттеп жүрген авторлардың басым бөлігі батыс теоретиктерінің интерпретацияларын қолданып келеді. Бұл еңбектерден ресейлік ғалым, философия ғылымдарының докторы Наталья Леонидовна Соколованың «Трансмедиа және «интерпретативтік қауымдастықтар» атты мақаласы өзгешеленіп тұр. Мақалада автор жаңа дәуірдегі аудитория контентті қабылдаушы, тұтынушы ғана емес, ол медиа мәтіндерді, оқиғаларды интерпретациялауға ашық, белсенді қатысушы болып өзгерген деген қорытынды жасайды. Соколова өз еңбегінде осы аудиторияны сипаттау үшін «интерпретативтік қауымдастықтар» деген ұғымды қолданған. «Интерпретативтік қауымдастықтардың» рөлінің өсуіне тиянақты сараптама берілген [3, 10-15 бб.].

Бүгінгі және бұрынғы зерттеу мақалаларымызда келтірілген дәйектерді қорыта келе қазірге дейін ұсынылып келген трансмедиа тұжырымдарындағы қарама-қайшылықтарды байқаймыз. Коммуникация заңдылықтарын зерттеуші батыс елдерінің тәжірибешіл сарапшылары мен ғалымдары трансмедианың жалпы теориясы мен әдістердің бірыңғай жүйесін жасай алмауда [4, 1004-1016 бб.].

Трансмедианың критерийлері мен бұл ұғымның шекарасын айқындауда олардың пікірлері мүлдем қарама-қайшы. Цифрлық дәуірдің ерекшеліктері трансмедиа тақырыбының қажеттігін көрсетіп, оған деген қызығушылықты өсіріп келеді. Болашақта осы еңбектердің арасынан жүйелі әдістемелердің көмегімен жасалған трансмедианың теориялық негізі тұжырымдалады деген сенім бар.

Теориялық негізі толық түзіліп болмаған трансмедиалық баяндаудың компоненттері мен жарнамалық коммуникацияның арасындағы байланыстың күрделі табиғаты бұл құбылыстың көпшілікке әлі де кең таралмауымен, түсініксіз болуымен түсіндіріледі [5, 197-211 бб.].

Бұқаралық аудиторияның қабылдауына трансмедиалық формалар ұнамды болуы үшін трансмедиалық баяндаудың қандай формада, қандай салада тиімділік дәрежесі жоғары болатынын анықтау, оны компоненттерге бөліп, әрбір компонентті сараптау нәтижелі болады. «Трансмедиалық коммуникацияның негізгі компоненттерін ажырату үшін маркетингтік теорияға жүгінгеніміз дұрыс. Дәстүрлі әдістемелерге сүйеніп, оларды өз талдауымызға бейімдей аламыз» [6, 401-426 бб.].

Теориялық тұрғыда коммуникацияның тиімділігін анықтау үшін оның компоненттерін (құрамдас бөліктер) жіктеп, релеванттылығын (өзектілігі мен реттілігі) талдау қажет. Коммуникация – ақпараттық хабарламаны тарату процесі. Процестің сапалық дәрежесі – қабылдаушы мен жіберушінің түсіну деңгейлеріне байланысты. Екі жақтың да қабылдау мен түсіну деңгейлері жоғары болса, онда коммуникацияны табысты деп бағалаймыз. Қарапайым мысалмен түсіндірер болсақ, филологтардың алдында жоғары математиканың теоремаларын дәлелдеудің, күрделі математикалық құралдарды игеруге мәжбүрлеудің қажеті жоқ [7, 310-343 бб.]. Яғни, «коммуникациялық желілер арқылы таралған ақпарат өзінің адресатын тапсын десек ақпаратты жасаушының да, оны қабылдаушының да білім мен таным деңгейі қатарлас болуы шарт». Бұл тезисті жарнамалық коммуникацияға қатысты қолдансақ, онда бренд пен аудиторияның арасындағы коммуникация бір тілде жүруі тиіс [8, 783-804 бб.].

Коммуникацияның объектісі 5 компоненттен тұрады:

- хабар таратушы (ақпарат көзі) – бұл адам, адамдардың тобы, медиа компания, бұқаралық ақпарат құралдары. Олар ақпаратты дайындап, тарату арналарын таңдайды және таратады.

- код – бұл ақпараттық хабарламаның форматы. Формат ақпараттың тілі мен коммуникацияның мақсатына байланысты таңдалады. Ақпараттық хабарламаның коды баспа түрінде, видео, фото немесе басқа мультимедиалық форматта болуы мүмкін.

- каналдар (ақпараттық хабарламаны тарату мен қабылдау) – бұл хабарламаны таратуға арналған құралдар (газет-журнал, телевизия мен радио, цифрлы коммуникациялар болуы мүмкін).

- қабылдаушы – хабарламаны қабылдайтын, мазмұнын сараптайтын және кері байланыс орнататын адам, адамдардың тобы, медиа компаниялар, бұқаралық ақпарат құралдары.

- шуыл – хабарламаны қабылдаушыға дейін жеткізуге кедергі жасайтын немесе оның мазмұнын өзгертіп жіберетін физикалық, техникалық, ақпараттық ақаулар.

Енді коммуникацияның 5 компонентін трансмедиалық коммуникацияның ерекшеліктеріне қарай бейімдейтін болсақ төмендегі элементтердің жиынтығын аламыз:

- бренд – бұл тауар немесе қызмет көрсетуші компания немесе өндіруші. Жарнамалық хабарлама жасайды, тарататын каналды таңдап, жібереді.

- код – жарнамалық хабарламаның форматы. Ол баспа түрінде, видео, фото немесе басқа мультимедиалық форматтар болуы мүмкін. Трансмедиалық коммуникация жағдайында код деп – бір жарнамалық науқанның ішінде бірнеше жарнамалық форматты айтамыз. Трансмедиалық баяндау функциясына хабарламаны барынша көп және әралуан форматтар арқылы жеткізу жатады.

- канал (ақпараттық хабарламаны тарату мен қабылдау) – бұл жарнаманы таратуға арналған құралдар (газет-журнал, телевизия мен радио, цифрлы коммуникациялар болуы мүмкін). Трансмедиалық жобалардың негізгі критерийлеріне көп каналды болуын жатқызамыз. Жарнамалық науқанда бір-бірінен тәуелсіз бірнеше каналдар қолданылады.

- қабылдаушы – бұл брендтің (жарнамалық хабарлама жіберуші) мақсатты аудиториясы. Олар хабарламаны қабылдайды, мазмұнын сараптайды және кері байланыс орнатады. Трансмедиалық науқандарда осы канал мен кодтар мақсатты аудиторияның сипатына байланысты анықталады.

Аудитория бренспен орнайтын байланыс тілін таңдаса, бренд өз аудиториясына бейімделіп, оған ұнамды каналдар мен форматтарды ұсынады. Аудиторияның сұранысын терең зерттеу мен инвайт (шақыру, қандай да бір Интернет ресурсқа, жүйеге шақыру) арқылы жайғастыру жарнамашыларға брендтен аудиторияға бағытталған хабарламаны дәл тұжырымдауға мүмкіндік береді. Формат пен тіл аудитория үшін түсінікті, қолайлы таңдалады.

- «ақпараттық шуыл» – ақпараттың шамадан тыс көптігі аудиторияны дұрыс бағыттан адастырып, оның жауап беру қабілетін шектейді. Ақпараттың көлемі ұлғайып, оған қолжетімділік өскен сайын, ақпарат – кеңістікті ауырлатып, құнсызданып аудиторияға жетпейді. Ақпараттық шуылдың мағынасы осындай.

Ақпараттық коммуникацияның моделін трансмедиалық технологияларды қолданатын жарнамалық коммуникацияға икемдеуге қатысты мынандай гипотеза жасауға болады. Трансмедиа технологиясын қолданудың тиімділігі «код» және «канал» сияқты 2 категорияда көрінеді, «бренд» және «аудитория» сияқты 2 объектімен анықталады. Трансмедиалық жобадағы брендтердің категориялары мен аудиторияның сегментін айқындау және талдау – трансмедиалық баяндау форматының барлық артықшылықтары мен мүмкіндіктерін қолдануға жол ашады.

Трансмедиалық баяндаудың элементтеріндегі идея, продюсерлеу мәнері мен сценарийлік жұмыстардың сапасы жоғары дәлдікпен жасалуы шарт. Жарнамалық коммуникацияда идеядан басқа әрбір сөз, әрбір бейнекөрініс қымбат бағаланады. Телевизиядағы

продакшнның ең басты активі – адамдар, ниеттестер командасы, олардың миы. Сценарий авторлары – шығармашылық команданың өте маңызды бөлшегі. Қазақстанға мұнай мен газ қаншалықты маңызды болса, телевизия үшін идеялары бар, генерацияға (өндіру, жасау) қабілетті авторлар да соншалықты қажет.

