

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(151)/ 2025

1995 жылдан бастап шығады
Founded in 1995
Издается с 1995 года

Жылына 4 рет шығады
Published 4 times a year
Выходит 4 раза в год

Астана, 2025
Astana, 2025

Бас редакторы: Қайрат Сақ, *филол.ғ.к., профессор, Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан*
Бас редактордың орынбасары: Амангелді Шурентаев, *PhD, Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан*
Бас редактордың орынбасары: Татьяна Лебедева, *филол.ғ.д., профессор Еуропа PR институтының атқарушы директоры, Франция, Париж*

Редакция алқасы:

Авшар Закир	PhD, профессор, Хажы Байрам Вели университеті, Анкара, Түркия
Алиев Вугар	PhD, профессор, Баку мемлекеттік университеті, Әзербайжан
Асанов Камашке	филол.ғ.д., профессор, Е.А. Бөкетов ат. Қарағанды университеті, Қазақстан
Әбішева Вера	филол.ғ.д., профессор, Е.А. Бөкетов ат. Қарағанды университеті, Қазақстан
Әуесбай Қанат	филол.ғ.к., әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан
Әшірбекова Гүлмира	филол.ғ.к., доцент, Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан
Байғожина Дана	PhD, қауымд. профессор м.а., Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан
Гавра Дмитрий	ә.ғ.д., профессор, Санкт-Петербург мемлекеттік университеті, Ресей
Есдәулетов Айтмұханбет	филол.ғ.к., доцент, Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан
Есенбекова Ұлбосын	филол.ғ.к., қауымдастырылған профессор, Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан
Зор Локман	PhD, қауымдастырылған профессор, Нийде Өмер Халисдемир университеті, Түркия
Кендірбай Гүлнар	PhD, профессор, Колумбия университеті, Нью-Йорк, АҚШ
Қуантаев Нұржан	филол.ғ.к., Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан
Ниязғұлова Айгүл	PhD, Халықаралық ақпараттық технологиялар университеті, Алматы, Қазақстан
Окай Айдемир	PhD, профессор, Абант Иззет Байсал ат. Болу университеті, Түркия
Омаров Бауыржан	филол.ғ.д., профессор, ҚР Президентінің кеңесшісі, Телерадио және қоғаммен байланыс кафедрасының профессоры, Астана, Қазақстан
Пронин Александр	филол.ғ.д., профессор, Гранада университеті, Испания
Сайлауқызы Алма	PhD, Adjunct Assistant профессоры, MNU, Астана, Қазақстан
Сердәлі Бекжігіт	филол.ғ.к., профессор, Қ.А. Ясауи ат. ХҚТУ, Түркістан, Қазақстан
Тахан Серік	филол.ғ.д., профессор, Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан
Тоқтағазин Мұратбек	филол.ғ.к., проф. м.а., Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан
Тұржан Оңайгүл	филол.ғ.к., доцент, Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан
Халилов Әбдігани	PhD, профессор, Ж.Баласағұн ат. Қырғыз мемлекеттік университеті, Бішкек, Қырғызстан
Шестеркина Людмила	филол.ғ.д., профессор, Оңтүстік-Орал мемлекеттік университеті, Челябин, Ресей
Шиндалиева Меңдігүл	филол.ғ.д., профессор, «Тұран» университеті, Алматы, Қазақстан

Жауапты хатшы: Гүлжазира Ертасова

Техникалық хатшы: Рима Шакуова

IT-маман: Нұржан Көшкенов

Редакцияның мекенжайы: 010008, Қазақстан, Астана қ., Янушкевич к-сі, 6, 304 каб.
Тел.: +7(7172) 709-534, (ішкі: 35 301). **Сайт:** buljourn.enu.kz. **E-mail:** vest_journalism@enu.kz

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

Меншіктенуші: «Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті» Коммерциялық емес акционерлік қоғам

Қазақстан Республикасы Ақпарат және қоғамдық даму министрлігімен тіркелген.

15.02.2021 ж. № KZ07VPY00032398 қайта есепке қою туралы куәлігі.

Мерзімділігі: жылына 4 рет. Тиражы: 17 дана.

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

тел.: +7(7172) 709-500, (ішкі 31-413)

Editor-in-Chief: Kairat Sak, *Candidate of Philology, Professor, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan*

Deputy Editor-in-Chief: Amangeldy Shurentayev, *PhD, L.N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan*

Deputy Editor-in-Chief: Lebedeva Tatiana, *Doctor of Philology, Prof., European PR Institute, Paris, France*

Editorial board:

Avshar Zakir	PhD, Professor, Hadji Bayram Veli University, Ankara, Türkiye
Aliev Vugar	PhD, Professor, Baku State University, Azerbaijan
Asanov Kamashke	Doctor of Philology, Professor, Buketov Karaganda University, Kazakhstan
Abisheva Vera	Doctor of Philology, Professor, Buketov Karaganda University, Kazakhstan
Auesbay Kanat	Candidate of Philology, Al-Farabi KazNU, Almaty, Kazakhstan
Ashirbekova Gulmira	Candidate of Philology, Assoc. Prof., L.N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan
Baigozhina Dana	PhD, L.N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan
Gavra Dmitry	Doctor of Sociological Sciences, Professor, Saint Petersburg State University, Russia
Yesdauletov	Candidate of Philology, Associate Prof., L.N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan
Aitmukhanbet	
Yessenbekova Ulbossyn	Candidate of Philology, Associate Prof., L.N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan
Zor Lockman	PhD, Associate Professor, Nigde Omer Halisdemir University, Türkiye
Kendirbai Gulnar	PhD, Professor, Columbia University, New York, USA
Kuantayev Nurzhan	Candidate of Philology, Assoc. Prof., L.N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan
Niyazgulova Aigul	PhD, Professor, International Information Technologies University, Almaty, Kazakhstan
Okay Aydemir	PhD, Professor, Abant Izzet Baysal University, Bolu, Türkiye
Omarov Bauyrzhan	Doctor of Philology, Professor, Advisor to the President of the Republic of Kazakhstan, Professor, Department of TV, Radio and Public Relations, Astana, Kazakhstan
Pronin Alexander	Doctor of Philology, Professor, University of Granada, Spain
Sailaukyzy Alma	PhD, Adjunct Assistant Professor, Maqsut Narikbayev University, Astana, Kazakhstan
Serdali Bekzhigit	Candidate of Philology, Professor, A. Yassawi University, Turkestan, Kazakhstan
Takhan Serik	Doctor of Philology, Professor, L.N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan
Toktagazin Muratbek	Candidate of Philology, Prof., L.N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan
Turzhan Ongaigul	Candidate of Philology, Associate Prof., L.N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan
Khalilov Abdigani	PhD, Professor J. Balasagun Kyrgyz State University, Bishkek, Kyrgyzstan
Shesterkina Ludmila	Doctor of Philology, Prof., South Ural State University, Chelyabinsk, Russia
Shindaliyeva Menlikul	Doctor of Philology, Professor, Turan University, Almaty, Kazakhstan

Executive Secretary: **Gulzhazira Yertasova**

Technical Secretary: **Rima Shakuova**

IT Specialist: **Nurzhan Koshkenov**

Editorial office address: 6, Yanushkevicha str., Astana, Kazakhstan, office 304, 010008.

Tel: +7(7172) 709- 534, (internal: 35 301). Website: buljourn.enu.kz. E-mail: vest_journalism@enu.kz

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

Owner: Non-profit joint-stock company «L.N. Gumilyov Eurasian National University»

Registered by the Ministry of Information and Social Development of the Republic of Kazakhstan.

Rediscount certificate

№KZ07VPY00032398 dated 15.02.2021.

Periodicity: 4 times a year. Circulation: 17 copies.

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

Главный редактор: Кайрат Сак, к.филол.н., профессор, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Зам. главного редактора: Шурентаев Амангельды, PhD, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Зам. главного редактора: Лебедева Татьяна, д.филол.н., проф., Европейский институт PR,
Париж, Франция

Редакционная коллегия:

Авшар Закир	PhD, профессор, Университет Хаджи Байрам Вели, Анкара, Турция
Алиев Вугар	PhD, профессор, Бакинский государственный университет, Баку, Азербайджан
Асанов Камашке	д.филол.н., профессор, Карагандинский университет им. Е.А. Букетова, Казахстан
Абишева Вера	д.филол.н., профессор, Карагандинский университет им. Е.А. Букетова, Казахстан
Ауесбай Канат	к.филол.н., КазНУ им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан
Аширбекова Гулмира	к.филол.н., доцент, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Байгожина Дана	PhD, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Гавра Дмитрий	д.соц.н., профессор, Санкт-Петербургский государственный университет, Россия
Есдаулетов Айтмуханбет	к.филол.н., доцент, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Есенбекова Улбосын	к.филол.н., ассоциированный профессор, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Зор Локман	PhD, ассоциированный профессор, Университет Нийде Омер Халисдемир, Турция
Кендирбай Гульнар	PhD, профессор, Колумбийский университет, Нью-Йорк, США
Куантаев Нуржан	к.филол.н., ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Ниязгулова Айгуль	PhD, профессор, Международный университет информационных технологий, Алматы, Казахстан
Окай Айдемир	PhD, профессор, Университет Абант Иззет Байсал, Болу, Турция
Омаров Бауыржан	к.филол.н., КазНУ им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан д. филол. н., профессор, советник Президента РК, профессор кафедры телерадио и связей с общественностью, Астана, Казахстан
Пронин Александр	д.филол.н., профессор, Университет Гранады, Испания
Сайлауқызы Алма	PhD, Adjunct Assistant профессор, MNU, Астана, Казахстан
Сердали Бекжигит	к.филол.н., профессор, Университет А. Ясави, Туркестан, Казахстан
Тахан Серик	д.филол.н., профессор, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Токтагазин Муратбек	к.филол.н., и.о. профессора, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Туржан Онайгул	к.филол.н., доцент, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
Халилов Абдигани	PhD, профессор, Кыргызский гос. университет им. Ж. Баласагуна, Бишкек, Кыргызстан
Шестеркина Людмила	д.филол.н., профессор, Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия
Шиндалиева Менликул	д.филол.н., профессор, Университет «Туран», Алматы, Казахстан

Ответственный секретарь: **Гульжазира Ертасова**

Технический секретарь: **Рима Шакуова**

IT-специалист: **Нуржан Кошкенов**

Адрес редакции: 010008, Казахстан, г. Астана, ул. Янушкевича, 6, каб.304

Тел.: +7(7172) 709- 534, (внутренний: 35 301). Сайт: buljourn.enu.kz. E-mail: vest_journalism@enu.kz

Вестник Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева. Серия ЖУРНАЛИСТИКА

Собственник: Некоммерческое акционерное общество «Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева»

Зарегистрировано Министерством информации и общественного развития Республики Казахстан. Свидетельство о постановке на переучет № KZ07VPY00032398 от 15.02.2021 г.

Периодичность: 4 раза в год. Тираж: 17 экземпляров

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

© Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева

МАЗМҰНЫ

ПУБЛИЦИСТ ШЕБЕРЛІГІ/ МАСТЕРСТВО ПУБЛИЦИСТА/ THE SKILL OF A PUBLICIST

Қ.Д. Асанов, Г.С. Амангелдиева, Н.М. Әбікеева. Ғылыми-танымдық журналистика: Евней Бөкетовтің публицистік мұрасы.....	
K.D. Asanov, G.S. Amangeldiyeva, N.M. Abikeeva. Scientific and educational journalism: the journalistic legacy of Evney Buketov.....	
Қ.Д. Асанов, Г.С. Амангелдиева, Н.М. Абикуеева. Научно-познавательная журналистика: публицистическое наследие Евнея Букетова.....	7

КІТАПТАНУ / КНИГОВЕДЕНИЕ/ BIBLIOLOGY

Н.Б. Денгельбаева. Ақпарат кеңістігін қалыптастырудағы кітапхананың рөлі.....	
Н.Б. Денгельбаева. Роль библиотек в формировании информационного пространства	
N.B. Dengelbayeva. The role of libraries in shaping the information space.....	23

БАСПА ІСІ/ ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО/ PUBLISHING

Қ.М. Мұқатаева, А.Ә. Рамазан. Кітап индустриясына инвестиция тартудың жаңа жолдары	
К.М. Мукаатаева, А.А. Рамазан. Пути привлечения инвестиций в книжную индустрию	
K.M. Mukataeva, A.A. Ramazan. New ways to attract investments in the book industry.....	33

БАҚ ЖӘНЕ ҚОҒАМ / СМИ И ОБЩЕСТВО/MEDIA AND SOCIETY

S.Z. Tasbolat. Coverage of domestic violence issues on the pages of the “Adyrna” portal.....	
С.З. Тасболат. Тұрмыстық зорлық-зомбылық мәселесінің «Адырна» парақшасындағы көрінісі.....	
С.З. Тасболат. Освещение проблем домашнего насилия на страницах портала «Адырна»	49
Д. Қастай, Н. Алчинова. Заманауи коммуникация динамизмі: Париж олимпиадасындағы медиа этика мәселелері.....	
Д. Кастай, Н. Алчинова. Динамизм современной коммуникации: проблемы медиаэтики на Парижской олимпиаде.....	
D. Kastay, N. Alchinova. Dynamism of modern communication: problems of media ethics at the Paris Olympics.....	62
Б.Қ. Қапасова, С.Т. Елікпаев, Н. Қуантайұлы. Отандық БАҚ-тың технологиялық және саяси факторлары.....	
Б.К. Капасова, С.Т. Еликпаев, Н. Куантайұлы. Технологические и политические факторы в отечественных СМИ.....	
B.K. Kapasova, S.T. Elikpaev, N. Kuantaiuly. Technological and political factors in domestic media	84
А.И. Майлыбаева, М.Б. Тоқтағазин, Н.К. Сиязбаев. Қазақстан бұқаралық коммуникация құралдарындағы билингвизм мәселелері.....	
A.I. Mailybayeva, M.B. Toktagazin, N.K. Siyazbaev. Issues of bilingualism in Kazakhstan's mass communication media.....	
А.И. Майлыбаева, М.Б. Токтагазин, Н.К. Сиязбаев. Проблемы билингвизма в казахстанских средствах массовой коммуникации.....	95
Г.А. Есімова, Г.Ш. Әшірбекова. Сайлау контексінде post-truth манипуляциясы мәселелері	
Г.А. Есимова, Г.Ш. Аширбекова Проблемы post-truth манипуляций в контексте выборов	
G.A. Yessimova, G.Sh. Ashirbekova Problems of post-truth manipulation in the context of election	108