Трансмедиалық жобалардағы шығармашылық топқа қойылатын талаптардың қатал болуы заңдылық. Төтенше бәсекеге толы медиа кеңістікте ең үздік, талантты және еңбексүйгіштер командасы ғана жеңімпаз атанады. Медиа саланы зерттеуші болашақ мамандарға осы тұжырымдық ұстанымдарды бойларына сіңіре бергені дұрыс.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Burns, Kelli S. Social Media: A Reference Handbook. Santa Barbara, CA: ABC-CLIO., -2017 – P. 203.
- 2 Jenkins, H. The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling [Электрон. ресурс] – URL:http://henryjenkins.org/2009/12/of_the_origami_uni.html). -2009, – P. 51-68. (Accessed: 09.04.2020)
- 3 Pratten, R. Getting Started in Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners. –Seattle: CreateSpace. -2011.– Pp.10-15.
- 4 Eastwood, John D., Smilek, D., & Merikle. Differential Attentional Guidance by Unattended Faces Expressing Positive and Negative Emotion. Perception & Psychophysics, 63(6). -2001. – P .1004-1016.
- 5 Gazzaniga, Michael S. The Social Brain: Discovering the Networks of the Mind. New York, NY: Basic Books.1989. – P. 325.
- 6 Miller C.H. Digital storytelling: A creator’s guide to digital entertainment. Amsterdam: Focal Press. -2004. – P. 453.
- 7 Rutledge, Pamela. Transmedia Storytelling: Neuroscience Meets Ancient Practices. Retrieved June 18, 2011. – P. 310-343.
- 8 Teixeira, Thales, Michel Wedel and Rik Pieters. «Moment-to-Moment Optimal Branding in TV Commercials: Preventing Avoidance by Pulsing», Marketing Science, 29 (5). -2010. – P.783– 804.

У.М. Есенбекова¹, Б. Кутым²

¹Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева,
Нур-Султан, Казахстан

²Назарбаев университет, Нур-Султан, Казахстан

Концептуальные основы трансмедиа в информационном пространстве

Аннотация. В статье рассмотрены концептуальные основы трансмедиа и новые формы коммуникации. Определены направления и способы распространения трансмедийных технологий и новых медиа. Изучены эволюция теоретических концепций трансмедиа и этапы развития телекоммуникационной сферы. Сформулированы рекомендации по совершенствованию инфо-коммуникационной отрасли и повышению ее потенциала.

Исследованы тенденции на рынке трансмедийных технологий, формы трансмедиа, важность трансмедийной стратегии, ее влияние на аудиторию, место рекламы в деятельности медиа.

Автором использованы разные методологии для определения и прогнозирования

путей развития трансмедийных технологий. Аргументирована возможность повышения эффективности трансмедийных коммуникаций с учетом особенностей национальной аудитории. В этих условиях трансмедийные технологии могут эффективно служить интересам общества.

Ключевые слова: трансмедиа, феномен трансмедиа, франшиза, нарративы, интертекст, цифровая генерация, инвайт, трансмедиа-сторителлинг, интерпретативное сообщество.

U.M. Yessenbekova, B. Kutym

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

Conceptual foundations of transmedia in the information space

Abstract. The article discusses the conceptual foundations of transmedia and new forms of communication. Directions and ways of disseminating transmedia technologies and new media have been identified. The evolution of the theoretical concepts of transmedia and the stages of development are studied in the telecommunication sphere. The recommendations are formulated for improving the information and communications industry and increasing its potential.

The trends are studied in the market of transmedia technologies, the form of transmedia, the importance of the transmedia strategy, its influence on the audience, the place of advertising in the media activity.

The author used different methodologies for determining and predicting the ways of development of transmedia technologies. The possibility of improving the effectiveness of transmedia communications are argued, taking into account the peculiarities of the national audience. Under these conditions, transmedia technologies can effectively serve the interests of society.

Keywords: transmedia, transmedia phenomenon, franchise, narratives, intertext, digital generation, invite, transmedia-storytelling, interpretive community.

References

- 1 Burns, Kelli S. Social Media: A Reference Handbook. Santa Barbara, CA: ABC-CLIO. - 2017. – P.203. [in English]
- 2 Jenkins, H. The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling – Available at: http://henryjenkins.org/2009/12/of_the_origami_uni.html). -2009.– P.51-68. (Accessed: 09.04.2020) [in English]
- 3 Pratten, R. Getting Started in Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners. –Seattle: CreateSpace. -2011. – P.10-15. [in English]
- 4 Eastwood, John D., Smilek, D., & Merikle P. Differential Attentional Guidance by Unattended Faces Expressing Positive and Negative Emotion. *Perception & Psychophysics*, 63(6). -2001. – P.1004-1016. [in English]
- 5 Gazzaniga, Michael S. The Social Brain: Discovering the Networks of the Mind. New York, NY: Basic Books. 1989. – P. 325. [in English]
- 6 Miller C.H. Digital storytelling: A creator's guide to digital entertainment. Amsterdam: Focal Press. 2004. – P. 453. [in English]

7 Rutledge, Pamela. Transmedia Storytelling: Neuroscience Meets Ancient Practices. Retrieved June 18, 2011. – P. 310-343. [in English]

8 Teixeira, Thales, Michel Wedel and Rik Pieters. «Moment-to-Moment Optimal Branding in TV Commercials: Preventing Avoidance by Pulsing», Marketing Science, 29 (5). -2010. – P.783–804. [in English]

Авторлар туралы мәлімет:

Есенбекова Ұ.М. – филология ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, Телерадио және қоғаммен байланыс кафедрасы профессорының м.а., Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Yessenbekova U.M. – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Acting Professor of the Tele radio and Public Relations Department, L.N.Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan.

Құтым Б. - Назарбаев университетінің студенті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Kutym B. - Student of Nazarbayev University, Nur-Sultan, Kazakhstan.

PR ТЕХНОЛОГИЯ / ТЕХНОЛОГИИ PR / PR TECHNOLOGIES



МРНТИ 00.11.19

Д.М. Бабажанова, С.Ш. Тахан

*Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан
(E-mail: bm.dina@mail.ru, takhan_serik@mail.ru)*

**Основные внешнеполитические факторы формирования
странового имиджа Республики Казахстан**

Аннотация. В статье раскрывается значение ключевых событий, повлиявших на становление положительного имиджа Республики Казахстан на международной арене в последние три десятилетия. Предметом анализа являются такие важные события на международной арене, как движение «Невада-Семей», «Астанинские процессы» и операция «Жусан». На примере разбора хода и исхода этих международных акций Республики Казахстан делаются выводы о международном признании позитивности избранного нашей страной вектора движения на пути гармонизации отношений с мировым сообществом государств. Акцентируется внимание на важности верно выстроенного многостороннего курса дипломатии Казахстана на основе его договорной базы. Значительное место в статье уделено анализу высказываний авторитетных мировых фигур об имиджевых внешнеполитических инициативах Казахстана и фрагментам успешного выстраивания стратегии по формированию благоприятного образа для сотрудничества.

Ключевые слова: имидж Республики Казахстан, «Невада-Семей», многосторонняя дипломатия Республики Казахстан, операция «Жусан», Астанинские процессы, посредничество Казахстана.

DOI : <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2020-131-2-96-108>

Поступила: 07.02.20 / Доработана: 05.03.20 / Допущена к опубликованию: 09.06.20

Введение. С обретением независимости Казахстан стал целенаправленно предпринимать шаги по укреплению своих позиций на мировой арене. Казахстану было необходимо выбрать такую внешнеполитическую стратегию, которая могла бы продемонстрировать миролюбие новообразованного государства, его готовность к сотрудничеству и развитию. Становление казахстанской государственности шло на фоне кризисных явлений, коснувшихся большинства стран постсоветского пространства, поэтому стремление выделиться как можно скорее из ряда бывших союзных республик «лица необщим выражением» стало для Казахстана принципиальным, ему было необходимо вырваться и громко заявить о себе. Имидж государства – первый критерий, по которому создаётся его ассоциативный образ, поэтому молодому государству, находящемуся в центре развала советской системы, обретение позитивного имиджа было жизненно необходимо.

Цель исследования обусловлена необходимостью выявить и раскрыть ключевые аспекты внешнеполитической деятельности государства, наиболее эффективно способ-

ствовавшие формированию и укреплению положительного странового имиджа Республики Казахстан с первых его шагов на пути независимости и до наших дней. В статье решаются следующие задачи: определение и содержательное описание наиболее значимых событий, способствовавших созданию положительного образа Казахстана на мировой арене; научный разбор мнений авторитетных представителей мирового сообщества о международном позиционировании Казахстана; анализ итогов миротворческой деятельности Казахстана, в том числе по организации посредничества в политических конфликтах; определение политической результативности и имиджевого эффекта операции «Жусан».