ЖАҢА МЕДИА / НОВЫЕ МЕДИА / NEW MEDIA

- А.О. Есдаулетов, А.М. Шурентаев, А.Е. Ыскак.** Литературные блоги как феномен цифровой культуры в информационном пространстве.....
А.О. Есдаулетов, А.М. Шурентаев, А.Е. Ысқақ. Ақпараттық кеңістіктегі әдеби блогтар: цифрлық мәдениет феномені.....
A.O. Yesdauletov, A.M. Shurentayev, A.E. Yskak. Literary blogs as a phenomenon of digital culture in the information space..... 120
- А.А. Абдралилов, А.Б. Альжанова.** Гибридные технологии подачи информации в интернет-пространстве Казахстана: синергия и противоречия.....
А.А. Абдралилов, А.Б. Альжанова. Қазақстан интернет кеңістігіндегі ақпарат берудің гибриді технологиясы: синергия және қайшылықтар.....
A. A. Abdrassilov, A.B. Alzhanova. Hybrid technologies of information delivery in the Internet space of Kazakhstan: synergy and contradictions..... 134
- Л.И. Мұхамедиева, Г.Ж. Ибраева, К.А. Ауесбай.** Современные виртуальные риторы: синтез традиционных и новых практик.....
Л.И. Мухамедиева, Г.Ж. Ибраева, Қ.А. Әуесбай. Қазіргі виртуалды риторилер: дәстүр мен жаңашылдық синтезі.....
L.I. Mukhamadiyeva, G.Zh. Ibrayeva, K.A. Auesbay. Modern virtual rhetors: synthesis of traditional and new practices..... 145
- Ж. Секей, А.С. Хибадуллина, Г. Сағындықызы.** Ақпараттық кеңістіктегі нейрондық желілер: медиалық мүмкіндіктер, мәселелері мен болашағы.....
Ж. Секей, А.С. Хибадуллина, Г. Сағындықызы. Нейронные сети в информационном пространстве: возможности, проблемы и перспективы для медиа.....
Zh. Sekey, A. Khibadullina, G. Sagyndykkyzy. Neural networks in the information space: opportunities, challenges, and perspectives for media..... 162

ЖУРНАЛИСТИКА ТАРИХЫ / ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ / HISTORY OF JOURNALISM

- U. Saidyrakhman, G. Akseit.** The Ideological Struggle of «Yash Turkistan»: an Alternative Perspective Against Soviet Propaganda (Based on Issues No. 1-13).....
Ұ. Сәйдірахман, Г. Ақсейіт. «Яш Түркістан» журналының идеологиялық күресі: кеңестік насихатқа қарсы балама көзқарас (1-13 сандары материалдары негізінде).....
У. Сайдирахман, Г. Аксеит. Идеологическая борьба журнала «Яш Туркестан»: альтернативный взгляд против советской пропаганды (на основе материалов в номерах 1-13)..... 176



XҒТАР 19.41.09

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-151-2-7-22>

Ғылыми-танымдық журналистика: Евней Бөкетовтің публицистік мұрасы

Қ.Д. Асанов^{ID}, Г.С. Амангелдиева^{ID}, Н.М. Әбікеева^{ID}

Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды, Қазақстан

(E-mail: gulmira.sabyr@mail.ru)

Аңдатпа. Ғылыми зерттеу жұмысы еліміздегі ғылыми-танымдық журналистиканың қалыптасуы мен дамуына әсер еткен публицист-ғалымдардың еңбектері мен олардың ғылыми публицистиканы қалыптастырудағы рөлі мен стильдік ерекшеліктерін зерттейді. Ғылыми тақырыпты зерттеу барысында қазіргі заманғы экологиялық журналистика, фактчекинг элементтері де қарастырылды. Ғалым, академик Евней Арыстанұлы Бөкетовтің ғылыми-танымдық журналистикаға қосқан үлесі, шығармашылығындағы тақырыптық ерекшеліктері мен негізгі идеялары назарға алынған. Сонымен қатар, ғылыми-танымдық журналистикадағы жаңашылдықтар мен дәстүрлер, қазіргі кезеңдегі ақпараттық құралдар мен олардың қоғамдағы рөлі талданған. Зерттеу жұмысының негізгі міндеті - Е.А.Бөкетовтің публицистикалық мұрасын зерделей отырып, оның ғылыми журналистикаға қосқан үлесін талдау және осы бағытта жаңа идеялар мен бағыттарды ұсыну. Зерттеу жұмысында ғылыми-тарихи объективтілік сақтала отырып, оның шығармашылығын түрлі ғылыми әдістермен зерттеу тәсілдері қарастырылған. Зерттеу ғылыми-танымдық журналистикамен қатар қаламгер этикасын Евней Арыстанұлы Бөкетов мысалында қарастырады. Ғылыми журналистиканың негізгі қағидаттары – нақтылық, дәйектілік және болашаққа болжам жасаудың маңыздылығына тоқталып, Евней Бөкетовтің қаламгерлік қарымы мен публицистік мұрасы зерттелген. Жұмыстың негізгі нәтижелерінің бірі ғалымның 1950-1985 жылдар аралығында жарияланған мақалалары мен басқа да ғылыми жұмыстарының тарихи мазмұны мен маңызы сараланып, ғылыми-танымдық журналистиканың өзекті мәселелері мен оның ұлттық публицистикамен сабақтастығы зерттелген.

Түйін сөздер: ғылыми-танымдық журналистика, ғылыми болжам, фактчекинг, ұлттық публицистика, публицист мұрасы

Кіріспе

XIX ғасырдың соңы мен XX ғасырдың бастауында негізі қаланған қазақ журналистикасының түп-тамыры публицистік ой мен қаламгерлік шеберлікке негізделді. Қоғамды алаңдатқан, іштей жегідей жеген мәселелерді көтеру арқылы көрініс тапқан қазақ публицистикасы ел мен жер, тіл мен діл, салт-дәстүр, білім және ғылым тақырыптарын қамтыды.

Қазақ журналистикасының корифейі Н.Омашев «Батыр бабаларымыз елін, жерін білектің күші, найзаның ұшымен қорғаса, өткен ғасыр басында қазақтың оқыған азаматтары өршіл рухымен, қалам қайратымен ел іргесінің бүтін болуына барын салды» дейді [1, 4б.]. Заман ыңғайына қарай, бірі ұстаз, бірі дәрігер, ғалым болып жүріп, тұтас ұлттың қамын жеген публицист-журналистер, орыс ғалымдары В.В.Перевалов пен М.Ф.Ненашев еңбектерінде көрсетілгендей, журналистиканың ақпарат берумен бірге рухани-идеологиялық қызметін қатар атқарды [2, 186б.].

Қазақ журналистикасының бастауында тұрған тұлғалардың әрқайсысы белгілі бір саланың білікті маманы болды. Алаштанушы, журналист-ғалым Қ.Сақ «Қазақ журналистикасының тарихындағы ең айшықты кезең – Алаш кезеңі. Өйткені ол уақыттағы баспасөз тек газет қызметін ғана емес, қоғамдағы басқа да басқару институттарының да қызметін қатар атқарды. Мысалы, ол Парламенттің, атқарушы биліктің, оқу-ағарту, ғылым және білім министрлігінің де қызметін де арқалады» деп баға береді [3]. Демек, журналистика ақпарат таратумен қатар қоғамның сауатын ашатын, білім-ғылымға жол бастайтын ақпарат көзі. Жалпы, қазақ қоғамындағы журналистиканың қалыптасып дамуы ақпараттық қызметімен қатар, халық сауатын ашу, біліктілік әлеуетін арттыру мақсатындағы ғылыми бағытты да көкседі.

Ш. Уәлиханов, Ы. Алтынсарин, А. Құнанбаев публицистикасының ерекшеліктерін зерттеген М.И. Фетисовтың жұмысы жөнінде М. Қаратаев пен А. Брагин «М.И. Фетисов сосредоточил свое внимание на самых дорогих для казахского народа деятелей прошлого – Чокане Валиханове, Ибрае Алтынсарине, Абая Кунанбаеве. В их многогранном творчестве он исследует преимущественно публицистическую сторону, не отрывая ее от науки – у Чокана, от педагогики – у Ибрая, от поэзии – у Абая» деп баға береді [4, 6б.]. Қазақтың маңдайына біткен дана тұлғаларының публицистикасын зерттей отырып, олардың ғылыми негіздемесінен алыстап кетпейді. Қазақ қоғамында ғалымдығы мен публицистикасы қатар жүрген тұлғалар аса көп емес. Соған қарамастан, олардың еңбектеріндегі ғылыми дәлдік пен ұлтқа деген жанашырлық, журналистика мәртебесін көтере түседі. Шоқан Уәлихановтың, Қаныш Сәтбаевтың ізін жалғаған, қаламгерлік қыры мен ғылыми қабілеті қатар келіскен асқар тау тұлғалардың бірі Евней Арыстанұлы Бөкетов.

Химик ғалым Е.Бөкетов қазақ публицистикасының аса маңызды да қажет саласы ғылыми-танымдық журналистиканы өрбітті. Оның публицистік мұрасының басты түйіндері ұрпақты парасаттылық, адамгершілікке тәрбиелеу, ғылым мен білімді меңгеріп, Отанына қалтқысыз қызмет етуге шақыру, сондай-ақ табиғи қазыналарымыздың қадіріне жетіп, табиғат пен рухани құндылықтардың қасиетін бағалауға бағытталды.

Зерттеу жұмысының мақсаты кәсіби журналист болмаса да, қаламы жүйрік, сана деңгейі биік тұлғаның жазу шеберлігі мен стильдік ерекшелігіне назар аудару. Оның публицистикасының ерекше қыры - химия маманы бола тұрып, қоғамның өзекті деген тақырыптарын, білім-ғылым саласындағы проблемалық мәселелерді көтеруінде. Себебі, ойшыл-ғалымның санасындағы кесек туындылар парақ бетіне өзіндік талғам түйсікпен түсіп, тұтас тақырыптарды ашты. Бұл тұрғыдан алып қарағанда, Е.Бөкетовтің публицистикалық мұрасы Ш.Уәлиханов пен Қ.Сәтбаевтың шығармашылық мұрасымен сабақтас.

Мақаланың ғылыми жаңалығы да ғылыми журналистиканың дамуына зер сала отырып, заманауи журналистикада қолданылып жүрген экологиялық журналистика тақырыбы мен фактчекинг көріністерін анықтау. Ғылыми журналистикаға тән нақтылық, дәйектілік және болашаққа болжам Е.Бөкетовтің әр жылдарда жарық көрген мақала-жарияланымдарында көрініс тапқан.

Әдебиеттерге шолу

Зерттеу жұмысының негізгі нысаны ретінде Евней Арыстанұлы Бөкетовтің публицистік қырын ашатын журналистік еңбектері, 1953 жылдардан бастап «Ленинская смена», «Казахстанская правда», «Социалистік Қазақстан», «Қазақ әдебиеті», «Индустриальная Караганда», «Лениншіл жас», «Орталық Қазақстан», «Қарағанды университеті» газеттері мен «Қазақстан коммунисті», «Білім және еңбек», «Жұлдыз», «Простор», «Мәдениет және тұрмыс», «Знамя», «Жалын», «Народное хозяйство Казахстана», «Простор» журналдарындағы мақалалары алынды.

Мақала тақырыбын ашу кезінде тарихилық және ғылыми объективтілікке баса мән берілді. Зерттеу кезеңіне қарай Е.А.Бөкетовтің мақалаларының хронологиялық реттілігі, мәселелерді көтеруі, оны шешу жолдары, даму ерекшелігі, белгілі тарихи жағдайлар ықпалында өзгеруі және негізгі тақырыптық мәселелері тұрғысынан зерттелді.

Е.А.Бөкетовтің еңбектеріндегі ғылыми журналистика тақырыбын кеңінен ашу үшін отандық ғалымдар Н.Омашевтың «Жиыrmасыншы жылдар публицистикасы», Б.Жақыптың «Публицистика негіздері», Қ.Асановтың «Евней Букетов – публицист» монографиясын негізге ала отырып зерттелді. Ғылыми журналистика тақырыбын зерттеуші, Ұлыбританияның Борнмут университетінің профессоры Аллан Стюарттың «Медиа, тәуекел және ғылым» (Stuart Allan, «Media, Risk and Science» (Open University Press, 2002), «Сандық технологиялар дәуіріндегі ғылыми журналистика» («Science journalism in a digital age»), еңбектері ғылыми журналистика тақырыбының өзектілігін, оның заманауи қажеттілігін, нағыз ғалым жазған еңбектердің құндылығына тоқталатындықтан, мақала жазу барысында қазақстандық қоғаммен сабақтастықта қаралды.

Ғылыми мақаланың заманауи дәйектілігіне көз жеткізу үшін Macarena Parejo-Cuellar, Samanta Flores-Jaramillo, Eduardo Carcaboso-García ғылыми коммуникация бойынша әдебиеттерге шолу жасаудың интегративті нәтижелері келтірілген «Overview of science communication (2017-2022): A thematic and bibliographic analysis» жұмысы алынды [5]. Атаулы жұмыс ғылыми коммуникациядағы зерттеулердің маңыздылығын зерттеуге,

сондай-ақ білім беру, әлеуметтік, мәдени салалардағы кәсіби ғылыми коммуникацияның қажеттілігін көрсетуге сілтеме ретінде қызмет етуге бағытталған және ғылыми коммуникацияға қатысты бірқатар іздеу критерийлерін қолдана отырып, WOS (Web Of Science), Scopus және Dialnet үш мәліметтер базасы арқылы іздеу жүргізілген. Ғылыми-танымдық журналистика және ақпараттық-құжаттамалық зерттеу салаларындағы әлеуметтік ғылымдарды негізге алады.

Жалпы, қазіргі таңдағы ғылыми-танымдық журналистиканың ұлттық публицистикамен сабақтастығын, Е.А. Бөкетовтің журналистік қыры мен қаламгерлік шеберлігін, этикалық нормаларды сақтауын талдай отырып, атаулы тақырыптың маңыздылығына көз жеткіземіз.

Әдіснама

Мақаланы жазу барысында Евней Арыстанұлы Бөкетовтің ғылыми көкжиегі кеңейген 1950 жылдардан бастап, мемлекеттік деңгейде ойын ашық айтып, келелі тақырыптарды қозғаған 1980 жылдарға дейінгі кезең қарастырылады. Ғылыми тақырыпты ашу аясында кеңестік өкіметтің тікелей цензурасымен шыққан басылымдарға, ғалымның қолынан шыққан, эпистолярлық жанрдың үздік көрінісі болып табылатын хаттарға шолу жасалды.

Жоғарыда атағанымыздай Е.Бөкетовтің ғалым-тұлға ретінде даму-толу кезеңдеріне сүйене отырып, зерттелетін дәйектер мен зерттеулерді талдау әдісі қолданылды. Белгілі бір тарихи кезеңде шыққан журналистік мақалаларды қарастырғандықтан, зерттелетін мақалалардың ұқсастығы, тақырыптық туыстығы сияқты әртүрлі белгілер мен қасиеттерін салыстыру үшін аналогиялық әдіс қолданылды. Оған қосымша, мақалаларға, зерттеу деректеріне және ақпарат көздеріне мәселенің қарастырылу кезеңдеріне де қолданылатын жіктеу және түсіндіру әдісі; 1950-1980 жылдарда шыққан мақалалардың ғылыми маңызы мен тақырыптық өзектілігін талдауда – синтез әдісі қолданылып, ғылыми мақаладағы негізгі мақсатқа жетуге негіз болды.

Жалпы ғылыми әдістерден тыс арнайы журналистік шолу әдісі де қолданылды. Зерттеу тақырыбына сәйкес бүгінгі бұқаралық ақпарат құралдарының беттерінде ғылыми тілдің қолданылуы, олардың аудитория тарапынан сұранысқа ие болуы мен түсінікті болуын анықтау мақсатында ретроспективті талдау әдісі, тақырыпты болашақта дамытудың ғылыми бағдарламаларын құруға бағытталған ғылыми білімнің қазіргі және болашақтағы құндылығын анықтауға мүмкіндік беретін өзектендіру әдісі де пайдаланылды.

Нәтижелер мен талқылаулар

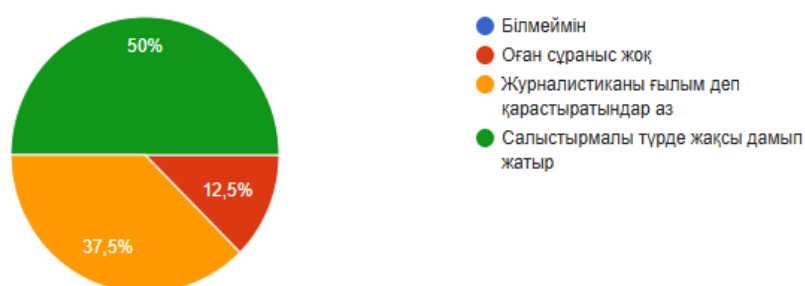
Қазіргі жылдам ақпараттық қоғамда ғылыми-танымдық журналистикаға немесе ғылыми стильге қатысты пікір біржақты емес. Ол негізінен ғылыми тілдің ауырлығын, көпке түсініксіздігін желеу етуші топтардың есебінен орын алуда. А.Стюарт, көптеген ағылшын және американ редакцияларындағы ғылыми тілде ақпарат беруге қатысты

ойын ашық айта отырып, ол үрдістің ғалымдардың еңбегін жоққа шығару мен ғылымды құнсыздандыруға әкелетіндігін айтады [5, 230б.]. Ал, отандық ғалым Н.Омашев «Біз кейде журналистикадағы ғылыми мінбелерді мойындай да, қабылдай да бермейміз. Өйткені, «ғылыми стиль» дегенді жалаң фактілер мен нақпа нақ айтылған тұжырымдар тізбегі деп білеміз. ...Ғылым – ол тек ғылым үшін жеткізе білу емес олардың санасына саңылау салу арқылы толығады, дамиды. Мұндай ғылымға журналистика, яғни бұқаралық ақпарат құралдары – газет, журнал, радио, телевизия, баспасөз көмекке келеді» дейді [6, 165б.].

Қазіргі журналистика тілі жатық, баршаға бірдей түсінікті болу қағидатын ұстанып келе жатыр. Әрине, ол ақпаратқа қол жетімділік сұранысын қанағаттандырады. Алайда, ғылыми тақырыптарды жазу кезіндегі жаттандылық пен қарабайырлыққа жол ашуда. Осы орайда, Ұлыбританияның үкіметінің бас ғылыми кеңесшісі Джон Беддингтон 2011 жылдың ақпанында әріптестерінің алдында сөйлеген сөзінде «саяси және діни топтардың күшімен таратылып жатқан жалған ғылымның жағымсыз әсеріне жоқ дейміз» деген үндеуі жұртшылық арасында үлкен дау тудырды. Ол кейінірек «NewScientist» журналына кең ауқымда мақала жариялауына әкелді. Онда Д.Беддингтон «Біз ғылымдағы құбылыстарды өзара байланыстыра отырып, дәйекті және жетімді түрде жеткізуіміз қажет. Жаһандық коммуникациялар дәуірінде біз өзімізбен өзіміз ғана шектеліп қалмауымыз қажет» дейді [7].

Жаһандық коммуникациялық кеңістік үшін де ғылыми журналистиканың маңызы зор болып отыр. Ол ең алдымен ғылымды жалпыландыру арқылы бұқараның ғылыми-технологиялық процестерге ынтасын арттыруды көздейді. Ғылымға қызығушылықтың артуы мемлекеттің даму деңгейін бірқатар ілгерілетіп, өмір сапасын жақсартады. Бүгінгі жас журналистер мен ғылымдағы жас зерттеушілер ғылыми-танымдық журналистика туралы не біледі, көзқарасы қандай екенін анықтау мақсатында әлеуметтік зерттеу жүргізілді. Зерттеу нәтижелері бойынша келесідей нәтижені ұсына аламыз (1-сурет):

Бүгінгі ғылыми танымдық журналистика қалай дамып жатыр?



1-сурет. Әлеуметтік зерттеудің нәтижесі

25-40 жас аралығындағы жас ғалымдардың 50 пайызы «Бүгінгі ғылыми-танымдық журналистика қалай дамып жатыр?» деген сауалнамаға «Салыстырмалы түрде жақсы дамып жатыр» деп жауап берген. Бұл журналистиканың ғылыми негізде бір жолға қойылғанын көрсетеді. Дегенмен, бүгінгі бұқаралық ақпарат құралдарында ғылыми-танымдық материалдарды мүлдем кезіктірмейтін де оқырмандар барлығы анықталды (2-сурет). Бұл ретте ғылымның дамымай отырғаны емес, басылымдардың осы тақырыпты аз қозғайтынын байқаймыз.

Қазіргі уақытта бұқаралық ақпарат құралдарының беттерінде жарияланған ғылыми материалдармен таныссыз ба?



2-сурет. Әлеуметтік зерттеу бойынша пайыздық көрсеткіш

Осы сауалнамаға 17-23 жас аралығындағы студент, магистранттармен қатар, 35-40 жас аралығындағы жас зерттеушілер қатысты. Білім алушылар ғылыми еңбектер жазғанда дәйеккөзі ретінде газет мақалаларына жүгінетінін байқадық. Сауалнама нәтижесі көрсеткендей респонденттердің 50 пайызы үнемі ғылыми тақырыпта жарияланатын материалдарды кездестіреді.

Ғылыми журналистиканы зерттеу барысында және оқыту жүйесінде публицистердің еңбектері мен ғылыми ізденістері туралы ақпараттар беріледі. Тіпті жеке публицистер туралы зерттеу жұмыстары жазылады. Осы ғылыми мақаламыздың нысаны Евней Арыстанұлының публицистикасы академик Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды университетінде оқытылып жатыр. Осы тұрғыда респонденттерден арнайы сауалнама алдық.

Публицист жазушы ғалымдардың еңбегін журналистерге оқыту қаншалықты маңызды?



3-сурет. Әлеуметтік сауалнама нәтижесі

Зерттеу нәтижесінде респонденттердің 37,5 пайызы журналистер терең білімді игеріп, жан-жақты болуы үшін публицистердің ғылыми еңбек жолын оқып білуі қажет деп санайды.

«Ғылыми зерттеулер оқырманның қабылдауына, олардың жасанды интеллект арқылы жасалған жаңалықтарды түсіну қабілетіне, жасанды интеллект арқылы жасалған жаңалықтар мен журналистер жазған жаңалықтардың сапасын салыстыруға және сапаны бағалаудағы жаңалықтар тақырыптарының әсеріне қатысты негізгі зерттеу мәселелерін шешуге әсер етеді» деп санайды шетелдік ғалымдар [8]. Бүгінгі зерттеп отырған тақырып алдағы уақытта жасанды интеллект технологиялары негізінде оқу процесінде қолданысқа ие болуы мүмкін.

Қазақ қоғамындағы ғылыми тақырыптардың ашылу деңгейін қарастырған кезде «селені мен өлеңі» қатар жүретін Евней Арыстанұлы Бөкетовтің мақалаларын, әр жылдарда жазған хаттарын назарға аламыз. Химия ғылымдарының профессоры бола тұрып, түрлі химиялық процестер мен құбылыстарды толық та түсінікті жеткізуі ғалым тілінің жатықтығынан болса керек.

Е.А.Бөкетовтің баспасөзде қозғаған көкейтесті мәселелерінің бірі де бірегейі ғылым мен техника, өндіріс мәселесі. Осы өзекті тақырып төңірегінде жазған ғалымның публицистикалық мұраларын зерделей отырып, әртүрлі газет-журналдарға берген сұхбаттарынан Е.Бөкетовтің қоғамдық көзқарасы мен ғылыми ой-пікірінің сонылығын және дәйектілігін көреміз. «Алып адам», «Қара металлургия алыбы», «Өндіріс пен ғалым егіз», «Қарағанды химиясы және оның болашағы», «Щедрость земли», «Институт и опытная база», «Облик нашего дня» мақалалары қаламгердің ғылыми-публицистикалық бағыттағы қабілет-қарымын танытып, техника ғылымының докторы ретінде бұл саланы еркін білетіндігін және проблемалық түйінді нақты қалай шешуге болатындығын көрсетуімен ерекшеленеді.

Е.А.Бөкетов публицистикасын зерттеген ғалым Қ.Асанов «Е.Бөкетовтің ғылыми публицистикалық очерктерінің басқалардан ерекшелігі мен құндылығының өзі тақырыпы проблемасының білгірі және оны шешуді нұсқай алатын ғылымдылығында жатса керек» [9, 22 б.] деп ой түйеді.

Өндірістің ішкі қазанын толық білетін ғалым ретінде Евней Бөкетов өз оқырмандарына барынша жетік те түсінікті тілмен ғылыми процестерді түсіндіріп, түрлі мәселелердің шешу жолдарын айқындап береді. Мысалы, «Табиғат ананы аялай білейік» деген мақаласында «Облыс орталығы – Қарағандының өз басына келетін болсақ, мұндағы атмосфера кірлетуші ұсақ қалдықтар мен автомашиналар легі дер едік. Жаңа Майқұдықтың сантехника бұйымдары зауытындағы газбен істейтін вагранкаларды электр пештерімен неге ауыстырмасқа?» деп, өзекті экология тақырыбының күрмеуін тарқатады. Мұндай тиімді, қолайлы ұсыныс пікірлерді ғалым публицистің көптеген проблемалық мақалаларынан кездестіруге болады.

Евней Арыстанұлы Бөкетов өмірде кездесетін қарапайым фактілерді тілге тиек ете отырып, халқымыздың өсіп-өркендеу болмысын бейнелейді. Ғылыми пайымы мен танымы оның мақалаларына ғылыми негіз берсе, жатық тілі мен ой қорытуы түрлі проблемалық өзекті тақырыптарды талдап, қалыптасқан жағдайдан шығудың жолдарын көрсетеді. Публицистік шығарма қаламгер дүниетанымының қағаз бетіне түскен көрінісі десек, онда оның ақыл-ойы, парасаты, бойындағы ізгі қасиеттерінің барлығы қағазға түскен мақаласында айқын көрініс табады. «Жас замандас келбеті»

деген мақаласында «Қысқасы, жақсы инженер, жақсы техник, жақсы дәрігер өз мамандығына қаншалықты машық болғанмен, Пушкин мен Абайды оқымаған болса, Моцарт пен Чайковскийдің, Құрманғазы мен Мұқан Төлебаевтың әуендеріне құлағы жабық болса, ондай адам мәдениетті, білімді адамның қатарына жатпайтын сияқты. Өз мамандығын, әрине, әбден жақсы игеріп білу де қажет, бірақ өзгеге меңіреу болу деген өмірдің бар ләззатынан, бар жақсылығынан мақұрым қалу болып табылады» [9, 96 б.] деп ой қорытады. Осы жолдар арқылы Е.А. Бөкетов авторлық пайым-парасат түйіні мәдениетті адам қандай болу керек деген ойға жауап береді.

Жалпы Евней Арыстанұлы Бөкетовтің публицистикасы өнер, ғылым, білім туралы ойларының өзегі эстетикалық тәлім-тәрбие төңірегінде өрбиді, содан тамыр алып, көпшілікке жолданады.

Е.А. Бөкетовтің бір сұхбатында «қазір психологиялық күрес майданы, яғни ғылым да, ғылымның иесі адам да анағұрлым күрделеніп, қиындап бара жатқан уақытта өмір сүрудеміз. Ендеше бастағы, мидағы екіұдай талас, тартыс, ғылым адамның ішкі сарайындағы шым-шытырық ойлар көркем туынды да сәулеленсе ғана бүгінгі ғылыми техникалық революция заманына лайық образдар жасай аламыз» [10, 126б.] деп болжам жасай алуы, бүгінгі нейрожелілер мен жасанды интеллектінің бастамасы деп білеміз. Өз дәуірінің тыныс-тіршілігін тұтас зерттеп, өндіріс саласының болашақта дамуына жасаған ғылыми болжамдары бүгінгі күнге қалған мұра болып отыр. Мысалы, «Қарағанды химиясы және оның болашағы» атты мақаласында: «Химияның болашағын болжау, ол туралы ойлану Қазақ ССР Ғылым академиясының борышы. Мысалға, мынандай жағдайды алайық. Таскөмір, оның ішінде Қарағанды көмірі қазіргі уақытта негізінен электр энергиясын өндіру үшін қолданылады. Ал қазірдің өзінде су қуаты бар жерде электр өндіру үшін көмір орнына су күшін пайдалану тиімді екені белгілі. Ертең электр энергиясын өндіруге атом күшін кеңінен қолданғанда не болмақ? Көмір өндірісі жабыла ма? Жабылмауға тиісті. Ол кезде көмірді түгелімен химия бұйымдарын өндіруге қолдануға болады» [11] деп болашаққа болжамын жеткізеді.

Болашаққа болжам жасалды, көп зерттеулер өз нәтижесін берді. Ал бұл туралы бүгінгі қоғам не біледі? Евней Арыстанұлының еңбектерімен таныс па, болжамдарымен келісе ме?

Евней Арыстанұлы Бөкетов өзінің ғылыми мақалаларында сол уақытқа және келешек үшін бірнеше ғылыми болжамдар жазған болатын. Ғалымның осыдан 50 жыл бұрын жасаған ғылыми болжамдарымен келісесіз бе?!



4-сурет. Е.А. Бөкетовтің ғылыми болжамдары туралы жүргізілген сауалнама нәтижесі.

Зерттеуімізде арнайы сауалнама жүргізіп, ғалымның болжамы туралы респонденттердің пікірін алдық. Нәтижесінде оқу ордасы мен ғылымда жүрген зерттеушілерден басқа қарапайым халық та ғалымның еңбегінен хабардар екеніне көз жеткіздік. «Ғалымның хаты өлмес» деген халық тәмсіліне сүйенсек, ғылыми журналистиканы дамыту арқылы ғалымдардың хаттарын халыққа бір табан жақындата түсеміз. «Қара металлургия алыбы» мақаласында Ертіс-Қарағанды каналының халықтың тұрмысына, шаруашылығына, өндіріске тигізер пайдасын зерттей отырып, Нұра суының толықтай халықтың қажеттілігіне берілетіндігін болжайды [12]. Осындай ғылыми негізі бар гипотезалар Е. Бөкетовтің өнеркәсіп-өндіріс саласы туралы жазылған мақалаларынан көптеп кездестіруге болады. Демек, болашаққа ғылыми тұрғыдан болжам жасап, баға беру қаламгер публицистикасына тән тағы бір ерекшелік.

Е. Бөкетовтің ғалым, публицист, ғылыми журналистика саласын дамытушы ретіндегі артықшылығы – сөзінің дәйектілігі. Заманауи тілмен айтқанымызда, ғалым бола отырып, ол қазақ, орыс әдебиетіндегі түрлі құбылыстарға фактчек жүргізеді. Мысалы, «Алып адам» мақаласында Қыз Жібек қиссасынан:

Жаратты бір қара көп тұлпаратты,
Өзі жорға жануар құс қанатты,
Тұрманының барлығын алтындатып,

Күміспенен төрт аяғын тағалатты, – деген жолдарын келтіріп, қымбат металдардың жұмсақ, иілгіш келетіндігін айтып, образды түрде қолданбаса, нақ жүзінде атты күміспен тағалаған жағдайда жануардың тұяғы зардап шегетінін дәлелдеп шығады. Зерде журналында басылған «Көмір мен судан: мұнай, бензин, керосин және басқалары» атты мақаласында С. Есенинның «Пугачев» драмалық поэмасындағы «Как керасиновую лампу в час вечерний, зажигает фонащик из города Тамбова» деген жолдарына тоқталып, керосин шамын Пугачев көтерілісінен кейін 80 жылдан кейін поляк ғалымы И.Лукаевич ойлап тапқандығына да тоқталады. Е. Бөкетовтің ғылыми танымының зор болуы С.Есенинның бір шумақ өлеңінен өрбіген ғылыми-танымдық мақаланың өмірге келуіне жол ашып, нақты ғылыми дәйектемелер келтіреді.