История обсуждения вопроса. Изучению проблемы «Невада-Семей» посвящены работы таких исследователей, как Абишев М. [1] и Тенизбаева М. [2]. Операция «Жусан» нашла свое освещение в публикациях Билялова С. [3], Кобыровой К. [4] и Смайыл М. [5]. Информация об Астанинских процессах по урегулированию в Сирии в хронологическом порядке выложена в свободном доступе на официальном сайте Министерства иностранных дел РК [6]. Определенный научный вклад в разработку вопроса об имидже Республики Казахстан внесли исследования Буракановой Г.М. [7] и Иватовой Л.М. [8,9], в которых заложены основы теоретического обобщения сложившегося опыта формирования образа нашей страны в глазах мирового сообщества. Вместе с тем вопрос нуждается в конкретизации, дополнении и предметном научном анализе в контексте появляющихся новых фактов и расширения поля научной интерпретации феномена «страновой имидж Казахстана».

Результаты исследования. В первом ряду событий, продемонстрировавших стремление независимого Казахстана на равных участвовать в общемировых процессах, мы особенно выделяем для научного анализа исторически значимое народное движение «Невада-Семипалатинск». 25 февраля 1989 года казахстанский поэт и общественный деятель Олжас Сулейменов выступил со своей речью, положившей начало будущему планетарно масштабному антиядерному движению [10]. В своем выступлении поэт поднял актуальную и важную тему – проблему Семипалатинского ядерного полигона. Проблема охватывала огромное количество факторов, представляющих опасность для жителей Казахстана, и быстро получила отклик со стороны казахстанского и мирового сообщества. Так, 28 февраля у здания Союза писателей Казахстана прошло первое шествие всенародного антиядерного движения «Невада-Семипалатинск», выступающего против испытаний на Семипалатинском полигоне. В конечном итоге данное движение переросло в глобальный протест, объединяющий миллионы человек по всему миру: люди выходили на митинги во всех уголках Земли: начиная с соседствующей России и заканчивая азиатско-тихоокеанскими державами – Японией и США.

Само название «Невада-Семипалатинск» включало в себя стремление сторонников антиядерного движения к объединению по всему миру. Так, к моменту первых выступлений в Казахстане в штате Невада (США) уже активно действовало движение против ядерных испытаний на его территории, которое, как и движение наших соотечественников, преследовало одну только благородную цель – ликвидацию ущерба, который уже был нанесён нашей планете и экологии. Участники движения обратили свои призывы не только в сторону международных организаций, защищающих экологию, но и в ООН, ЮНЕСКО и МАГАТЭ. Эти активные действия, по принципу цепной реакции, моментально обратили на себя внимание мировой общественности и сплотили всё глобальное сообщество, стремящееся к запрету ядерных испытаний [11]. Большая общественная реакция в мире в связи с ростом казахстанского антиядерного движения достигла своего апогея, когда на государственном уровне Казахстаном было принято решение добровольно отказаться от огромного ядерного потенциала, унаследованного от СССР. Подобный антимилицитаристский ход со стороны Казахстана, как акт проявления пацифизма, сильно способствовал созданию его образа как дружелюбного государства в глазах всей мировой общественности. Это было невероятно

важно, особенно значимо в последний напряженный период Холодной войны.

Таким образом, движение «Невада-Семипалатинск» стало первым фактором, способствовавшим вступлению Казахстана в международные процессы в качестве авторитетного игрока. Обоснованно можно утверждать, что именно после обретения Казахстаном статуса безъядерной зоны наша страна в глазах всех людей земли устойчиво стала ассоциироваться с миролюбием, демонстрацией добрых намерений нашего народа. Успех движения в целом стал возможен благодаря реализации потенциала народной дипломатии, которая способствовала объединению народа Казахстана с народами по всему миру.

Основным стержнем внешней политики РК, соответствующей в полной мере логике устойчивого социально-экономического развития страны, с первых дней независимости была стратегия многостороннего партнерства с ближними и дальними государствами. Движение «Невада-Семипалатинск» было сильным, но все-таки репрезентативным политическим актом, объективно теряющим силу воздействия на общественное сознание по мере достижения своей цели. Именно поэтому Казахстан не мог позволить себе ограничиваться похожими акциями в поддержку своего странового имиджа и стал самостоятельно выстраивать на долгосрочной основе связующие линии с другими государствами посредством своей многосторонней дипломатии. Следует обратить внимание на высокую результативность данного вектора внешнеполитических интересов нашего государства в плане выстраивания положительного образа нашей страны за ее пределами.

Динамика успешной реализации многосторонней дипломатии была задана так. Было подписано большое количество многосторонних международных договоров, с полным списком которых можно ознакомиться на официальном сайте Министерства иностранных дел Республики Казахстан. В рамках ЕАЭС, ЕЭП и ТС Казахстан подписал более 70 разных соглашений. Казахстан является участником множества международных конвенций в рамках ИКАО и ИМО. Помимо этого Казахстан участвовал в подписании других соглашений, в пределах таких, например, глобальных и региональных организаций, как ШОС, ООН, СНГ, ОДКБ, ЮНЕСКО. Деятельность нашей страны в таком количестве международных соглашений свидетельствует об активной позиции Казахстана на мировой арене, выраженной в участии в международных организациях и интенсивном формировании договорной базы. Участие Казахстана в глобальных политических и экономических процессах делает наше государство позитивным и деятельным актором на международной арене, демонстрируя другим государствам нашу динамичную и прогрессивную внешнеполитическую позицию.

В сфере внешних сношений Казахстан не отказывается от двухсторонней дипломатии. Но ввиду усиливающихся тенденций к регионализации, интернационализации и мировому объединению на первый план выходит работа по системной организации многосторонней дипломатии. Сразу же после обретения независимости Казахстан присоединился к первому комплексу многосторонних дипломатических документов, представленных в виде соглашения о создании Содружества Независимых Государств от 8 декабря 1991 [12] года и к Алма-Атинской декларации от 21 декабря 1991 года [13]. Именно в путях расширения многосторонних дипломатических связей Республика Казахстан видит перспективу своего участия в выстраивании мировой архитектуры глобальной безопасности и вносит свой вклад в достижение устойчивого развития на планете.

Казахстан уже достаточно значительное время успешно играет роль мирового посредника в разрешении острых конфликтов. Экзаменом для Казахстана на зрелость в решении мировых проблем стали известные события в Киргизии в 2010 году. Эффективное «разруливание» взрывоопасной для всей Евразии политической бифуркации, продемонстрированная Казахстаном способность как председателя ОБСЕ быстро мобилизовать европейское сообщество для стабилизации сложившейся в Киргизии ситуации стали примером высочайшей государственной ответственности за судьбы мира.

В 2017 году Первый Президент Республики Казахстан Нурсултан Назарбаев озвучил инициативу о предоставлении Астанинской площадки для переговорного процесса для решения Сирийского конфликта. Астанинская площадка должна была объединить противоборствующие стороны и в качестве посредника привести к прекращению боевых действий между противниками. В течение 2017 года было проведено 8 встреч. Этот год стал самым интенсивным в истории Астанинского процесса. Как известно по итогам 2018 - 2019 гг. состоялось ещё 4 встречи на площадке Астанинского процесса [14].

Первая встреча прошла с 23 по 24 января 2017 года и была нацелена на прекращение огня. В качестве наблюдателей выступили делегация США и делегация со стороны ООН. Данная встреча знаменательна тем, что сирийское правительство и оппозиция впервые сели за стол переговоров, чему поспособствовала Астанинская площадка. По результатам встречи было подписано итоговое соглашение. Специальный представитель Генерального секретаря ООН по Сирии Стаффан де Мистура отдельно отметил значительный вклад Казахстана в организации разрешения настолько важного для сторон конфликта и всего мира события [15].

Вторая встреча была организована с 15 по 16 февраля того же года, где странами-гарантами выступили Россия, Иран и Турция (которые уже принимали участие при первой встрече в январе). На этот раз в качестве наблюдателей наряду с ООН и США выступила Иордания. Данный состав наблюдателей и участников в дальнейших встречах будет неизменным. В итоге стороны пришли к соглашению о создании специализированной рабочей группы, полностью подотчетной ООН, которая должна будет следить за процессом прекращения огня. Третья встреча проходила с 14 по 15 марта 2017 года и была преимущественно отмечена обсуждениями различных актуальных вопросов. Четвертая встреча проходила с 3 по 4 мая 2017 года, и её главным итогом стало подписание Меморандума о создании зон деэскалации в Сирии. Со стороны стран-гарантов было принято Совместное заявление по Сирии. Пятая встреча проходила с 4 по 5 июля 2017 года, в ней обговаривались условия создания Совместной рабочей группы, направленной на деэскалацию. Главным результатом шестой встречи, длившейся с 14 по 15 сентября того же года, стало создание Совместного ирано-российско-турецкого координационного центра. К моменту проведения шестой встречи со стороны участников и наблюдателей переговоров уже отмечался значительный прогресс в борьбе с терроризмом на территории Сирии. Седьмая встреча проходила с 30 по 31 октября того же года, в ходе которой стороны подготовились к восьмой встрече и призвали к активизации усилий по урегулированию текущего конфликта. Восьмая встреча прошла с 21 по 22 декабря, по результатам которой было принят итоговый документ, в котором особое внимание уделялось борьбе с терроризмом и прекращению огня.