Е.А. Бөкетовтің ғылыми мақалаларында қазіргі уақыттағы Data-журналистика элементтері де байқалады. Мысалы, «Аққан жұлдыздан құс жолына дейін» мақаласында «Адам күші аса қуатты. Ол қазір жер шарындағы құрлықтың 55 процентін, өзен-суының 12 процентін, орман-тоғайдың жыл сайынғы 50 процент өсімін пайдаланып, құрылыспен кен қазбалары үшін 4 мың шаршы километр парода алуда. Қазір жер қойнауынан жыл сайын 100 млрд тонна руда алынып, шамамен 7 млрд тонна отын шығарылады. Сөйтіп жыл сайын өзен аңғарына 600 млрд тонна өнеркәсіп пен тұрмыстық қалдық сулар құйылады. Орташа есеппен 800 млн тонна минералдық тыңайтқыш сіңіріледі, төрт миллион тонна улы химикаттар себіледі. ...Бұл цифр екі мыңыншы жылға дейін дүние жүзі бойынша 4-5 есе өспек» деп, ақпараттарды жинау, ретке келтіру, талдау, болжам жасау және жариялау міндеттерін атқарады.

Қара металлургия тақырыбы Евней Арыстанұлына етене таныс, ежелден қанығып, біліп өскен тақырып. Сондықтан оны бүге-шігесіне дейін білуі, оның өсіп-өркендеуі дамуы жайында айтқан ғылыми негіздері мен тұжырым, болжамдары өз уақытындааса

маңызды болды. Журналистік шығармаға тән негізгі қасиеттің бірі факты болатын болса, оны Е.А.Бөкетовтің өндіріс-өнеркәсіп турасында жазған очерктерінен молынан ұшыратуға болады. Кейде очеркте ресми деректер келтіру, цифраларды қолдану Евней Бөкетовтің публицистикасындағы ғылыми журналистика элементтеріне дәлел келтіреді.

Әсіресе, «Өндіріс пен ғылым негіз», «Алып адам», «Қара металлургия алыбы» сияқты күрделі проблемалық мақалаларынан анық байқауға болады. Бірақ, кілең факті мен цифраға құрылған деп айтуымыз да ағаттық. Т.Амандосовтың «жай фактінің өзін журналистің ой-қиялыңыз жазу мүмкін емес. Фактіні суреттемес бұрын журналист өмірлік фактіден қажеттілік тауып алады, оны жан-жақты зерттейді, қоғамдық-әлеуметтік мәнін ойластырады» деген түйініне Евней Бөкетовтің проблемалық очерктері дәлел.

«Алып адам» очеркінде қара металлургия өндірісінің өсіп-өркендеуін көрсететін хронологиялық дерек-көрсеткіштің берілуі шығарманың ғылыми әлеуетін арттырады. 1938-1960 жылдар аралығындағы қара металлургияның өсіп-өркендеу болмысы цифр тілімен-ақ публицистикаға қажетті информацияны оқырман санасына еш қиындықсыз жеткізеді. Осынау ауыр өнеркәсіп өмірнамасының хронологиялық жүйесі осы тақырыпта көлемді материал жазушыларға бағыт береді.

«Өндіріс пен ғылым егіз» атты мақаласындағы «Ұқыптылықтың ең бір ұтымды жолы –коксті үнемдеу», «Алдағы мақсат – химия технологиясы мен металлургия саласында жаңалық іздеуді тоқтатпай, табылғандарын жан-жақты зерттеп, өндіріске енгізу» сияқты ғылыми негіздегі ұсыныс, болжам тілектерді кездестіреміз. Бұл цифрлар мен фактілер негізінде құрылып, мақаланың тұтас болмысын аша түседі.

Публицист ретінде Евней Бөкетовтің ойы жерастындағы кен болса, соны жарыққа шығарып, бұқара халық игілігіне жарататын құрал – оның тілі. Көңілдегі көрікті ойдың өз қасиетін жоғалтпай, жарқырай көрінуі тіл шеберлігіне көп байланысты. Е.А. Бөкетов шығармаларындағы ғылыми ойлау мен шебер тілдің үндестік табуы қаламгердің болмыс қасиетін айшықтай түсетін критерий.

Евней Арыстанұлының публицистикасын үнемі бір-бірін толықтырып, проблемалық сипаты мағыналас мәндес болып келетін күрделі екі топқа жатқызуға болады. Оны ғылыми түрге бөлсек, гуманитарлық және жаратылыстану саласы дередік. Жалпы, баспасөзде күрделі тақырып саласына жататын өндіріс пен өнеркәсіп, ғылыми техникалық прогресс, кен-металлургия, химия сияқты жаратылыстану ғылыммен байланысты жазылған мақала очерктерінің өзегі көбіне дерек пен дәйекке құрылып, сол арқылы мазмұн-мағынасы ашылып жатады [13, 11 б].

Мысалы, «Қарағанды химиясы және оның болашағы» мақаласында «Біріншіден, ацетилен затын ацетальдегид сұйығына айналдыру үшін реакцияны жеделдету мақсатымен сынап қолданылады. Сынап әрі қымбат, әрі адам денсаулығына өте зиянды зат» немесе «Мысалы, қазіргі синтетикалық каучук сырттан әкелінетін екі затты стирол мен гидролир спирті тоғыстыру арқылы өндіруге болады» деген сияқты тұжырымдар жасап, ғылыми дәйек пен деректерді орынды қолдана біледі. Әрі бұл дәйек пен деректер жалаң ғылыми тілде емес, публицист шеберлігінің нәтижесінде оқырманға түсінікті ғылыми журналистика тілінде жеткізеді.

Ғылыми техникалық прогрестің өсіп-өркендеуі мен қарқын ала дамуы Е.Бөкетов публицистикасында уақыт үрдісіне сай жан-жақты, жалпақ аудиторияға түсінікті болып жазылған. Кен-металлургия химия ғылымдарының қоғам игілігі үшін қаншалықты маңыздылығын ғана айтып қоймай, өзі айтқандай «Бұны оқырман дұрыс түсінуі тиіс» деген мақсатпен сол ғылым әлемінің көптеген беймәлім құпияларын бұқараға қара сөз, қазақы ұғыммен жеткізуі ғалым-публицистің қаламгерлік шеберлігі мен үлкен білім иесі екендігін танытады.

Көптеген қаламгерлерге тән ортақ тақырып табиғат, адам, қоғам бірлігі Е.А. Бөкетов шығармаларының да негізгі объектісі. Осы үш тағанның өзара байланысын қиюластырып, әдемі жеткізе білу қаламгер ойының тіл кестесімен шебер ұшатасады.

Е.А. Бөкетов шығармаларындағы ой тұтастығы берік. Өйткені, белгілі бір тақырып аясында жазылған проблемалық мақала тілінің бір-бірімен жымдаса өрілгені соншалық, оның бірер сөйлемін оқшаулаудың өзі ағаттық. Бұл жағдай әсіресе, қаламгердің ішкі толғаныстарына құрылған «Адам болам десеңіз», «Алғашқы сабақ», «Алтын босағаны аттағандарға», «Табиғат тіршілік көзі» атты мақалаларында айқын байқалады.

Ғылыми журналистиканың дамуына өзіндік үлесін қосқан тұлға ретінде Евней Бөкетовтің журналистік еңбектерінің астарында экологиялық ахуалға алаңдаушылық та байқалады. Жоғарыда аталған, «Аққан жұлдыздан құс жолына дейін», «Қара металлургия алыбы», «Қарағанды химиясы және оның болашағы» мақалаларында әлемдік экологиялық ахуалдың жай-күйін, оның жергілікті халық өміріне әсерін жетік тілде жеткізеді.

Қандай тақырып болмасын, Е.Бөкетов шығармаларында міндетті түрде ғылыммен астасып, дәйекті, жатық тілмен шынайылығын растап, көтерген мәселесімен өзектес. Артында қалдырған публицистикасының негізгі арқауларының бірі – жалпы адамдық, адамзаттық жайлар, жастарды патриотизмге тәрбиелеу, ғылыми прогресс, экономика және экология мәселелері болды. Бұл тұрғыдан алғанда, Е.Бөкетов публицистикалық мұрасы аз болса да, ғылыми тілімен, мәнділігімен ерекшеленеді.

Жалпы Евней Арыстанұлы Бөкетов шығармаларында сан алуан тақырып мазмұнын көтерер идеясы үш түйіннен құралады: білім, парасат, адамгершілік. Ғалым Ұ.Есенбекова: «Журналист пен ғалымның арасындағы коммуникация күрделі және табандылық пен уақытты қажет ететін процесс» [14, 94б.] дейді. Мейлі, өнеркәсіп, өндіріс, ғылыми-техникалық прогресс, әдебиет, өнер, оқу-білім, табиғат экологиясы болсын, бәрінің де шешім табар арқауы білімге, парасатқа, адамгершілікке байланысты болып келеді. Мысалы, «Қарағанды химиясы және оның болашағы» мақаласында «Өйткені, Алексей Максимович Горький айтқандай, химия ғажайыптар қоймасы, адамзаттың бақыты осы химияда, адам өз ұшқыр ойының асқақ жетістіктерін дәл осы химия саласынан таппақ» деп, ғылымға деген жарқын көзқарасты қалыптастырады.

Қорытынды

Евней Арыстанұлы Бөкетов – ғылымды, ондағы түрлі құбылыстар мен реакцияларды көпшілікке түсінікті, жатық тілмен жеткізген публицист, ғылыми-танымдық

журналистика өкілі. Химия ғылымдарының докторы, академик, ұстаз Евней Бөкетов ғылыми публицистиканың өркендеуіне зор үлес қосқан тұлға. Оның қаламынан шыққан мақалалар тек ғылыми дәлдікке емес, ұлттық болмысқа, пайым мен парасатқа негізделген. Оның публицистикалық мұралары – бұқараға ой тастайтын, ғылыми тілмен жазылған, шынайы ақпараттарды негізге алған, терең тұжырымдар түйінделген туындылар.

Зерттеу жұмысының қорытындысында Евней Арыстанұлы Бөкетовтің публицистикасы ғылыми-танымдық журналистикаға ғана тән дәйектілік, болашаққа болжам жасау және қаламгерлік этиканы ұстана отырып жазғаны айқындалды. Публицист мақалалары экология, өнеркәсіп, өндіріс, табиғат, техника мен ғылым, білім беру сияқты тақырыптарды қамтып, оларда қалыптасқан түрлі мәселелердің түйінін тауып, шешу жолдарын көрсетеді. Мақалалардың ғылыми болжам жасау және оның қазіргі уақытта дәлме-дәл келуі де публицист еңбегінің ерекше қыры. Сонымен қатар, Е. Бөкетовтің ғылыми фактілерді қолдануы мен публицистикалық шеберлігі заманауи фактчекинг пен сараптамалық журналистиканың алғашқы нышандарын танытады.

Академик, ғалым, публицистің мақалаларының өн бойынан тұнып тұрған ұстамдылық пен парасаттылықтың көрініс табуы – оның қаламгерлік қарымының қуаттылығы. Кеңес кезеңінің қатал талаптарынан қаймықпай, шындықты айтуы – жоғары кәсібилігі мен азаматтығының айғағы.

Ғылыми-танымдық журналистика – ғылым мен бұқара арасындағы көпір. Осы тұрғыда, Евней Арыстанұлы Бөкетовтің публицистік мұрасы – бұл көпірдің сенімді де берік тірегі. Оның публицистік шығармаларын бүгінгі ғылыми-танымдық журналистика үшін тағылымды тәжірибе деп бағалауға болады. Жас қаламгерлер мен журналистер үшін ол үлгі боларлық тұлға, ал оның жазбалары – білім мен парасаттың жарқын көрінісі.

Авторлардың қосқан үлесі

Асанов Қ.Д. – зерттеу жұмысында жан-жақты ақпараттарды жинақтап, деректерді талдау, шолу және түсіндіру; бақылау және редакциялау, ұсыныстар беру және мақаланың академиялық сапасын қамтамасыз ету.

Амангелдиева Г.С. – шетелдік зерттеулерге шолу жасай отырып ғылыми жұмыстың заманауи сабақтастығын ашу мақсатында әлеуметтік зерттеу жүргізу, сауалнама қорытындысына тұжырым жасау.

Әбікеева Н.М. – ғылыми жұмыста қолданылған әдіс-тәсілдерді, зерттеу нәтижелерін сараптау, мақаланы техникалық талапқа сай рәсімдеу.

Әдебиеттер тізімі

1. Омашев Н. Жиыrmасыншы жылдар журналистикасы. – Алматы, 2006. –1 т. – 317 б.
2. Перевалов В.В., Ненашев М. Ф. Основы теории журналистики. – Москва, 2023г. – 258 с.
3. Қазақ журналистикасының тарихы қалай оқытылады? [Электрон. ресурс] URL: <https://egemen.kz/article/367423-qazaq-dgurnalistikasynynh-tarikhy-qalay-oqytylady?ysclid=m9rc0ymzjn4964702> (қаралған күні: 21.12.2024)

4. Жақып Б. Публицистика негіздері [Мәтін]: оқу құралы; Әл-Фараби атын. Қазақ ұлттық ун-ті. – 2-бас. – Алматы: Қазақ университеті, 2018.
5. Macarena Parejo-Cuellar, Samanta Flores-Jaramillo, Eduardo Carcaboso-García. Overview of science communication (2017-2022): A thematic and bibliographic analysis. [Электрон. ресурс] URL: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85197885753&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&sot=b&sdt=b&s=TITLE-ABS-KEY%28scientific+and+educational+journalism%29&sessionSearchId=acb2f64ac0c7056509524fb9477bcfa0&relpos=3> (қаралған күні: 12.01.2025)
6. Омашев Н. Белестер. – Алматы: Қазақ университеті, 1999. – 265 б.
7. Stuart Allan. Media, risk, and science. Open University Press. – Springer, 2002. – 256 p.
8. Baptista, João Pedro Send mail to Baptista J.P.; Rivas-de-Roca, Rubén; Gradim, Anabela; Pérez-Curiel, Concha. Human-made news vs AI-generated news: a comparison of Portuguese and Spanish journalism students' evaluations. Humanities and Social Sciences Communications, 1. 12. 2025. [Электрон. ресурс] URL: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-105003460015&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&sot=b&sdt=b&s=TITLE-ABS-KEY%28journalism%29&sessionSearchId=2d4a0ff08484efbd31b0cbcb5da79ca1&relpos=3> (қаралған күні: 15.01.2025)
9. Асанов Қ. Евней Букетов – публицист. – Қарағанды: ҚарМУ баспасы, 2005. – 196 б.
10. Букетов Е.А. Көкейкесті. – Алматы: Қазақстан, 2000. – 196 б.
11. Букетов Е.А. Қарағанды химиясы және оның болашағы // Социалистік Қазақстан. 1969, 21 наурыз
12. Букетов Е.А. Қара металлургия алыбы // Орталық Қазақстан. 1977, 21-23 қыркүйек.
13. Асанов Қ. Академик Е.А. Бөкетов шығармашылығының ұлттық публицистиканы дамытудағы рөлі. Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысы. Журналистика сериясы. – 2021. – № 131(2). – Б. 8–15. [Электрон. ресурс] URL: <https://buljourn.enu.kz/index.php/main/article/view/236> (қаралған күні: 15.01.2025)
14. Есенбекова Ұ. Журналистің ғылымды насихаттаудағы кәсіби және когнитивтік деңгейі. Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысы. Журналистика сериясы. – 2021. – № 134(1). – Б. 91–96. [Электрон. ресурс] URL: <https://buljourn.enu.kz/index.php/main/article/view/209> (қаралған күні: 15.01.2025)

K.D. Asanov, G.S. Amangeldiyeva, N.M. Abikeeva

E.A. Buketov University, Karaganda, Kazakhstan

Scientific and educational journalism: the journalistic legacy of Evney Buketov

Abstract. This work explores the individuals who have influenced the development of Kazakhstani science communication journalism and their stylistic features in scientific journalism. In the process of revealing scientific topics, the relevance of modern issues such as environmental journalism and fact-checking is considered. The contribution of Evney Buketov to scientific journalism, the main ideas, and thematic features of his work are highlighted. In addition, the traditions and innovations in scientific journalism and the role of contemporary media in society are analyzed. The main goal of this study is to widely explore Buketov's journalistic legacy, analyze his contribution to science communication

journalism, and propose new ideas in this field. The article considers various scientific methods of researching his work, while maintaining historical and scientific objectivity. The study also addresses issues of journalistic ethics and science communication journalism. The main principles of scientific journalism – accuracy, substantiation, and the importance of making future predictions – are discussed in the context of Buketov's journalistic legacy and his literary craftsmanship. One of the key results of this study is the examination of the historical context and significance of articles published between 1950-1980 and other scientific works by Buketov. The article also analyzes the current issues in science communication journalism and its connection to national journalism.

Keywords: Scientific and educational journalism, scientific forecasting, fact-checking, national journalism, publicist's legacy

К.Д. Асанов, Г.С. Амангелдиева, Н.М. Абикеева

Карагандинский университет имени академика Е.А. Букетова, Караганда, Казахстан

Научно-познавательная журналистика: публицистическое наследие Евнея Букетова

Аннотация. Данная работа исследует труды ученых-публицистов, оказавших влияние на становление и развитие казахстанской научно-познавательной журналистики, а также их стилистические особенности в научной публицистике. В процессе раскрытия научной темы рассматривается актуальность таких вопросов, как современная экологическая журналистика и фактчекинг. Особое внимание уделяется вкладу ученого, академика Евнея Арыстановича Букетова в научно-познавательную журналистику, основным идеям тематическим особенностям его творчества. Также анализируются традиции и новаторства в научно-познавательной журналистике, роль современных информационных средств в обществе. Основная цель исследования – проанализировать вклад Е.А. Букетова в научную журналистику, анализ его публицистического наследия и предложение новых идей в этой области. В статье рассматриваются методы исследования творчества Е.А. Букетова с применением различных научных методов, при этом сохраняется историческая и научная объективность. В исследовании наряду с научно-познавательной журналистикой рассматривается этика писателя на примере Букетова Евнея Арыстановича. Основные принципы научной журналистики – точность, последовательность и важность прогнозирования на будущее, будут рассмотрены в контексте журналистского наследия Евнея Букетова и его литературного мастерства. Одним из ключевых результатов исследования является внимание к историческому контексту и значимости статей, опубликованных в 1950-1985 годах, а так же других научных работ Е.А. Букетова. В статье анализируются актуальные вопросы научно-познавательной журналистики и ее связь с национальной публицистикой.

Ключевые слова: научно-популярная журналистика, научный прогноз, фактчекинг, национальная публицистика, наследие публициста

References

1. Omashev N. Zhiyrmasyshy zhyldar zhupnalistikasy [Journalism of the Twenties]. (Almaty, 2006. 317p.) [in Kazakh].

2. Pepevalov V.V., Nenashev M. F. Osnovy teorii zhurnalistiki [Fundamentals of the theory of journalism]. (Moscow, 2023. 258 p.) [in Russian].
3. Kazak zhurnalistikasynyn tarihy kalaj okytylady? [How is the history of Kazakh journalism taught?]. Available at: <https://egemen.kz/article/367423-qazaq-dgurnalistikasynynh-tarikhy-qalay-oqytylady?ysclid=m9rc0ymzjn4964702> (accessed at: 21.12.2024). [in Kazakh].
4. Zhakyp B. Publicistika negizderi [Matin]: oku kuraly [Fundamentals of Journalism [text]: textbook]; Al-Farabi atyn. Kazak ulttyk un-ti. [The name of Al-Farabi. Kazakh National University]. (Almaty, 2018) [in Kazakh].
5. Macarena Parejo-Cuéllar, Samanta Flores-Jaramillo, Eduardo Carcaboso-García. Overview of science communication (2017-2022): A thematic and bibliographic analysis. Available at: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85197885753&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&sot=b&sdt=b&s=TITLE-ABS-KEY%28scientific+and+educational+journalism%29&sessionSearchId=acb2f64ac0c7056509524fb9477bcfa0&relpos=3> (accessed at: 12.01.2025) [in English]
6. Omashev N. Belester. [Stages of life] Kazak universiteti [Kazakh University]. (Almaty, 1999. 265 p.) [in Kazakh].
7. Stuart Allan. Media, risk, and science // Open University Press. (Springer 2002. 256 p).
8. Baptista, João Pedro Send mail to Baptista J.P.; Rivas-de-Roca, Rubén; Gradim, Anabela; Pérez-Curiel, Concha. Human-made news vs AI-generated news: a comparison of Portuguese and Spanish journalism students' evaluations. Humanities and Social Sciences Communications. 567. 12(2025). Available at: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-105003460015&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&sot=b&sdt=b&s=TITLE-ABS-KEY%28journalism%29&sessionSearchId=2d4a0ff08484efbd31b0cbcb5da79ca1&relpos=3> (қаралған күні: 15.01.2025)
9. Asanov K. Evnej Buketov – publicist. [Evney Buketov-publicist] (Karaganda, 2005. 196 p.) [in Kazakh].
10. Buketov E.A. Kokejkesti. [Innermost]. (Almaty, 2000. 196 p.) [in Kazakh].
11. Buketov E.A. Kapagandy himijasy zhane onyn bolashagy [Chemistry of Karaganda and its prospects] // Socialistik Kazakstan [Socialist Kazakhstan]. 21.03. 1969 [in Kazakh].
12. Buketov E.A. Kara metallurgija alyby [Giant of ferrous metallurgy] // Ortalyk Kazakstan [Central Kazakhstan]. 21-23. 09. 1977 [in Kazakh].
13. Asanov K. Akademik E.A. Boketov shygarmashylygynyn ulttyk publicistikany damytudagy roli. [The role of the work of Academician E. A. Buketov in the development of national journalism] L.N. Gumilev atyndagy Eurazija ulttyk universitetinin Habarshysy. Zhurnalistika serijasy [Bulletin of L. N. Gumilyov Eurasian National University. Journalism series]. 131(2). 8–15(2020). Available at: <https://buljourn.enu.kz/index.php/main/article/view/236> (accessed at: 12.01.2025) [in Kazakh].
14. Esenbekova U. Zhurnalistin gylymdy nasihattdagy kasibi zhane kognitivtik dengeji [Professional and cognitive level of a journalist in promoting science]. L.N. Gumilev atyndagy Eurazija ulttyk universitetinin Habarshysy. Zhurnalistika serijasy [Bulletin of L. N. Gumilyov Eurasian National University. Journalism series]. 134(1). 91–96(2021). Available at: <https://buljourn.enu.kz/index.php/main/article/view/209> (accessed at: 12.01.2025) [in Kazakh].

Авторлар туралы мәлімет:

Асанов Қ.Д. – филология ғылымдарының докторы, профессор, академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды, Қазақстан.

Амангелдиева Г.С. – хат-хабар авторы, философия докторы (PhD), қауымдастырылған профессор, академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды, Қазақстан.

Әбікеева Н.М. – әлеуметтік ғылымдар магистрі, академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды, Қазақстан.

Сведения об авторах:

Асанов К.Д. – доктор филологических наук, профессор, Карагандинский университет имени академика Е.А. Букетова, Караганда, Казахстан.

Амангелдиева Г.С. – автор для корреспонденции, доктор философии (PhD), ассоциированный профессор, Карагандинский университет имени академика Е.А. Букетова, Караганда, Казахстан.

Абикеева Н.М. – магистр социальных наук, Карагандинский университет имени академика Е.А. Букетова, Караганда, Казахстан.

Information about the authors:

Asanov K.D. – Doctor of Philology, Professor, E.A. Buketov University, Karaganda, Kazakhstan.

Amangeldiyeva G.S. – corresponding author, Doctor of Philosophy (PhD), Associate Professor, E.A. Buketov University, Karaganda, Kazakhstan.

Abikeeva N.M. – Master of Social Sciences, E.A. Buketov University, Karaganda, Kazakhstan.



XҒТАР 01.04.01
Ғылыми мақала

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-151-2-23-32>

Ақпарат кеңістігін қалыптастырудағы кітапхананың рөлі

Н.Б. Денгельбаева 

Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

(E-mail: dengelbaeva83@mail.ru)

Аңдатпа. Мақалада кітапхананың заманауи ақпараттық кеңістікті қалыптастырудағы рөлі мен қоғамдағы орны, ақпараттық ресурстардың цифрлық жүйелендірілуі, үлкен деректердің кітапхана тұтынушыларының қабылдауына тигізетін әсері мен ақпарат кеңістігі ұғымы кеңінен талданады, сонымен қатар ақпараттық кеңістік ұғымы, оның құрылымы, қызметі, сондай-ақ қазіргі кітапхананың ақпарат кеңістігінің біртұтас маңызды құрамдас бөлігі ретіндегі ерекшелігі және өзекті мәселелері талданады. Кітапхана тек ақпарат ресурстарын сақтаушы ғана емес, сонымен қатар білім тарату, цифрлық сауаттылықты арттыру және ақпараттық мәдениетті қалыптастырушы орталық ретіндегі функциялары талданады. Кітапхана қызметі аясында ұсынылатын ақпарат түрлерін бірнеше құрамдас бөлікке бөліп қарастыруға болады. Олардың қатарына қолжазбалар, кітаптар, түрлі баспа өнімдері және сан алуан электрондық ақпарат көздері жатады. Заманауи ақпараттық технологияларды кітапхана қызметіне енгізу тек қызмет көрсету шеңберін ұлғайтып қана қоймай, сонымен қатар қазіргі заманғы мәдени және әлеуметтік институт ретіндегі ұстанымын едәуір нығайтатын, қазіргі уақытта кітапхана көпфункционалды мәдени-әлеуметтік мекеме екендігі анықталып және әлемдік ақпараттық кеңістіктің қоғамдағы орны, рөлі, ерекшеліктері мен маңызды тұстары сипатталады. Кітапханадағы жаңа заманауи мүмкіндіктер: ашық қол жетімділік, ашық лицензиялар, электронды коллекциялардың көбеюі, ақпараттық мәдениет пен цифрлық сауаттылық мәселелері де қарастырылады.

Түйін сөздер: ақпараттық технология, кітапхана, электронды коллекция, қолжазбалар, әлеуметтік институт, ақпараттық мәдениет, цифрлық сауаттылық.

Кірісіне

Ақпараттық кеңістік қоғамда өздігінен қалыптаспайды, ол әлеуметтік кеңістіктің ажырамас элементі ретінде қарастырылады. Сондықтан бұл ұғымды түсіну үшін алдымен “әлеуметтік кеңістік” түсінігіне тоқталған жөн. Аталған терминнің ғылыми негізін қалаған және оны алғаш жүйелеген француз социологы – Пьер Бурдьё [1].

Ол «әлеуметтік кеңістікті» зерттеу объектілерінің күйлері арасындағы үйлестіру тәсілдері ретінде көрінетін белгілі бір қатынастарды білдіретін форма ретінде қарастырады. Бұл форманың мазмұны зерттелетін әлеуметтік құбылыстар мен процестердің жоғарылығын айтады, олардың сипаты әлеуметтік кеңістіктің негізгі қасиеттерін анықтайды. Ақпарат кеңістігін қалыптастыруда кітапханалардың рөлін зерттеу жұмысында үш негізгі мәселелеріне тоқталып өтуге болады.

Бірінші мәселе кітапхана қорындағы ақпарат көздерін басқару, сауатты түрде сақтау және оқырман қауымға ұсыну және ашық қол жетімділік мәселесі болып отыр. Кітапхана қорын цифрландыру, оқырмандарға беретін тиімділігін қарастыру, сондай-ақ ғаламтор платформаларындағы іздеу жүйелері мен функцияларын қолдану аспектілері қарастырылады.

Екінші мәселе кітапхана кадрлар мен тұтынушылардың цифрлық сауаттылығы және ақпараттық мәдениетін арттырудағы кітапханалардың орнын анықтау болып табылады. Бұл мәселе кітапханалардың онлайн Осапасын зерттейді.

Үшінші мәселе кітапхана қызметіндегі инновациялық үрдістер, заманауи ақпараттық технологиялар, цифрлық трансформация, кітапханалық-автоматтандырылған бағдарламалар, онлайн қызметтер, электрондық ашық қорлар, мәліметтер базалары т.б. көптеген әдістер мен құралдарды қолдануын қамтиды.

Осы аталған мәселелер зерттеу жұмысында ақпараттық кеңістікті қалыптастыруда кітапхананың рөлін кеңінен түсіндіреді.

Әлеуметтік кеңістік құрылымы екі құрамдас деңгейден тұрады. Оның алғашқысы – нақты өмірде әрекет ететін әлеуметтік қатынастардың объективті жүйесі ретінде сипатталса, екіншісі – индивидтердің қоршаған әлем жайлы субъективті танымдары мен қабылдауларынан тұрады. Бұл кеңістікте әрекет етуші әлеуметтік агенттер – яғни жеке тұлғалар – өздерінің әлеуметтік тәжірибелері негізінде кеңістік құрылымына тікелей әсер етіп, оның динамикалық өзгерістеріне себепші болады.

Зерттеу әдістері

«Ақпараттық кеңістік», «цифрлық сауаттылық», «ақпараттық мәдениет» ұғымдарының теориялық негіздерін ашу, кітапхана ісіне қатысты заманауи ғылыми көзқарастар мен тұжырымдамаларды жүйелеу, үлкен деректер (Big Data) және олардың кітапхана қызметінің әсерін түсіндіруде теориялық әдістер қолданылды. Бұл әдіс кітапханалық ұғымдардың мағынасын талдап, теориялық базасын қалыптастыруға көмектесті.

Ресей кітапханаларының тәжірибелеріне сүйене әрі салыстыра отырып, ортақ тенденциялар мен ерекшеліктерді анықтауда, цифрлық кітапханалардың даму деңгейін бағалауда салыстырмалы әдіс пайдаланылды.

Зерттеу жұмысының әдістері талдау, синтез, тарихи-мәдени тәсіл әдістерін, сондай-ақ зерттеу түрлерінің сандық, әрі сапалық әдістерін де қамтиды. Аталған әдістердің барлығы кітапхананың қоғамдағы рөлін, оның атқаратын түрлі қызметтері мен көпшілік қауымға, қоршаған ортаға әсерін, оның ішінде ақпараттық технологиялармен байланысты жаһандық өзгерістер негізінде жан-жақты қарастыруға мүмкіндік береді.