Последующие встречи по Астанинскому процессу проходили реже: две в 2018 году и две в 2019 году. В 2018 году встречи состоялись с 14 по 15 мая и с 28 по 29 ноября. В ходе встреч стороны выразили обеспокоенность нарушением режима прекращения боевых действий. Были обсуждены вопросы касательно химического оружия и противодействия терроризму. 24 ноября 2018 был произведён обмен заложниками с двух конфликтующих сторон, что придало процессу новый импульс. Все участники процесса высказали свою искреннюю признательность Казахстану за выступление в качестве посредника и предоставление площадки для ведения переговоров. По результатам встреч 25-26 апреля и 1-2 августа 2019 года были обсуждены вопросы формирования Конституционного комитета в Женеве. Активно обсуждался вопрос о террористической активности и беженцах. На данный момент процесс официально не завершён и находится в стадии развития. Все участники переговорного процесса отмечают значительную роль Казахстана в столь важном международном событии и выражают свою благодарность за содействие и инициативность [14].

Наиболее важными итогами Астанинского процесса можно назвать создание зон деэскалации и прекращение военных действий на определенных территориях. Помимо этого огромным достижением является факт налаживания переговоров между правительством и оппозицией Сирии, которые исторически стали возможны впервые. Астанинский процесс показывает положительную динамику, но с большой долей вероятности оценить его результативность можно будет лишь после полного завершения процесса. Однако не вызывает никакого сомнения то, что подобное содействие урегулированию Сирийского конфликта и предоставление добровольного посредничества со стороны Казахстана все мировое сообщество однозначно оценивает очень высоко. Вклад нашей страны в решение конфликта официально был признан ООН, всеми лидерами стран, принимающих участие в процессе или заинтересованно наблюдающих за ним. Благодаря проведению Астанинского процесса Казахстан стал центром международной активности, утвердил себя в центре мировой истории, приковав к себе внимание общественности и государств. Данная тенденция положительно влияет на создание имиджа Казахстана и способствует усилению позитивного вектора выстраиваемой нами дипломатии. Помимо громких инициатив и событий, которые организует наша страна, Казахстан поддерживает отношения с 183 странами по всему миру. Большинство из них являются членами или наблюдателями в ООН. Сегодня Казахстан активно участвует в мировых политических процессах. Как отмечает немецкий политолог Маттиас Дорнфельдт, Казахстан способствует решению глобальных проблем. Эксперт отметил особую значимость Казахстана в качестве инициатора мирных стратегий и актора, продвигающего идеи единства, согласия и безопасности [16].

Имиджевое значение имело избрание Казахстана непостоянным членом Совета Безопасности ООН на 2017-2018 годы. Ведущие эксперты-аналитики положительно отозвались об итогах председательства Казахстана в Совете Безопасности ООН. По мнению эксперта Жумабека Сарাবেкова (ИМЭП при Фонде Первого Президента РК), все поставленные цели Казахстан в рамках работы в Совете Безопасности успешно выполнил [17]. Особое внимание эксперт уделяет успехам, которые Казахстану удалось добиться: во-первых, привлечение внимания к центрально-азиатскому региону и проблемам, которые необходимо в нём разрешить; во-вторых, Казахстан смог привлечь внимание мировой общественности к афганскому вопросу, который всё ещё находится в состоянии стагнации и не разрешается. Тем самым, будучи лидером в регионе Центральной Азии, Казахстан выдвигает наиболее ключевые проблемы, которые необходимо разрешать и способствует росту положительной динамики в их урегулировании. Казахстан оказался в центре международных процессов, воспользовавшись возможностью для продвижения актуальных региональных проблем и заявляя о необходимости кооперации для их дальнейшего разрешения.

Однако процессы глобализации мирового сообщества трудно поддаются регулированию в действующей системе международных отношений, возникают новые вызовы человечеству, ответы на которые требуют эксклюзивных решений и действий государств в международном политическом пространстве. Большой угрозой мировой стабильности сегодня стало распространение террористических группировок и их влияния по всему миру. В своем стремлении своевременно оградиться от идеологии и практики международного терроризма Казахстан инициировал операцию «Жусан», которая нами оценивается как превентивная мера государственной защиты от потенциальной угрозы извне, но также и как гуманитарная акция по возвращению на родину своих граждан и их семей, находящихся в разгромленных террористических анклавах в Сирии.

Фактическими основаниями к проведению операции «Жусан», к рассмотрению которой мы переходим, послужили следующие обстоятельства. По данным Комитета национальной безопасности, к июлю 2018 года было зафиксировано более 800 граждан Казахстана, выехавших в горячие зоны конфликтов, преимущественно на территории Сирии и

Ирака. Ужасающим фактом в данной статистике является то, что из представленного количества – 500 граждан – это несовершеннолетние дети. Наибольшую проблему составляет то, что родители этих детей, будучи завербованными и превращаясь в религиозных фанатов, перестают адекватно мыслить и подвергают детей смертельной опасности. Сами же дети, естественно, остаются без права выбора своего будущего. Из-за фанатизма, доверчивости и неопытности родителей они рискуют своими жизнями. С другой стороны, сами родители таких детей, находясь под влиянием террористических агитаторов, становятся жертвами и ставят под угрозу свои собственные судьбы. Находясь под психологическим давлением со стороны террористов, люди теряют способность к рациональному мышлению и действуют вопреки личной безопасности. По этой причине государство приняло решение о вмешательстве и стало бороться с подобными деструктивными проявлениями посредством внедрения операции «Жусан» [18].

Мог возникнуть вопрос, насколько было важно возвращать в Казахстан тех граждан, которые добровольно изъявили желание покинуть его границы. Ответ на это дал начальник департамента Комитета национальной безопасности РК – Бахытбек Рахымбердиев. Он отметил, что у каждого государства есть обязательства, и Казахстан таким образом выполняет свои. Принципиальная позиция Казахстана на данный момент – это наказание преступников и реабилитация жертв. Представитель комитета дополнил, что подобные операции активно практикуются по всему миру. Важным является и тот аспект, что граждане, которым будет отказано в возвращении на родину, в будущем могут представлять угрозу для нашего государства и всего мира и поэтому её необходимо нивелировать на ранних этапах [19]. Важный акцент в объяснениях причин проведения операции «Жусан» казахстанскими спецслужбами был поставлен на информации о преобладании детей в числе пребывающих в Сирии казахстанских граждан. Дети зависимы от родителей и по возрасту не в состоянии в полной мере осознанно сделать правильный выбор. Соответственно, безопасность детей, при отсутствии рациональности в поведении родителей, ложится на плечи государства. Государство обязано позаботиться о детях, которых почти 2/3 из всех выехавших граждан. Таким образом, в целом операция «Жусан» является сочетанием следующих чрезвычайно важных целей: защита невиновных детей, оказавшихся в сложном стечении обстоятельств; возвращение граждан, которые стали вольными или невольными жертвами изоэтренной террористической пропаганды и оказались в положении заложников террористов; возвращение активных участников боевых действий на стороне террористов, которые в ином случае снова могут быть вовлечены в террористические организации в других регионах мира; предоставление оступившимся права на справедливый суд по законам своей страны.

Название «Жусан» в переводе с казахского языка означает «горькая полынь», которая является символом казахстанских степей и ассоциируются у всего казахского народа с чем-то родным – с собственным домом.

В общей сложности операция «Жусан» включила в себя 3 гуманитарных операции: «Жусан-1», «Жусан-2» и «Жусан-3». По итогам первой операции были возвращены 47 человек, из которых 30 детей, 6 мужчин и 11 женщин. Эти цифры в ходе развертывания последующих операций пополнялись. По завершении операции практически все уехавшие граждане были возвращены. Операции проводились следующим образом: высылались несколько самолетов с гуманитарной помощью и предметами первой необходимости. Для детей дополнительно были запасены игрушки и книжки, которые положительно сказались на их психологическом здоровье и облегчили тяготы перелёта. В качестве меры предосторожности некоторых людей сопровождали к самолёту с повязками на глазах. Учёт подобных нюансов со стороны спецслужб во многом содействовал успешности проводимой операции [20].

Все три операции «Жусан» были проведены успешно благодаря тщательной под-

готовке и квалифицированному подходу казахстанских спецслужб. Подготовка к первой операции заняла несколько месяцев. За это время спецслужбы смогли создать засекреченную безопасную зону на территории Сирии, куда свозили граждан Казахстана. Наиболее опасными были транспортировки людей к месту сбора, ведь безопасная зона должна была оставаться в тайне – нельзя было допустить попадания информации об операции к террористам. В назначенный день за всеми собранными в безопасной зоне гражданами прилетели спасатели, и люди были благополучно возвращены на родину.

По результатам всех трёх операций из Сирии было вывезено 524 человека, из которых 357 – несовершеннолетние дети. Помимо детей были вывезены 30 мужчин и 137 женщин. Большинство граждан являются выходцами из Алматинской, Актюбинской, Акмолинской, Атырауской, Западно-Казахстанской и Карагандинской областей. Все граждане были возвращены на родину по собственной доброй воле. Лица, обвиненные в террористической деятельности, понесут уголовное наказание. Остальные лица были помещены в специальные адаптационные центры, где проходят реабилитацию. Отдельно стоит отметить, что никто из возвращенных людей не был лишен гражданства Республики Казахстан. Большинство завербованных людей (преимущественно – женщины), смогли вернуться к привычному образу жизни, многие из них раскаялись и дали интервью в СМИ с извинениями перед казахстанским обществом [20]. Причины, по которым эти казахстанские граждане уехали в Сирию, разнообразны. Кто-то гнался за истинной мусульманской жизнью, а кому-то предложили огромное финансовое обеспечение. В большинстве своём люди вербовались через Интернет. В социальных сетях молодым гражданам Казахстана давали несусветные обещания, из-за которых они, по наивным соображениям, и мигрировали, забирая своих детей и других членов семьи в зону горячих конфликтов, подвергая их и себя опасности. В конце мая 2019-го года Президент Казахстана Касым-Жомарт Токаев объявил о завершении спецоперации «Жусан». В период с 28 по 31 мая был проведён последний этап операции. Как заявил Президент в своём обращении, Казахстан и впредь будет защищать права и безопасность своих граждан, поэтому «Жусан» – это только начальный этап [21].

Операция получила моментальную реакцию и одобрение со стороны мирового сообщества. Первыми примеру Казахстана последовали наши соседи в Центральной Азии – Узбекистан и Таджикистан. Они провели аналогичные спецоперации, вдохновившись опытом Казахстана. Как лидеру в регионе, Казахстану очень важно быть катализатором подобных прогрессивных событий, способствующих стабилизации мировой обстановки и помогающих в глобальной борьбе с терроризмом. Казахстан продемонстрировал свою ответственность за граждан, покидающих его пределы, и помог им в возвращении на родину, тем самым устранив угрозу террористической активности с их стороны в будущем. Если каждая страна, из которой мигрируют потенциальные террористические активисты, будет брать на себя ответственность за данных граждан, – борьба с терроризмом выйдет на совершенно иной уровень, интегральная сумма коллективных усилий государств в этом направлении противостояния деструктивным силам зла существенно изменит ситуацию в геополитической борьбе мирового сообщества с глобальным терроризмом в лучшую сторону.

Первой организацией, публично одобрившей проведение «Жусан-1», стала ООН. Специальный докладчик ООН по вопросу о поощрении и защите прав человека и основных свобод Ни Аолэйн приветствовала эту политическую акцию Казахстана. Она поставила РК в пример другим государствам. Аолэйн призвала все остальные страны к аналогичным действиям, высказав свою одобрительную позицию. В рамках ООН в таком же позитивном ключе высказался представитель Генерального секретаря ООН по Центральной Азии – Наталья Герман. Она достаточно высоко оценила операцию «Жусан», отметив значительный вклад Казахстана в противодействии терроризму. Герман отметила авторитетность Казах-

стана в этой сфере борьбы с терроризмом, в доказательство чего сослалась на тот факт, что примеру Казахстана последовали другие страны Центральной Азии. Полное понимание международного значения проведенных Казахстаном в Сирии операций по возвращению своих граждан на родину продемонстрировал глава Управления ООН по контртерроризму Владимир Воронков, который высказал признательность Казахстану за его высокий вклад в борьбу с терроризмом. Английское издание «NewEurope» опубликовало новость об операции «Жусан» со ссылкой на одобрение операции со стороны ООН.

Одобрение последовало и со стороны крупнейшей глобальной державы – США. Оно было озвучено госсекретарём США – Майком Помпео, который попросил главу МИД Казахстана распространить свой опыт репатриации, указав на его существенную значимость. Стоит отметить, что операция «Жусан-1» была реализована благодаря логистической поддержке со стороны США. Вполне в логике видения США финала событий в Сирии воспринимается их содействие проведенной операции, как и то, что именно США одними из первых отреагировали на результативный успех. Таким образом, мировые сверхдержавы и мировое сообщество положительно восприняли проведение операции «Жусан» и ту работу, которую провели казахстанские спецслужбы. Инициатива Первого Президента Республики Казахстан положительно сказалась на имидже и восприятии нашей страны на мировой арене, репрезентируя Казахстан в качестве надёжного и ответственного актора международных отношений. Государство должно нести ответственность за своих граждан, что Казахстан и продемонстрировал, подав пример всему мировому сообществу своими действиями. Мы твердо закрепили за собой имидж ответственного за своих граждан государства.

По завершении операции «Жусан» Петер Маурер, глава Международного комитета Красного креста, написал Президенту Казахстана – Касым-Жомарту Токаеву письмо, в котором отметил всю важность принятой Казахстаном инициативы и подтвердил готовность всячески способствовать продвижению аналогичных действий в будущем, служащих на благо всего человечества [22]. Петер Маурер также предложил устроить посредническую встречу в одном из городов Казахстана.

Заключение и выводы. Казахстан смог закрепить за собою несколько ролей на международной арене, позитивно сказавшихся на формировании его имиджа.

Во-первых, Казахстан выступил в качестве инициатора к ядерному разоружению, одним из первых отказавшись от своего огромного ядерного потенциала в пользу безъядерного статуса страны. Данными действиями Казахстан продемонстрировал миру свой пацифизм и благоразумие, что было положительно воспринято всеми развитыми государствами на международной арене.

Во-вторых, Казахстан сразу же активизировался в направлении многосторонней дипломатии, начиная подписывать как двухсторонние соглашения, так и многосторонние, проявляя активное участие в международных и региональных организациях. Этот критерий положительно сказался на выстраивании внешнеполитической стратегии страны. Тем самым Казахстан стал значиться в качестве активного участника мировых политических и экономических процессов.

В-третьих, проведение «Астанинских процессов» сделало Казахстан страной-посредником, заинтересованным в решении актуальной проблемы – Сирийского вопроса. В деле организации «Астанинских процессов» Казахстан продемонстрировал высокий уровень своей дипломатии, сумев впервые в истории посадить за стол переговоров две конфликтующие стороны: правительство Сирии и оппозицию, что является огромным достижением.

В-четвертых, проведение операции «Жусан» закрепило за Казахстаном статус государства, несущего ответственность за своих граждан и активно участвующего в противодействии международному терроризму. Транснациональный терроризм является одним из

ключевых вызовов современному миру, и по отношению к нему Казахстан продемонстрировал высокий уровень противодействия, заключавшийся в успешности операции «Жусан». Был преподан замечательный пример другим государствам региона.

На примере мнений экспертов и крупных мировых деятелей можно составить утвердительное суждение об однозначной позитивности сформировавшегося имиджа Республики Казахстан.

Двигаясь в русле сложившейся положительной тенденции насыщения имиджа позитивными коннотациями, Казахстану следует и дальше работать на улучшение своего имиджа на путях выстраивания четкой внешнеполитической стратегии, направленной на развитие многосторонней дипломатии.