Әдебиетке шолу

Қазіргі заманғы қоғамда кітапханалардың атқаратын қызметтері жаңа технологиялардың дамуы мен жаһандану үдерісімен тығыз байланыста дамып келеді. Кітапханалардың негізгі міндеттерінің бірі – қордағы материалдарды сақтау және оқырманға қолжетімді ету болып табылады. Бұл функциялар бүгінде ақпаратты сақтау мен таратудың заманауи тәсілдері арқылы жүзеге асырылады.

Осыған орай, кітапхана дәстүрлі және сандық ресурстарды сақтаушы ретінде маңыздылығы айқындалады. Төменде берілетін әдеби шолуда ақпарат кеңістігін қалыптастырудағы кітапхана рөлдерінің түрлі аспектілері мен сондай-ақ, ақпараттық мәдениет, цифрлық сауаттылық мәселелері де қарастырылады.

Осы тақырыпты зерттеуде көптеген зерттеуші ғалымдардың пікірінше «Кітапхана – ақпарат пен қоғамды байланыстыратын дәнекер» ретінде көрсетеді. Кітапхананың басқа да ақпараттық мекемелерден өзгешелігі – ақпараттың қол жетімділігі мен ашық түрде пайдалануы мен ақпарат таратудың заманауи технологияларын пайдалануды ұсына алады.

Г.Ф. Гордукалова цифрландыру кезеңінде кітапханалық ақпараттық орталықтар әлеуметтік мәртебесі мен географиялық орнына қарамастан, жер жаһанның тіршілігі үшін ақпаратқа қол жеткізуді қамтамасыз ете отырып, ақпараттық теңсіздік мәселесін шешуде маңызды рөл атқаратынын атап көрсетеді [3].

М.В. Маслакова мен И.В. Толстоухованың еңбектерінде заманауи кітапхананың басты міндеттерінің бірі цифрлық сауаттылық пен ақпараттық мәдениетті қалыптастыру болып табылады. Сондай-ақ, ақпарат көздерін тиімді іздестіру, талдау және тарату дағдыларын дамытуға ықпалын тигізеді, бұл әсіресе үлкен деректер дәуірінде маңызды болып саналады. Халықтың ақпараттық жаңа технологиялармен дұрыс жұмыс істеуін, дереккөздерді сыни тұрғыдан бағалауын және түсіну қабілетін жақсартуын түсінуді үйрететін маңызды орталықтар екенін көрсетеді [4].

В.В. Матвеевтың, Д.Н. Грибковтың, И.С. Ефименконың мақаласында бүгінгі кітапхананың ақпаратты іздеу және жеткізу қызметтерін оңтайландыру үшін инновациялық технологияларды (мысалы жасанды интеллект және машиналық оқыту) қолданумен сипатталатынын көрсетеді [5].

Бұл ақпараттық ресурстардың қолжетімділігімен сапасын көтеруге және тұтынушы тәжірибесін жақсартуға көмектеседі.

Дәстүр бойынша кітапхана білім мен деректердің ұзақ мерзімді сақталуын қамтамасыз ете отырып, мәдени мұра мен ақпараттық ресурстарды сақтауда орны ерекше екендігі ескеріледі. Кітапхана ресурстары цифрландырылған жағдайда, цифрлық

деректерді архивтендіру мен сақтаудың маңыздылығы арта түседі. Кітапханалар цифрлық архивтендіруде кітапханалық-ақпараттық орталық ретінде маңызды роль атқарады, тарихи, мәдени және ғылыми материалдарды электронды түрде сақтайды, бұл функциялардың басты мақсаты болашақ ұрпақ үшін рухани мұра мен құндылықтарымызды сақтауға көмектеседі деген ой, тұжырымдама еңбектерінде беріледі.

Зерттеу нәтижелері және талқылау

Бүгінгі күні кітаптың қадір-қасиеті сақталып, мәртебесі өзінің қарқынымен дамып келеді, жас ұрпақ электронды оқуға көшті.

Осыған байланысты электрондық және баспа форматындағы ақпараттық ресурстардың пайдаланушыға әсерін салыстыру мақсатында салыстырмалы талдау әдісі қолданылды. Зерттеу нәтижелері ақпараттың тез қабылдануы адамның психикалық үдерістеріне жағымсыз ықпал етуі мүмкін екенін көрсетті. Бұл, ең алдымен, интеллектуалдық белсенділіктің төмендеуіне, есте сақтау қабілетінің, сөйлеу және коммуникативтік мүмкіндіктердің әлсіреуіне алып келеді, жалпы психикалық бейнелердің қалыптасу сапасын нашарлатады. Осы орайда, электрондық мәтіндермен салыстырғанда, баспа кітаптарының бірқатар артықшылықтарға ие екені анықталып отыр. Бұл оны білім алудың сенімді көзі ретінде маңыздылығын арттыра түседі.

Баспа кітаптарының тиімді тұстары: ең алдымен басылған кітаптардың сыртқы мұқабасы мен форматы, ол оқырмандар үшін қолайлы болуы қажет, сонымен қатар дәстүрлі кітап оқу есте сақтау қабілеттерін жақсартады.

Жаңа ақпараттық технологиялардың дамуы мен енгізілуімен компьютерлер, планшеттер, смартфондар немесе оқырмандар оқи алатын баспа кітаптарының электрондық нұсқалары кеңінен қолданылады. Бүгінгі күні электронды кітаптар дәстүрлі баспа басылымдардан гөрі сұранысы жоғарырақ, өйткені оқырманның уақытын тиімді пайдалануына, әрі ресурстарға қашықтықтан қол жеткізуіне ыңғайлы. Сонымен қатар барлық электронды ақпарат құралдары сияқты, электронды кітаптардың да оң және теріс жақтары бар екенін ерекше атап өткен жөн.

Қазіргі заманғы оқырмандар ұялы құрылғылармен, GSM және Wi-Fi модульдерімен қамтамасыз етілген, бұл оларға интернеттегі түрлі платформалар арқылы жаңа әдебиеттерді жедел іздеп тауып, сатып алып, бірден жүктеп алу мүмкіндігін береді. Сонымен қатар, олар мерзімді басылымдардың электрондық нұсқаларын автоматты түрде жазылым арқылы ала алады. Алайда, электронды кітаптардың да бірқатар кемшіліктері бар екенін атап өткен жөн. Бұл форматтың басты әлсіз тұстары – олар электрондық құрылғылардың техникалық шектеулеріне тікелей тәуелді: мысалы, сыртқы факторларға сезімталдық, бағдарламалық қамтамасыз етуді жаңарту қажеттілігі, үйлесімділік мәселелері, қосымша жады карталарын сатып алу және құрылғының энергия ресурсын үнемі қадағалау қажеттігі. Сондай-ақ, зерттеушілер электронды кітаптардың психологиялық тұрғыда да кемшіліктері бар екенін алға тартады. Көптеген оқырмандар үшін, әсіресе аға буын өкілдері үшін, дәстүрлі кітапты қолға алып оқу – ерекше эмоциялық және танымдық тәжірибе болып табылады. Кітап беттерін парақтап

ашу, типографиялық бояудың иісін сезіну, қанша беттің оқылғанын және қанша қалғанын көру өте әсерлі. Баспа кітаптарын оқу оқырман қауымға осыншама ләззат сыйлап, әсер беретінін біле тұра электрондық кітаптардың кемшіліктеріне қарамастан, қазіргі өскелең ұрпақ е-кітапқа таңдау жасайды.

Сонымен, қазіргі ұрпақжаңа ақпараттық технологиялардың мүмкіндіктерін таңдайды. Өйткені, электронды ақпарат құралдары кітапты 5бүгінгі күнге дейін ескірген ақпараттық құрылым ретінде жоққа шығармайды немесе жойылмайды деген пікір қалыптасады.

Қазіргі цифрлық және «үлкен деректер» дәуірінде кітапханада шартты түрде ратификациялау миссиясы деп аталатын тағы бір маңызды миссия тұр. Бұл мәтінді цифрландырғаннан кейін «үлкен деректер» технологияларын қолдану ақпарат алудың және онымен жұмыс істеудің жаңа деңгейіне шығуға мүмкіндік беретіндігінде көрінеді.

Қазіргі кезеңде еліміздегі және жаһандық ауқымдағы кітапханаларда жинақталған ақпаратты жүйелеу мен ратификациялау үдерісі – біртіндеп жүзеге асырылып келе жатқан ұзақ мерзімді үрдіс болып табылады. Бұл бағытта жаңа технологияларды енгізу, электрондық кітапханаларды дамыту, материалдық-техникалық базаны жетілдіру, сынды шаралар жүзеге асырылуда. Сонымен қатар, жоғары сапалы ақпараттық ресурстарды бағалай алатын кәсіби библиографтар мен ақпараттық сала мамандарының тапшылығы өзекті мәселелердің бірі ретінде қарастырылып отыр. Ақпараттық қызметтердің сенімділігі, толықтығы, өзектілігі мен объективтілігі – бүгінгі ақпараттық қоғам талабына сай негізгі көрсеткіштерге айналған.

Жалпы алғанда, ақпараттық ғасыр жағдайында кітапхана тек мәдени-әлеуметтік институт ретінде ғана емес, сонымен қатар біртұтас ақпараттық кеңістіктің құрамдас бөлігі ретінде маңызды рөл атқаруда. Осыған орай, қазіргі заман кітапханасы уақыт талабына сай бейімделіп, кең ауқымды оқырман қауымының сұранысы мен құндылықтарына жауап беретін жаңа жұмыс түрлерін енгізуге міндетті.

Цифрландыру бастамалары, цифрлық зерттеулер және әлеуметтік желі қазіргі уақытта ғалымдар бұрын-соңды болмаған ауқымда деректердің үлкен көлеміне қол жеткізе алатын жағдайды тудырды, бұл ақпаратты іздеу, сақтау және өңдеу саласындағы жаңа зерттеу мүмкіндіктеріне әкеледі. Ақпаратқа, цифрландыруға, үлкен деректерге қатысты «Цифрлы Қазақстан» (2018-2022) сияқты мемлекеттік бағдарламалар тек экономикалық саланың ғана емес, ғылымның, техниканың, білім саласы мен мәдениеттің де дамуына зор үлесі бар.

Зерттеу жұмысында цифрлық ортада кітапхана маңыздылығы атап өтілді және ақпараттық қоғамдағы орнына сипаттама берілді. Кітапхана тек ақпарат сақтайтын қойма ретінде қарастырмай, сонымен қатар ақпараттық ресурстарға қол жетімді мәдени, білім ошағы бола отырып, ақпараттық кеңістікті қалыптастырудың маңызды компоненттеріне айналғанына көз жеткізе аламыз. Цифрлық трансформация жағдайында, деректер көлемі айтарлықтай шарықтаған кезде, кітапхана орталықтары ақпаратты ұйымдастырып сақтауда және таратуда шешуші рөл атқарады.

Электрондық кітапхананы, мәліметтер базасын, ашық цифрлық мұрағаттарды, ойлайн-ресурстарды құру, цифрлық платформалар ақпарат көздерін кең аудиторияға

қол жетімді етуге мүмкіндік береді. Бұл процесс оқырмандар үшін өте тиімді, кітапхананың географиялық мекен-жайына қарамастан қажетті материалдарын табуын оңтайландыратын ашық ақпараттық кеңістіктің қалыптасуына ықпал етеді [7].

Сонымен қатар, кітапхана халықтың ақпараттық мәдениетімен цифрлық сауаттылығын арттыруда маңызды рөл атқаратынын атап өткен жөн.

Қазіргі уақытта Қазақстан Республикасы кітапханаларының дамуында қазіргі қоғам деңгейінен айтарлықтай артта қалушылық сезіледі, сондықтан қазіргі күні кітапхананың беделін арттыру үшін мемлекет тарапынан қолдау қажеттілігі туындап отыр.

Интернет арқылы электрондық кітапханаға қол жеткізгенімен дәстүрлі кітапханамен салыстырғанда біраз кемшіліктерге ие. Онда кітапханашылар, формулярлар немесе қайтару мерзімі, кітапханашыдан бетпе-бет кездесіп, кеңес алу, әдеби жанрлары жөнінде пікір алмасу т.б. процесстерді іске асыра алмайды. Жалпы айтқанда оқырмандардың кітапхана ғимаратына келуі азаяды, бұр процесс кітапхана қызметіне нұқсан келтіреді.

Электронды кітапхананы пайдалану қазіргі қоғам үшін өте тиімді болып отыр, өйткені үйден шықпай-ақ, аз уақыт ішінде қол жеткізуге болатын ресурстардың қоймасы [8].

Қазіргі таңда қоғамдағы кітапхананың қызметі қандай?

Кітапхана тек ақпарат пен білім көзін жинақтайтын орта ғана емес, сонымен қатар мәдени мұраны сақтап, насихаттайтын мекеме ретінде мұражай қызметін де атқарып келеді. Алайда, әлі күнге дейін көпшілік арасында оны тек кітап қоры сақталатын орын ретінде қарастыру тенденциясы сақталған.

Заманауи қоғаммен бірге кітапхана үнемі дамып, ілесіп отыруы қажет, кітаптарды тек сақтап және тарату функциясы жеткіліксіз. Қазіргі қоғамның ағымымен, жылдам қарқынмен оқырман сұранысын орындау қажет және оқырман қауымға тек кітаптар ғана емес, басқада мотивациялық, рухани әсер бере алатындай шараларды жүзеге асыру қажет болып отыр.

Қазіргі кезеңдегі ақпараттық қоғамда кітапханаларға қойылатын талаптар айтарлықтай өзгеріп, оқырмандардың да сұранысы артып келеді. Қоғамдағы әлеуметтік және технологиялық өзгерістер кітапхана қызметінің құрылымы мен мазмұнына тікелей ықпал етуде. Бұл жағдай кітапханалық еңбектің бағытын, ресурстарды пайдалану тәсілдерін және кітапхана кеңістігінің аясын жаңаша қарастыру қажеттілігін туындатып отыр. Дәстүрлі кітапханалардың шекаралары жойылып, қызмет көрсету жүйесі нақты кеңістіктен виртуалды ортаға көше бастады.

Заманауи кітапхана тек өз қорын ұсынумен шектелмей, өзге мекемелердің ресурстарына қол жеткізуді қамтамасыз етеді, сонымен қатар интерактивті сипатқа ие болып, ішкі қорларын цифрлық форматқа көшіру арқылы жаһандық желіде өзге кітапханалармен ықпалдасуға мүмкіндік береді. Осы үдерістер аясында кітапханааралық абонементтерді кеңейту, цифрлық платформалар арқылы ақпараттық ресурстарды біріктіру және кітапхана қызметін жаңғырту – замана талабы болып отыр.

Бұндай қоғамдағы өзгерістер мен талаптар кітапхана қызметін жандандырып, кітапханааралық абонементтер мен кітапхана ресурстарын жинақтайтын цифрлық платформаларды дамыта түседі.

Қорытынды

Жаңа технологиялардың қарқынды дамуы кітапхананың қоғамдағы орны мен беделін біршама арттырып отыр. Қазіргі таңдағы кітапхана тек ақпарат көздерін сақтап, ұсынатын мекеме ретінде қарастырылмайды, сонымен қатар ақпарат кеңістігінің ажырамас бөлшегі.

Кітапхана қызметіндегі цифрландыру жүйесінің дамуы мен үлкен деректердің ене бастауы кітапхана функцияларын кеңейтіп, оның ақпаратты сақтаушы ғана емес, таратушы және өңдеуші орталық ретіндегі бірнеше қызмет бағыттары да қарастырылды.

Зерттеу мақаласында кітапхана оқырмандардың сұранысын қанағаттандырып қана қоймай, ақпараттық сауаттылықты арттыру, цифрлық ресурстарға қолжетімділікті қамтамасыз етуі, сондай-ақ тұтынушылардың ақпаратпен жұмыс жасау қабілетін дамытудағы маңызы анықталды. Сонымен қатар, дәстүрлі оқу мен қазіргі электронды оқулардың ерекшеліктері, жетістіктері мен кемшіліктері салыстырмалы түрде талданды.

Болашақта кітапханалардың қоғамдағы байланыстырушы ақпараттық көпір ретіндегі рөлін нығайту үшін цифрлық инфрақұрылымды жетілдіру, қызметкерлердің IT-біліктілігін арттыру және пайдаланушылармен интерактивті қарым-қатынас орнату аса маңызды. Осылайша, кітапхана – ақпараттық қоғам мен білімді ұрпақ қалыптастыру жолындағы негізгі стратегиялық институттардың бірі екендігі дәлелденді.

Цифрлық сауаттылық және ақпараттық мәдениет қазіргі қоғамдағы маңызды дағдылардың бірі болып табылады. Кітапхана осы дағдыларды дамытуда үлкен рөл атқарады.

Сонымен кітапхана ақпараттық кеңістікті құруда ресурстарды басқарудың тиімді орталығы болып табылады, олардың қызметі цифрлық сауаттылықты арттыру мен ақпараттық қоғамды дамыту үшін шешуші фактор болып табылады.

Кітапхана беделі күн сайын артып келеді, тек кітап сақтайтын мекеме емес, сонымен коворкинг орталықтары ретінде адамдардың демалыс орындарына айналып келеді.

Сондай-ақ, әлеуметтік институт ретіндегі бірнеше функцияларын атап өтуге болады. Білім мен ақпараттың қолжетімділігін қамтамасыз етеді, халықтың ақпараттық сауаттылығын арттыру функциясы, мәдени мұрамызды сақтап тарату, әлеуметтік интеграция мен даму, ғылыми зерттеулер мен инновациялар, ғылыми трансформация және жаңа технологиялар осы аталғандар негізгі функциялардың бірі болып табылады.

Қорытындылай келе, кітапхана мекемелері қандай дәуір болмасын өзінің қоғамдағы маңыздылығы мен орнын жойған емес. Жоғарыда аталған функцияларын ескере отырып, қоғамдағы орны мен маңыздылығын арттыру үшін мемлекет тарапынан қолдау қажет болып отыр.

Әдебиеттер тізімі

1. Бурдьё П. Социология социального пространства. Пер. франц.; отв. ред. перевода Н.А. Шматко. – М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. – 288 с.
2. Матвеев В.В., Грибков Д.Н., Ефименко И.С. Возможности применения генеративных нейросетей в обучении библиотекарей для повышения качества их подготовки. Научно-

методический электронный журнал «Концепт». – 2024. – №04. – С.65-85. DOI: 10.24412/2304-120X-2024- 11044

3. Гордукалова Г.Ф. Анализ информации: технологии, методы, организация: учеб.-практ. пособие. – СПб.: Профессия, 2009. – 512 с.

4. Маслакова М.В., Толстоухова И.В. Библиотечно-информационная педагогика в структуре современного библиотечно информационного образования. Вестник Томского государственного университета, культурология и искусствоведение. – 2021. – № 43. – С. 298-304.

5. Матвеева И.Ю. Креативный менеджмент в библиотеке: учебно- практическое пособие. – М.: Литера, 2012. – 144 с.

6. Фрэнкс Б. Укрощение больших данных: как извлекать знания из массивов информации с помощью глубокой аналитики. Билл Фрэнкс; пер. с англ. Андрея Баранова. – М.: Манн, 2014.

7. Kolbayev N., Tuyenbayeva K., Seitimbetova D., Apakhayev N. From the journal Preservation, Digital Technology & Culturehttps. DOI: 10.1515/pdtc-2024-0001

8. Современная библиотека: от идеи к реализации: методические рекомендации. Иркутская областная государственная научная библиотека им. И.И. Молчанова Сибирского; сост.: Ю.А. Ефремова, А.С. Гусева. – Иркутск: ИОГУНБ, 2020. – 74 с.

Н.Б. Денгельбаева

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан

Роль библиотек в формировании информационного пространства

Аннотация. В статье анализируется роль современной библиотеки, которая занимает важное место в формировании информационного пространства общества. В работе рассматриваются ключевые аспекты цифровой систематизации информационных ресурсов, влияние технологий обработки больших данных на библиотечную сферу, а также структура, функции и особенности информационного пространства как среды функционирования библиотек. Библиотека анализируется не только как хранилище знаний, но и как активный центр распространения информации, повышения цифровой грамотности и развития информационной культуры населения. Освещаются основные типы информационных ресурсов, с которыми работает современная библиотека: рукописи, печатные издания, книги, а также различные формы электронных медиаресурсов. Интеграция информационно-коммуникационных технологий в библиотечную деятельность способствует не только расширению спектра предоставляемых услуг, но и упрочению позиции библиотеки как значимого культурно-социального института. В результате библиотека предстает как многофункциональное учреждение, играющее важную роль в глобальном информационном пространстве и удовлетворяющее современные требования цифрового общества. Также будут рассмотрены новые современные возможности библиотеки: открытый доступ, открытые лицензии, распространение электронных коллекций, информационная культура и цифровая грамотность.

Ключевые слова: информационная технология, библиотека, электронная коллекция, рукописи, социальный институт, информационная культура, цифровая грамотность

N.B. Dengelbayeva

Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

The role of libraries in shaping the information space

Abstract. The article analyzes the role of the library in the formation of the modern information space and its place in society, the digital systematization of information resources, the impact of big data on library activities, as well as the concept of information space, its structure, function, as well as the specifics and actual problems of the modern library as a single important component of the information space. The functions of the library as not only a keeper of information resources, but also a center for disseminating knowledge, increasing digital literacy, and forming an information culture are analyzed. Several components of the types of information in the activities of the library are considered, which today include manuscripts, books, and other printed publications, as well as all kinds of electronic media. The introduction of new information technologies in the activities of the library not only expands the scope of services, but also significantly strengthens the position of the library as a modern cultural and social institution, it is established that at present the library is a multifunctional cultural and social institution and describes the place, role, features and important points of the world information space in society. New modern features in the library: open access, open licenses, an increase in electronic collections, Information Culture, and digital literacy are also considered.

Keywords: information technology, library, electronic collection, manuscripts, social institution, information culture, digital literacy

References

1. Bourdieu P. Sociologija social'nogo prostranstva / Per. franc.; otv. red. perevoda N.A. Shmatko. [Sociologie sociale de l'espace / Translated from French; edited by N.A. Shmatko.] Institut jeksperimental'noj sociologii [Institute of Experimental Sociology]. (St. Petersburg, 2007, 288 p.)
2. Matveev V.V., Gribkov D.N., Efimenko I.S. Vozmozhnosti primeneniya generativnyh nejrosetej v obuchenii bibliotekarej dlja povysheniya kachestva ih podgotovki [Possibilities of using generative neural networks in librarian training to improve the quality of their preparation] Nauchno-metodicheskij elektronnyj zhurnal «Koncept» [Scientific and Methodical Electronic Journal "Concept"]. 04. 65–85(2024). DOI: 10.24412/2304-120X-2024-11044.
3. Gordukalova G.F. Analiz informacii: tehnologii, metody, organizacija: ucheb.-prakt. Posobie [Information analysis: technologies, methods, organization: textbook-practical guide]. (St. Petersburg, 2011, 512 p.)
4. Maslakova M.V., Tolstoukhova I.V. Bibliotечно-informacionnaja pedagogika v strukture sovremennogo bibliotечно informacionnogo obrazovanija [Library and Information Pedagogy in the Structure of Modern Library and Information Education] Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta, kul'turologija i iskusstvovedenie [Bulletin of Tomsk State University. Cultural Studies and Art History]. 43. 298–304(2021).
5. Matveeva I.Yu. Kreativnyj menedzhment v biblioteke: uchebno- prakticheskoe posobie [Creative Management in the Library: Textbook-Practical Guide]. (Moscow, 2012. 144 p.)

6. Franks B. Ukroshhenie bol'shikh dannykh: kak izvlekat' znanija iz massivov informacii s pomoshh'ju glubokoj analitiki / Bill Frjenks; per. s angl. Andreja Baranova [Taming Big Data: How to Extract Knowledge from Large Data Sets Using Deep Analytics. Translated by Andrei Baranov]. (Moscow, 2014).

7. Kolbayev N., Tuyenbayeva K., Seitimbetova D., Apakhayev N. Preservation, Digital Technology & Culture. (2024). DOI: 10.1515/pdte-2024-0001.

8. Efremova Y.A., Guseva A.S. Sovremennaja biblioteka: ot idei k realizacii: metodicheskie rekomendacii // Irkutskaja oblastnaja gosudarstvennaja nauchnaja biblioteka im. I.I. Molchanova Sibirskogo; sost.: Ju.A. Efremova, A.S. Guseva. [Modern Library: From Idea to Implementation: Methodological Guidelines. Irkutsk Regional State Scientific Library named after I.I. Molchanov-Sibirskiy]. (Irkutsk, 2020, 74 p.)

Автор туралы мәлімет:

Денгельбаева Н.Б. – Кітапханалық ақпараттық жүйелер білім беру бағдарламасының 1 курс докторанты, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан.

Сведения об авторах:

Денгельбаева Н.Б. – докторант 1 курса образовательной программы «Библиотечные информационные системы» Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

Information about the authors:

Dengelbaeva N.B. – 1st year doctoral student, educational program “Library Information Systems”, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.



МРНТИ: 19.51.65

Ғылыми мақала

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-151-2-33-48>

Кітап индустриясына инвестиция тартудың жаңа жолдары

Қ.М. Мұқатаева*^{ID}, А.Ә. Рамазан^{ID}

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

(E-mail: *tantal.km@mail.ru, ramazan.aigul@mail.ru)

Аңдатпа. Мақалада Қазақстандағы баспа индустриясы мәселелері мен оны дамыту, жетілдіру мүмкіндіктері қарастырылады. Мемлекеттік және жеке қаржыландыру көздері, қолданыстағы бағдарламалар мен халықаралық тәжірибе талданады. Сондай-ақ, отандық кітап нарығын дамыту үшін қажетті стратегиялық шаралар ұсынылады. Зерттеудің әдістемесі әлеуметтік зерттеуге, ашық дерек көзі мен әлемдік кітап баспа ісінің даму динамикасының деректерінен құрылған. Қазіргі күнде қай мемлекет болсын кітап басу саласын қаржыландырудың әр түрлі жолдарын қарастыруда. Кітап шығаруды қаржыландырудың әлемдік тәжірибесіне сүйене отырып, қазақстандық баспалардың тығырықтан шығу жолдары көрсетіледі. Баспа саласы бәсекеге қабілетті болу үшін қоғамның да белсенділігінің жоғары болуы маңызды. Сонымен бірге шет мемлекеттерде, ТМД елдерінде жазушылардың кітаптарын басып шығаруға ат салысып жүрген әдеби агенттердің қызметі де жақсы нәтижелерге қол жеткізуде. Сондықтан жазушы мен баспа, оқырман арасындағы дәнекер – әдеби агенттердің қызметін біздің кітап өндіру саласына кеңінен енгізу де кезек күттірмейтін мәселе. Мақаланы жазудағы мақсат – кітап кеңістігіндегі өзгеріске сараптама жасап, толғақты мәселелерді саралау және оны жақсартуға қатысты ұсыныс тұжырымдамалар әзірлеу.

Түйін сөздер: кітап ісі, қаржыландыру, мәдени мұра, краудфандинг, Kickstarter, баспалар, мемлекеттік бағдарламалар.

Кіріспе

Қазақстандағы кітап баспа индустриясы тарихи және мәдени маңызы бар сала. Тәуелсіздік алғаннан кейін, елімізде кітап басу мен тарату жүйесінде көптеген өзгерістер орын алды. Кітап индустриясы – мәдениеттің маңызды бөлігі және білім таратудағы

Түсті: 16.04.2025; Мақұлданды: 20.05.2025; Онлайн қолжетімді: 28.06.2025

негізгі құралдардың бірі. Сондықтан, қазіргі нарық жағдайында баспа ісін дамыту мен кітап шығаруға инвестиция тарту өзекті мәселе болып қала бермек.

Дербес даму жолына түскеннен кейін Қазақстанда ұлттық кітап басу ісі жаңаша даму жолына түсті. Кеңестік кезеңде іргетасы қаланған мемлекеттік баспалар жекешеленіп, өз күнін өзі көретін немесе мемлекеттен дотация алу арқылы өнім шығаратын баспаларға айналды. Кейбір баспалар нарық заңына шыдас бермей, жабылып қалды. Есесіне нарыққа бейімделген, кітап шығару руханияттың олжасы екенін түсінетін, сонымен қатар бизнес көзі екенін жасырмайтын креативті баспагерлер толқыны баспа ісіндегі сенді бұзып, өзгеше ағысқа түсірді.

Нарық заңында бәсекелестік артқан кезде сапаға мән беру, репутацияға нұқсан келтірмеу басты орынға шығатыны ақиқат. Соңғы жылдары баспа өнімдерінің тақырып ауаны кеңейді, оқырман сұранысына ыңғайлапшығару қолға алынды. Кеңестік идеологияға сай келмей, зынданға салынған шығармалар қайта шығарылып, оқырманымен қауышты.

Кеңестік кезеңде бірлі-жарлы аудармалар болмаса, шетелдік шығармаларды Ресей тілмаштары орыс тіліне тәржімалап, содан кейін қазақ тіліне аударылатын еді. Соңғы он жылдықта ағылшын тілінен қазақ тіліне жатық аударатын аудармашылардың қалыптасуы, баспагерлердің шетелдік авторлармен тікелей байланысқа шығып, әлем әдебиетінің жауһарларын, ғылым саласындағы озық еңбектерді ана тілімізде ұсынуына мүмкіндік берді.

Еліміздің баспаларының халықаралық кітап жәрмеңкелеріне қатысуына жол ашылды. Бұл, өз кезегінде, отандық әдебиетті әлемдік аренада танытуға мүмкіндік береді.

Соңғы жылдары кітап басу саласында цифрландыру үрдісі басталды. Электронды кітаптар мен онлайн платформалардың пайда болуы, оқырмандар үшін өте ыңғайлы болды, үйден шықпай-ақ оқуларына мүмкіндік туды.

Елімізде қолға алынған «Цифрлық Қазақстан» бағдарламасы аясында кітапханалар мен баспалар цифрлық контентті дамытуға бағытталған жобаларды жүзеге асыра бастады. Қазақстанның кітап басу саясаты халықаралық деңгейде даму жолына бет бұрды.

Заманауи кітап нарығы мен кітап тарату жүйесінде цифрлық технологиялардың ықпалымен елеулі өзгерістер орын алуда. Кітаптардың таралуы мен тұтынушы сұранысы жаңа формада дамып, авторлар мен оқырмандар арасындағы байланысты нығайтуда. Бұл саладағы өзгерістер мәдениет пен білім беру саласында да нақты нәтижелер беруде. Қазақстандағы кітап баспа индустриясы қазіргі уақытта бірнеше негізгі бағытта дамып келеді. Біріншіден, баспа ісімен айналысатын мекемелер мен баспалардың қатары көбейді.

Сонымен бірге цифрлық технологиялардың баспа өндірісіне енуі кітап басу процесін жеңілдетті. Цифрлы технологиялардың дамуы, жаңа платформалардың пайда болуы мен маркетинг стратегияларының өзгеруі – баспа индустриясын жаңа сатыға көтерді.