Список литературы

- 1 Абишев М. Невада-Семипалатинск. Международное антиядерное движение Невада–Семипалатинск [Электрон. ресурс]. – 2010. – URL: <http://www.elimai.kz/mezhdunarodnoe-antiyadernoe-dvizhenie-nevada-%E2%80%93-semipalatinsk.html> (Дата обращения: 09.12.2019)
- 2 Тенизбаева М. Движение Невада-Семипалатинск: 30 лет на страже ядерной безопасности мира [Электрон. ресурс]. – 2019. – URL: https://www.inform.kz/ru/dvizhenie-nevada-semipalatinsk-30-let-na-strazhe-yadernoy-bezopasnosti-mira_a3501908 (Дата обращения: 09.12.2019)
- 3 Билялов С. Жусан: обзор и итоги гуманитарной операции [Электрон. ресурс]. – 2019. - URL: <https://kazislam.kz/> (Дата обращения: 09.12.2019)
- 4 Кобырова К. Операция «Жусан» по возвращению казахстанцев на родину получит свое продолжение [Электрон. ресурс]. - 2019. URL: <https://inbusiness.kz/ru/news/operaciya-zhusan-po-vozvrasheniyu-kazahstancsev-na-rodinu-poluchit-svoe-prodolzhenie> (Дата обращения: 09.12.2019)
- 5 Смайыл М. Операция «Жусан». Почему казахстанцы уезжают в Сирию и как возвращаются домой [Электрон. ресурс] - 2019. URL: https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/operatsiya-jusan-pochemu-kazahstantsyi-uezjayut-siriyu-kak-361135/ (Дата обращения: 09.12.2019)
- 6 Официальный сайт Министерства иностранных дел РК. Астанинский процесс [Электрон. ресурс]. – 2019. - URL: <http://mfa.gov.kz/ru/s-petersburg/content-view/astaninskij-process> (Дата обращения: 09.12.2019)
- 7 Бураканова Г.М. Международный имидж Республики Казахстан / Вестник экспертного совета / «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (Пятигорск), -2017. -Т. 8. -№1. - С. 73-76.
- 8 Иватова Л.М. Халықаралық қатынастар теориясы/ оқу құралы/ Иватова Л.М., Қайдарова Ә.С., Мухитденова Ә.Т.— Электрон. текстовые данные.— Алматы: Казахский национальный университет им. аль-Фараби, 2014. - С. 292.
- 9 Иватова Л.М., Ордабек Е.А. Сущность и отличительные особенности международного имиджа Республики Казахстан / Вестник КазНУ. Серия философия. Серия культурология. Серия политология. № 1 (36). 2011. - С. 45-56.
- 10 Сулейменов О. О создании движения Невада – Семипалатинск. [Электрон. ресурс]. – 2019. – URL: <https://tengrinews.kz/tv/novosti/obschestvo/8379/> (Дата обращения: 15.02.2020)
- 11 Международное антиядерное движение «Невада-Семипалатинск» [Электрон. ресурс]. – 2019. – URL: <https://http://www.elimai.kz/mezhdunarodnoe-antiyadernoe-dvizhenie-nevada-%E2%80%93-semipalatinsk.html> (Дата обращения: 09.12.2019)

- 12 Соглашение о создании СНГ от 8 декабря 1991 г. [Электрон. ресурс]. – 2019. – URL: <http://projects.rusarchives.ru/statehood/10-12-soglashenie-sng.shtml> (Дата обращения: 09.12.2019)
- 13 Алма-Атинская декларация от 21 декабря 1991 г. [Электрон. ресурс]. – 2019. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/1900101> (Дата обращения: 09.12.2019)
- 14 Об Астанинском процессе. Посольство РК в РФ. [Электрон. ресурс]. – 2019. – URL: <https://www.kazembassy.ru/> (Дата обращения: 09.12.2019)
- 15 Стефан де Мистура. Об Астанинском процессе. [Электрон. ресурс]. – 2019. – URL: https://ria.ru/person_Staffan_de_Mistura/ (Дата обращения: 09.12.2019)
- 16 Дорнфельд М. Казахстан играет ключевую роль в углублении сотрудничества Еврокомиссии со странами ЦА. [Электрон. ресурс]. – 2019. – URL: https://aqparat.info/news/2018/10/30/9035253matias_dornfeld_kazahstan_igraet_klyuche.html (дата обращения: 09.12.2019)
- 17 Сарабеков Ж. Уроки истории и вызовы будущего обсудили в Алматы. [Электрон. ресурс]. – 2019. – URL: <https://24.kz/ru/news/social/item/209892-uroki-istorii-i-vyzovy-budushchego-obsudili-v-almaty> (Дата обращения: 09.12.2019)
- 18 Эксперт ООН: Операция «Жусан» - пример для других государств. [Электрон. ресурс]. – 2019. – URL: https://www.inform.kz/ru/ekspert-oon-operaciya-zhusan-primer-dlya-drugih-gosudarstv_a3527593 (Дата обращения: 09.12.2019)
- 19 Рахымбердиев Б. Об операции Жусан. [Электрон. ресурс]. – 2019. – URL: <https://eadaily.com/ru/news/2019/01/10/iz-kazahstana-deportirovali-58-inostrancev-islamistov> (Дата обращения: 09.12.2019)
- 20 Жусан обзор и итоги гуманитарной операции. [Электрон. ресурс]. – 2019. – URL: <https://kazislam.kz/> (Дата обращения: 09.12.2019)
- 21 Президент сообщил о завершении операции Жусан. [Электрон. ресурс]. – 2019. – URL: <https://kazislam.kz/> (Дата обращения: 09.12.2019)
- 22 Маурер П. Об операции Жусан. [Электрон. ресурс]. – 2019. – URL: <https://inbusiness.kz/ru/tag/peter-maurer> (Дата обращения: 09.12.2019)

Д.М. Бабажанова, С.Ш. Тахан

*Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,
Нұр-Сұлтан, Қазақстан*

Қазақстанның имиджін қалыптастырудағы сыртқы саяси факторлар

Андатпа. Мақалада соңғы отыз жылда Қазақстан Республикасының халықаралық аренадағы жағымды имиджінің қалыптасуына ықпал еткен негізгі оқиғалардың маңызы қарастырылған. Сараптама жасау үшін халықаралық деңгейде өткен «Невада-Семей» қозғалысы, «Астана процесі» және «Жусан» операциясы сияқты маңызды оқиғалар негізге алынған. Қазақстан Республикасында аталмыш халықаралық акциялардың өту барысын және оның нәтижесін жан-жақты қарастырып, талдау негізінде мемлекеттердің әлемдік қауымдастықпен қарым-қатынасты үйлестіру жолындағы еліміз таңдаған қозғалыс векторының жағымды сипатта әлемдік деңгейде танылуы туралы тұжырым жасалады. Қазақстанның келісім базасына негізделген, дұрыс құрылған көпжақты дипломатия курсының ел имиджін жоғары деңгейге көтерудегі маңыздылығына баса назар аударылады. Мақалада әлемге танымал қайраткерлердің жағымды образ қалыптастыру барысындағы Қазақстанның сыртқы саяси имидждік бастамалары туралы пікірлерін талдауға баса мән берілген.

Түйін сөздер: Қазақстан Республикасы имиджі, «Невада-Семей», Қазақстан

Республикасының көпжақты дипломатиясы, «Жусан» операциясы, Астаналық үдерістер, Қазақстанның келіссөздері.

D.M. Babazhanova, S.Sh. Takhan

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

The main foreign policy factors of Kazakhstan's country image formation

Abstract. The article looks into the significance of key events that have contributed to Kazakhstan's positive image in the international arena over the last three decades. Important international events such as the Nevada-Semey movement, Nur-Sultan processes, and the Zhusan operation are evaluated in greater detail. Based on the analysis of the course and outcome of these international actions by Kazakhstan, conclusions are drawn on the international recognition of the vectors chosen by our country as positive in terms of harmonizing relations with the world community. The article emphasizes the importance of Kazakhstan's well-navigated multilateral course of diplomacy based on contractual frameworks. Significant attention is paid to the analysis of the statements by authoritative world figures about Kazakhstan's image-building foreign policy initiatives and successful strategies that created its favorable image for cooperation.

Keywords: Image of the Republic of Kazakhstan, "Nevada-Semey", multilateral diplomacy of the Republic of Kazakhstan, operation "Zhusan", Astana processes, mediation of Kazakhstan.

References

- 1 Abishev M. Nevada-Semipalatinsk. Mezhdunarodnoe antiyadernoe dvizhenie Nevada [Nevada-Semipalatinsk. Nevada International Anti-Nuclear Movement]. [Electronic resource] Available at: <http://www.elimai.kz/mezhdunarodnoe-antiyadernoe-dvizhenie-nevada-%E2%80%93-semipalatinsk.html> (Accessed: 09.12.2019)
- 2 Tenizbaeva M. Dvizhenie Nevada-Semipalatinsk: 30 let na strazhe yadernoj bezopasnosti mira [Nevada-Semipalatinsk Movement: 30 years on guard of the world's nuclear security]. [Electronic resource] Available at: https://www.inform.kz/ru/dvizhenie-nevada-semipalatinsk-30-let-na-strazhe-yadernoy-bezopasnosti-mira_a3501908 (Accessed: 09.12.2019)
- 3 Bilyalov S. Zhusan: obzor i itogi gumanitarnoj operacii [Zhusan: review and results of the humanitarian operation]. [Electronic resource] Available at: <https://kazislam.kz> (Accessed: 09.12.2019)
- 4 Konyrova K. Operaciya «Zhusan» po vozvrashcheniyu kazahstancev na rodinu poluchit svoe prodolzhenie [Operation «Zhusan» on the return of Kazakhstanis to their homeland will be continued]. [Electronic resource] Available at - <https://inbusiness.kz/ru/news/operaciya-zhusan-po-vozvrashcheniyu-kazahstancev-na-rodinu-poluchit-svoe-prodolzhenie> (Accessed: 09.12.2019)
- 5 Smajyl M. Operaciya «ZHusan». Pochemu kazahstancy uezzhayut v Siringu i kak vozvrashchayutsya domoj [Operation Zhusan. Why do Kazakhstanis leave for Syria and how do they return home]. [Electronic resource] Available at: https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/operatsiya-jusan-pochemu-kazahstantsyi-uezjayut-siringu-kak-361135/ (Accessed: 09.12.2019)
- 6 Oficial'nyj sajt Ministerstva inostrannyh del RK [Official website of the Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Kazakhstan]. [Electronic resource] Available at: <http://mfa.gov.kz/> (Accessed: 12.2019)

- 7 Burakanova G.M. Mezhdunarodny imidzh Respubliki Kazakhstan/ Vestnyk Ekspertnogo Soveta/ Rossiyskaya akademiya narodnogo hozaystva i gosudarstvennoy sluzhby pri Prezidente Rossiyskoy Federazii [International image of the Republic of Kazakhstan / Bulletin of the expert Council / « Russian Academy of national economy and public administration under the President of the Russian Federation] (Pyatigorsk), №1 (8), 2017. - P. 73-76.
- 8 Yvatova L.M. Halykaralyk katynastar teoryasy [International relations theory] [Electronic resource]: oku kuraly/ Yvatova L.M., Kaydarova A.S., Muhytdenova A.T.— Electron. Tekstovye dannye. — Almaty: Kazahskiy nazionalnyi universytet im. al-Faraby, 2014.— P. 292.
- 9 Yvatova L.M., Ordabek E.A. Sushnost i otlichytelnye osobennosti mezhdunarodnogo ymidzha Respublyky Kazakhstan [Essence and distinctive features of the international image of the Republic of Kazakhstan] / Vestnyk KASNU. Serya fylosofii. Serya kulturologiya. Serya polytologiya. [Bulletin Of The Treasury. The series of philosophy. A series of cultural studies. Political science series.] № 1 (36). 2011. -P. 45-56.
- 10 Suleymenov O. O sozdaniy dvyzheniya Nevada – Semypalatinsk. [About the creation of the Nevada – Semipalatinsk movement] [Electronic resource]. – 2019. – Available at: <https://tengrinews.kz/tv/novosti/obschestvo/8379/> (Accessed: 15.02.2020)
- 11 Mezhdunarodnoe antiyadernoe dvizhenye «Nevada-Semypalatinsk» [International anti-nuclear movement «Nevada-Semipalatinsk»] [Electronic resource]. – 2019. – Available at: <https://http://www.elimai.kz/mezhdunarodnoe-antiyadernoe-dvizhenie-nevada-%E2%80%93-semipalatinsk.html> (Accessed: 09.12.2019)
- 12 Soglashenye o sozdaniy SNG ot 8 decabrya 1991 g. [Agreement on the creation of the Sngot on December 8, 1991] [Electronic resource]. – 2019. – Available at: <http://projects.rusarchives.ru/statehood/10-12-soglashenie-sng.shtml> (Accessed: 09.12.2019)
- 13 Alma-Atynskaya deklaraziya ot 21 decabrya 1991 g. [The Alma-ATA Declaration of 21 December 1991] [Electronic resource] – 2019. – Available at: <http://docs.cntd.ru/document/1900101> (Accessed: 09.12.2019)
- 14 Ob Astanynskom procese. RK v RF. [About the Astana process. Embassy of the Republic of Kazakhstan in Russia] – 2019. [Electronic resource]. – Available at: <https://www.kazembassy.ru/> (Accessed: 09.12.2019)
- 15 Stefan de Mystura. Ob Astanynskom procese. [About the Astana process] [Electronic resource]. – 2019. – Available at: https://ria.ru/person_Staffan_de_Mistura/ (Accessed: 09.12.2019)
- 16 Dornfeld M. Kazakhstan ygraet kluchevuiy rol v uglubleniy sotrudnychestva Evrokomysiy so stranamy ZA. [Kazakhstan plays a key role in deepening cooperation between the European Commission and Central Asian countries] [Electronic resource]. – 2019. – Available at : https://aqparat.info/news/2018/10/30/9035253matias_dornfeld_kazahstan_igraet_klyuche.html (Accessed: 09.12.2019)
- 17 Sarabekov Zh. Uroky istoriy i vyzovy budushhego obsudyly v Almaty [History lessons and challenges of the future were discussed in Almaty] – 2019. [Electronic resource]. – Available at: <https://24.kz/ru/news/social/item/209892-uroki-istorii-i-vyzovy-budushchego-obsudili-v-almaty> (Accessed: 09.12.2019)
- 18 Ekspert OON: Operaziya «Zhysan» - prymer dlya drygyh gosydarstv [UN expert: Operation Zhusan is an example for other States] – 2019. [Electronic resource]. – Available at: https://www.inform.kz/ru/ekspert-oon-operaciya-zhusan-primer-dlya-drugih-gosudarstv_a3527593 (Accessed: 09.12.2019)
- 19 Rahymberdyev B. Ob operaziyi Zhusan. [About the operation Zhusan]– 2019. [Electronic resource]. – Available at: <https://eadaily.com/ru/news/2019/01/10/iz-kazahstana-deportirovali-58-inostrancev-islamistov> (Accessed: 09.12.2019)
- 20 Zhusan obzor i itogy gumanytarной operaziyi [Zhusan review and results of the humanitarian operation] – 2019. [Electronic resource]. – Available at: <https://kazislam.kz/> (Accessed:

09.12.2019)

21 Prezydent soobshyl o zavershenyi operazyi Zhusan. [The President announced the completion of operation Zhusan] – 2019. [Electronic recourse]. – Available at: <https://kazislam.kz/> (Accessed: 09.12.2019)

22 Maurer P. Ob operazyi Zhusan [About the operation Zhusan] – 2019. [Electronic recourse]. – Available at: <https://inbusiness.kz/ru/tag/peter-maurer> (Accessed: 09.12.2019)

Сведения об авторах:

Бабжанова Д.Б. - магистрант 2 курса специальности «6М051400 – «Связь с общественностью», Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан.

Тахан С.Ш. - д.ф.н., профессор кафедры телерадио и связи с общественностью, Евразийский университет им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан.

Babazhanova D.M. – 2nd year Master’s student of the specialty 6M051400 - «Public Relations», L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan.

Takhan S.Sh. – PhD of Philology Sciences, Professor, Department of Television and Radio, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, 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: КСJBKZKX

KZ978562203105747338

Кбе 16

Кнп 859

- 2) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «Bank RBK»
БИК Банка: KINCKZKA
ИИК: KZ498210439858161073
Кбе 16
Кнп 859
- 3) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «ForteBank»
БИК Банка: IRTYKZKA
ИИК: KZ599650000040502847
Кбе 16
Кнп 859
- 4) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «НародныйБанкКазахстан»
БИК Банка: HSBKKZKX
ИИК: KZ946010111000382181
Кбе 16
Кнп 859

«За публикацию ФИО автора»

Provision on articles submitted to the journal “Bulletin of L.N. Gumilyov Eurasian National University. Journalism Series”

1. Publication of carefully selected original scientific works in the field of journalism, publication of materials devoted to the scientific issues of the direction of historical, theoretical and applied research of journalism, public relations, journalism, publishing.

2. An author who wishes to publish a paper in the journal must submit the paper in one hard copy (printed version), signed by the author, to the scientific publication office (at the address: 010008, the Republic of Kazakhstan, Nur-Sultan, Satpayev St., 2. The L.N.GumilyovEurasianNationalUniversity,MainAdministrativeBuilding,Office402)andbye-mail vest_journalism@enu.kz in Word format. At the same time, strict compliance between Word-version and the hard copy is required. And also the authors need to submit a cover letter.

Language of publications: Kazakh, Russian, English.

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

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

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

5. Text formatting requirements:

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

Structure of the article:

IRSTI <http://grnti.ru/> – first line, left

The content of the metadata about the author (see Рәсімдеу үлгісі / Paper template)

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

Full name of the affiliation, city, country (if the authors work in different organizations, you need to put the same icon next to the name of the author and the corresponding organization)

Author’s e-mail (s) – in brackets (italics)

Paper title – center alignment (bold)

Abstract (100-200 words) must not contain formulas or repeat the content of the paper; it must not contain bibliographic references; it must reflect the summary of the paper, preserving the structure of the paper – introduction, methodology and research methods, research results, conclusion.

Keywords (the phrase «Keywords» is bold) (5-8 words/word groups). Keywords must be extremely accurate to reflect the subject area of the study, include terms from the text of the paper and other important concepts that make it possible to facilitate and expand the possibilities of finding the paper by means of an information retrieval system).

The main text of the paper must contain an introduction, setting goals and objectives, a review of works on the research topic, research methods, results / discussions conclusion / conclusions – line spacing – 1, «main line» indent – 1 cm, justified alignment.

Tables, figures must be placed after the mention. Each illustration must be followed by the inscription. Figures should be clear, clean, and unscanned. Only those formulas referenced in the text are subjected to numbering.

All abbreviations and shprtenings, with the exception of obviously well-known, must be decoded when first used in the text.

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

References. In the text, references are indicated in square brackets. References must be numbered strictly in the order of mention in the text. The first reference in the text to a reference must have the number [1, 153 p.], the second – [2, 185 p.], Etc. The reference to the book in the main text of the article should be accompanied by an indication of the pages used (for example, [1, 45 p.]). Links to unpublished works are not allowed. Undesirable references to unlicensed publications are not recommended (examples of the description of the list of references, descriptions of the list of references in English, see below in the sample article).

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

Information about the authors: last name, first name, patronymic, scientific degree, position, affiliation, full business address, telephone, e-mail – in Kazakh, Russian and English.

6. The manuscript must be carefully verified. Non-compliant manuscripts will be returned for revision. Returning for revision does not mean that the manuscript has been accepted for publication.

7. Work with electronic proofreading. Papers submitted to the Department of Scientific Publications (editing office) are sent for anonymous review. Experts give a written review of the submitted paper with a reasoned conclusion about the possibility of its publication, the need to send for revision or (rejection) of the paper. Papers that have received a negative review are not accepted for reconsideration. Authors should, within three days, send the proofreading of the paper if it is decided to finalize the paper. Corrected versions of papers and the author's response to the reviewer are sent to the editor. Papers with positive reviews are submitted to the editorial board of the journal for discussion and approval for publication.

Periodicity of the journal: 4 times a year.

8. Payment. Authors who have received a positive opinion on publication must pay to the following banking details (for ENU employees – 4,500 KZT, for outside organizations – 5,500 KZT):

Requisites:

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

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

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

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

«For the publication of the name of the author»

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

1. Цель журнала. Публикация тщательно отобранных оригинальных научных работ в областях журналистики, связи с общественностью, публицистики, издательского дела.

2. Автору, желающему опубликовать статью в журнале, необходимо представить рукопись в твердой копии (распечатанном варианте) в одном экземпляре, подписанном автором, в Отдел научных изданий (по адресу: 010008, Казахстан, г. Нур-Султан, ул. Сатпаева, 2, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, учебно-административный корпус, каб. 402) и по e-mail vest_journalism@enu.kz. При этом должно быть строго выдержано соответствие между Word-файлом и твердой копией. Также авторам необходимо представить сопроводительное письмо.

Язык публикаций: казахский, русский, английский.

3. Отправление статей в редакцию означает согласие авторов на право Издателя – Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева – публикации статей в журнале и переиздания их на любом иностранном языке. Представляя текст работы для публикации в журнале, автор гарантирует правильность всех сведений о себе, отсутствие плагиата и других форм неправомерного заимствования в рукописи, надлежащее оформление всех заимствований текста, таблиц, схем, иллюстраций.

4. Рекомендованный объем (включая метаданные и список литературы):

- для статей – от 8 до 16 страниц;
- для рецензий (на монографии, книги), отзывов о конференциях – от 6 до 12 страниц.

5. Требования к форматированию текста:

- формат файла Microsoft Word (docx); – шрифт Times New Roman;
- размер полей 2*2*2*2; – междустрочный интервал 1; – кегль 14;
- выравнивание текста по ширине;
- каждый абзац должен начинаться с красной строки (отступ 1 см);
- транслитерация осуществляется по системе Library of Congress (LC).

Схема построения статьи:

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

Содержание метаданных об авторе (см. Рәсімдеу үлгісі / Образец оформления статьи / Template)

Инициалы и фамилия автора(ов) – выравнивание по центру (жирным)

Полное наименование организации, город, страна (если авторы работают в разных организациях, необходимо поставить одинаковый значок около фамилии автора и соответствующей организации)

E-mail автора(ов) – в скобках (начертание курсивом)

Название статьи – выравнивание по центру (начертание полужирным)

Аннотация (100-200 слов) не должна содержать формулы, по содержанию повторять название статьи; не должна содержать библиографические ссылки; должна отражать краткое содержание статьи, сохраняя структуру статьи – введение, методологию и методику исследования, результаты исследования, заключение.

Ключевые слова (словосочетание «Ключевые слова» выделяется полужирным) (5-8 слов/словосочетаний). Ключевые слова должны предельно точно отражать предметную область исследования, включать термины из текста статьи и другие важные понятия, позволяющие облегчить и расширить возможности нахождения статьи средствами информационно-поисковой системы).

Основной текст статьи должен содержать введение, постановку цели и задач, об-

зор работ по теме исследования, методы исследования, результаты/обсуждение, заключение/выводы – межстрочный интервал – 1, отступ «красной строки» – 1 см, выравнивание по ширине.

Таблицы, рисунки необходимо располагать после упоминания. Каждой иллюстрации должна следовать надпись. Рисунки должны быть четкими, чистыми, несканированными. В статье нумеруются лишь те формулы, на которые по тексту есть ссылки.

Все аббревиатуры и сокращения, за исключением заведомо общеизвестных, должны быть расшифрованы при первом употреблении в тексте.

Сведения о финансовой поддержке работы указываются на первой странице в виде сноски.

Список литературы. В тексте ссылки обозначаются в квадратных скобках. Ссылки должны быть пронумерованы строго по порядку упоминания в тексте. Первая ссылка в тексте на литературу должна иметь номер [1, 153 с.], вторая - [2, 185 с.] и т.д. Ссылка на книгу в основном тексте статьи должна сопровождаться указанием использованных страниц (например, [1, 45 с.]). Ссылки на неопубликованные работы не допускаются. Нежелательны ссылки на нецензурируемые издания (примеры описания списка литературы, описания списка литературы на английском языке см. ниже в образце оформления статьи).

В конце статьи, после списка литературы, необходимо указать библиографические данные на русском и английском языках (если статья оформлена на казахском языке), на казахском и английском языках (если статья оформлена на русском языке) и на русском и казахском языках (если статья оформлена на английском языке).

Сведения об авторах: фамилия, имя, отчество, научная степень, должность, место работы, служебный адрес, телефон, e-mail – на казахском, русском и английском языках.

6. Рукопись должна быть тщательно выверена. Рукописи, не соответствующие техническим требованиям, будут возвращены на доработку. Возвращение на доработку не означает, что рукопись принята к опубликованию.

7. Работа с электронной корректурой. Статьи, поступившие в Отдел научных изданий (редакция), отправляются на анонимное рецензирование. Эксперты дают письменную рецензию на представленную статью с мотивированным заключением о возможности ее опубликования, необходимости направить на доработку или (отклонении) статьи. Статьи, получившие отрицательную рецензию, к повторному рассмотрению не принимаются. Авторам в течение трех дней необходимо отправить корректуру статьи в случае принятия решения о доработке статьи. Исправленные варианты статей и ответ автора рецензенту присылаются в редакцию. Статьи, имеющие положительные рецензии, представляются редколлегии журнала для обсуждения и утверждения для публикации.

Периодичность журнала: 4 раза в год.

8. Оплата. Авторам, получившим положительное заключение к опубликованию, необходимо произвести оплату по следующим реквизитам (для сотрудников ЕНУ – 4.500 тенге, для сторонних организаций – 5.500 тенге):

Реквизиты:

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

- 2) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «Bank RBK»
БИК Банка: KINCKZKA
ИИК: KZ498210439858161073
Кбе 16
Кнп 859
- 3) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «ForteBank»
БИК Банка: IRTYKZKA
ИИК: KZ599650000040502847
Кбе 16
Кнп 859
- 4) РГП на ПХВ «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»
АО «НародныйБанкКазахстан»
БИК Банка: HSBKKZKX
ИИК: KZ946010111000382181
Кбе 16
Кнп 859

«За публикацию ФИО автора»

Редактор: **Қайрат САҚ**
Жауапты редактор: **Гүлсім БАЗЫЛХАН**
Жауапты хатшы: **Гүлжазира ЕРТАСОВА**

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің
ХАБАРШЫСЫ. Журналистика сериясы.
- 2020. - 2 (131). - Нұр-Сұлтан: ЕҰУ. - 118 бет.
Шартты б.т. - 7.5 Таралымы - 25 дана
Электронды нұсқа: [http: // buljourn.enu.kz](http://buljourn.enu.kz)

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.: +7(7172) 709-500 (ішкі 31-413)

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің
баспасында басылды