Осы кезеңде мемлекеттік органдардың баспа қызметін демократияландыру туралы, баспалардың, баспаханалардың құқын кеңейту, өздігімен жұмыс істеу, өзін-өзі қаржыландыруға өту туралы шешімдері жүзеге асырылды. Заманауи қазақстандық кітап репертуарын қалыптастыру саясатының жаңа кезеңі басталды. Үкімет тарапынан оған үлкен көңіл бөлінді [1]. Қазақстандағы саяси, әлеуметтік өзгерістер, баспадан шығатын кітап өнімдерінің тақырыбына, мазмұнына, көлеміне және сапасына әсер еткенін де

атап өткен жөн. Бұл кезеңде репрессияға ұшыраған Алаш қайраткерлерінің, зиялы қауым өкілдерінің есімдері қайта жаңғыртылып, шығармалары оқырмандармен қауышты.

Цифрландыру, жергілікті авторлардың шығармаларына сұраныс, білім беру әдебиетінің қажеттілігі – бұл нарықтың негізгі трендтері. Болашақта инновациялық технологиялар мен халықаралық ынтымақтастық арқылы Қазақстанның кітап нарығы жаңа биіктерге жету жолына бет бұрды.

Зерттеудің мақсаты мен міндеттері

Қазақстандағы баспа ісінің даму бағытын, салаларын, өзекті мәселелерін көрсету. Осы мақсатқа орай алға мына міндеттер қойылды: бүгінгі баспа репертуарын қалыптастыру жолдары, кітап индустриясында инвестиция тартудың жаңа жолдары, баспа ісіндегі цифрландырудың ықпалы мен қоғамға әсерін айқындау, оқырман санын арттырудағы мүмкіндіктерін көрсету, отандық баспалардың цифрландыруға көшудегі жаңашылдықтарын анықтау, сондай-ақ цифрландырудың кері салдары немесе кедергілердің алдын алудың жолдарын қарастыру. Зерттеу материалдары – шетелдік және отандық баспа ісін зерттеушілердің еңбектері, баспа өнімдері, статистикалық, библиографиялық зерттеулердің нәтижелері алынды.

Әдіснама

Зерттеуді ұйымдастыру үш кезеңнен тұрды: бірінші, даярлық – деректерді жинақтау, қор құру, танысу, тақырыпты зерттеу; екінші – мағлұматтарды сүзу, қорытып, жазу және көрнекілеу, диаграмма, кестелерді әзірлеу; үшінші – ғылыми сараптама және жариялау. Жұмыста қолданылған әдістер: әлеуметтік сауалнамалар, салыстырмалық талдау, дерекқорларымен жұмыс және бақылау, анализ бен синтез. Қазақстан Республикасы баспасөзі статистикалық жинағымен талдау жасалды.

Әдебиеттерге шолу

Кітап туралы жалпы білім беретін ғылым – кітаптану деп аталады, бұл терминнің ғылыми айналымға енуіне үлес қосқан зерттеуші – Н.М. Лисовский. Ол кітаптану ғылымын кітапқа байланысты техникалық, тәжірибелік және теориялық білімдердің басын құрайтын ғылым деп түсіндірді. Кітаптану ғылымына А.М. Ловягин, Куфаев, Н.А. Рубакин, А.Г. Фомин, т.б. елеулі үлес қосты. Қазақстан ғалымдарынан кітап ісіне байланысты зерттеулер жүргізген Ә. Жиреншин [2], Ш. Елеукенов [3, 4], С. Рахимжанова [5], т.б. еңбектерін атап өтуге болады.

Кітаптану – тұтас, жүйелі ғылым. Ол кітап және кітап ісін зерттейді: баспагерлік іс, кітап өнері, кітап саудасы, кітапхана, библиография салалары кітаптану жүйесінің қосалқы жүйелері болып табылады. XVIII ғасырдың бас шенінде қалыптасқан кітаптану ғылымының дамуын үш кезеңге бөліп қарастыруға болады. Бірінші кезең – қазан төңкерісіне дейінгі кезең. Екінші кезең – кеңестік кезең. Үшінші кезең – қазіргі кезең.

Үш кезеңдеде кітапханатану және библиографиятану салаларын зерттеу еңбектер жетерлік.

Ал кітапты зерттеу мәселесіне келгенде, әсіресе үшінші кезеңде ғылыми сараптамалар мен тұжырымдамалар отандық зерттеулерде, соның ішінде қазақ тілінде зерттеулердің қатары тым жұтаң. Дегенмен де мақаланы жазуда В.М. Жарковтың [6], Е.И. Комаровтың [7], П. Форсайттың [8], Ю.Ф. Майсурадзелардың [9] еңбектері баспаның маркетингтік қызметі, кітап өнімдерін сату әдістеріне байланысты қарастырылса, қаржыландыру мәселелеріне келгенде Н. Штайгенбергер, Д.В. Шкуркин, А.Е. Ковальчук, А.О. Теплякова, А.А. Крыжановская, В.А. Трофимовалардың зерттеулеріне жүгіндік.

Талдаулар мен нәтижелер

Соңғы жүз жылдықта әлемдік деңгейде кітап басу ісі қарқынды дамып, кейінгі жылдары табысты салаға айналды. Соңғы зерттеулерге жүгінсек, әлемде 600 мыңға тарта баспа және баспа ісімен айналысатын мекемелер бар. Оның төрттен бірі АҚШ-та. Баспа саны жағынан алдыңғы қатарлы елдің бірі – Ұлыбритания. Соңғы деректер бойынша Ұлыбританияда – 60 мың, Францияда – 25 мың, Германияда – 20 мың, Жапонияда – 20 мың баспа және баспа ісімен айналысатын мекемелер тіркелген [10].

Әлемдік баспа саласы өзінің өндірістік көлемімен қатар, даму қарқынымен де ерекшеленеді. Соңғы онжылдықта жер жаһандағы баспалар саны үш есеге артқан. Мұндай өсім дәстүрлі түрде қызмет етіп келе жатқан ірі баспа ұйымдарының жұмысымен бірге, кейінгі жылдары саны көбейген шағын және орта деңгейдегі баспалардың, сондай-ақ баспа ісімен айналысатын мекемелер мен кәсіпорындардың пайда болуымен тікелей байланысты.

Мұндай баспалар мен баспа ісімен айналысатын мекемелердің көбеюі толыққанды және сапалы статистикалық деректерді жинауды қиындатты. Сол себепті ЮНЕСКО тарапынан жарық көретін «Кітап басылымының ЮНЕСКО жылнамасы» соңғы жылдары әлемдегі баспа өнімдері туралы толық анықтама-ақпарат бере алмай отыр [10]. Қазіргі кезде ЮНЕСКО жылнамасы тек жекелеген мемлекеттердің ғана статистикалық көрсеткіштерін қамтиды және жарияланатын мәліметтердің кең көлемде толықтыруын қажет етеді.

1990-жылдардан бері баспа ісіндегі статистикалық ақпарат көздері арасында «Халықаралық баспагерлер агенттігі» (МАИ) (IPA) ерекше орын алуда. Бұл агенттік әртүрлі елдердің ұлттық баспагерлер қауымдастықтарын біріктіріп, кітап нарығының жай-күйі туралы жан-жақты әрі нақты деректерді ұсынады. Әр мемлекеттің баспагерлер қауымдастықтары жариялайтын ақпараттар шынайылығы мен жеделдігі арқылы ерекшеленеді [10].

Осы дереккөздерге қоса, түрлі мерзімді басылымдар, көрме-жәрмеңкелер және әлеуметтік зерттеулер мәліметтеріне сүйене отырып, әлемдік деңгейде ең көп кітап шығаратын мемлекеттердің үздік ондығын анықтауға мүмкіндік туады. Алайда, әр елде кітап өндірісіне қатысты статистикалық есеп жүргізу әдістері әртүрлі және барлық баспа өнімдері толық қамтыла бермейді. Соған қарамастан, қолжетімді деректерді салыстыру нәтижесінде үздік елдер тізімі жасалуда. Бұл рейтинг жыл сайын шығарылатын кітап көлемінің өзгеруіне қарай қайта қаралып, кейде орындары ауысып келіп отыруы да мүмкін.

№	Мемлекет	Шыққан кітап саны	Баспасаласының табысы, миллион АҚШ доллары
1	АҚШ	304 9121	23 614,3
2	Ұлыбритания	186 000	4 755,1
3	Италия	125 948	3 490,6
4	Ресей	99 8573	1 084,14
5	Франция	97 327	2 977,2
6	Түркия	88 975	923,5
7	Испания	83 622	2 786,9
8	Германия	77 272	10 625,9
9	Жапония	69 850	10 824,5
10	Корея	65 432	6 225,3

Кесте 1. Әлемдегі ең көп кітап шығаратын үздік 10 мемлекет

Ескертпе: [11] деректер негізінде құрастырылған

ISBN агенттігінің анықтамалығына жүгінсек соңғы басылымында 210 мемлекеттен 499.021(жарты миллионға жуық) баспа тіркелген деген мәліметті көреміз [12].

Қазақстан баспа өнімдеріне келетін болсақ, 2023 жылы ҚР Кітап палатасына 261баспа мен баспа ісімен айналысатын мекемелер тіркелген.

Жалпы есеп бойынша 2023 жылы таралымы 4 млн. 214 мың 820 дананы құрайтын 4012 кітап және кітапшалар атауы көрсетілген [13].

Мемлекеттік саясаттың кітап баспасы саласындағы маңызды бағыттарының бірі – қоғамның қажеттіліктерін қанағаттандыруға, отандық кітап баспасын дамытуға және кітап секторының ақпараттық инфрақұрылымын қалыптастыруға бағытталған. Осы орайда Қазақстанда мемлекеттік тапсырыс бойынша «Мәдениет және өнер саласындағы бәсекелестікті жоғарылату, қазақстандық мәдени мұраны сақтау, зерделеу мен насихаттау және мұрағат ісінің іске асырылу тиімділігін арттыру» бағдарламасы аясында «Әдебиеттің әлеуметтік маңызды түрлерін сатып алу, басып шығару және тарату» кіші бағдарламасы жүзеге асырылған. Бұл бағдарлама бойынша ҚР Мәдениет және ақпарат министрлігінің қолдауымен 2023 жылы 121 кітап жарық көрді. Бұл көрсеткіштен 2022 жылмен салыстырғанда кітаптың аз шыққанын байқауға болады [13].

Бағдарлама атауы	Кітаптар саны	Таралымы (мың дана)	Көлемі (мың) баспа табақ оттискісі
Мемлекеттік тапсырыс бойынша шыққан кітаптар	121	329,66	7738,17

**Кесте 2 ҚР Мәдениет және ақпарат министрлігінің қолдауымен
2023 жылы жарық көрген кітаптар**

Ескертпе: [13] деректер негізінде құрастырылған

Мемлекеттік тапсырыс бойынша шығарылатын барлық басылымдар ұзақ мерзімді пайдалану кітаптарына жатады және республикадағы кітапханаларға таратылады. Бұлар фотоальбомдар, көркем, тарихи, медициналық, заңдық, экономикалық әдебиет, ғылыми-танымдық, анықтамалық-энциклопедиялық басылымдар, сондай-ақ иллюстрациялы балалар әдебиеті және т.б. әдебиет. Бүгінде кітап тек коммуникативті қызмет ғана атқармайды, ғылыми-техникалық төңкеріс нәтижесінде кітап функциясының қатары көбейді. Кітаптың білім беру мен тәрбиелік мәні айқындалды. Жаһандану дәуірінде кітап өз рөлін жояды, кітап басу ісі өрістемейді деген пікірлердің болғанына қарамастан, керісінше баспа саласының тек біздің елде ғана емес, әлемде жедел қарқынмен дамып келе жатқанының куәсі болып отырмыз. Кітап бүгінгі қоғамда жаңа статус алды.

Республиканың экономика, ғылым, мәдениет, халық шаруашылығы салаларындағыдай баспа ұйымдары мен кәсіпорындарында да бұрын болмаған мүлдем жаңа қызмет кезеңі басталды. Қазақстан Республикасының соңғы статистикалық есебіне жүгінсек, мынандай мағлұматты көреміз:

Беймерзімді басылымдар						
Басылым түрі	Басылым саны		Таралымы мың дана		Көлемі (мың)	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Кітаптар мен кітапшалар	4012	4044	4214,82	10037,36	50691,10	93035,61
Оның ішінде: Электрондық кітап	398	342	513,46	381,43	0,00	-
Карталар	45	44	55,50	73,00	120,50	260,50
Бейнелеу басылымдар	64	80	265,79	412,69	2171,08	3536,31
Нота басылымдары	22	30	8,33	60,58	152,00	659,85
Мерзімді басылымдар						
	Басылым саны		Нөмірлер саны		Жылдық таралым (мың дана)	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Журналдар	289	328	2098	2399	5784,02	32052,72
Газеттер	504	577	26565	29219	240402,12	1319140,22

Кесте 3 ҚР 2022, 2023 жылдары шыққан баспа өнімдері

Ескертпе: [13] деректер негізінде құрастырылған

Экономиканың біртіндеп жақсаруы, техникалардың дамуы шығарылатын кітаптардың сапасын көтеруге де ықпал етті.

Кітап – рухани байлықтың, мәдениет пен өркениеттің басты тірегі. Мемлекет тарапынан кітап басу ісін қолдау – ұлттық сана мен рухани дамудың негізін нығайтудағы маңызды қадам. Қазақстанда бұл бағытта арнайы бағдарламалар қабылданып, жүйелі шаралар жүзеге асырылуда. Әсіресе, баспа ұйымдарын қолдау мен кітап репертуарын

кеңейту мақсатында қабылданған мемлекеттік бағдарламалардың рөлі ерекше. Кітап шығару саласын қолдау үшін мемлекет бірқатар ауқымды бағдарламаларды бекітті және барлық меншік түріндегі баспаларға бірдей мүмкіндіктер ұсыну мақсатында тендерлік жүйені енгізді. Осылайша, әр баспа өз әлеуетіне қарай кітап шығару ісіне белсенді араласып, мемлекеттік бағдарламаларға қатысу арқылы шығармашылық мүмкіндіктерін кеңейтті. Атап айтқанда, Қазақстан Республикасының Президенті 2004 жылғы 13 қаңтарда бекіткен 2004-

2006 жылдарға арналған «Мәдени мұра» мемлекеттік бағдарламасы – ұлттық мәдениет пен рухани құндылықтарды сақтау және дамыту жолындағы маңызды бастама болды [14]. Бұл бағдарлама тарихи-мәдени сабақтастықты қамтамасыз етіп, Қазақстанның мәдени байлығын жүйелі түрде жинақтауға бағытталды. Бағдарлама өзінің ауқымдылығына орай бірнеше кезеңмен жүзеге асырылды. 2007-2009 жылдарға арналған екінші кезең Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2007 жылғы 10 желтоқсандағы қаулысымен қабылданды. Ал үшінші кезең – «Мәдени мұра» (2009–2011 жылдарға арналған) ұлттық стратегиялық жобасы мәдениетті жүйелі қолдау мен дамыту бағытын одан әрі тереңдетті. Жалпы алғанда, аталған бағдарлама шеңберінде 2004-2013 жылдар аралығында әртүрлі тақырыппен 500-ге жуық кітап жарық көрді [15]. Бұған қоса, гуманитарлық білім беру саласында «Жаңа гуманитарлық білім. Қазақ тіліндегі 100 жаңа оқулық» жобасы аясында көптеген оқулықтар аударылып, жарық көрді. Сонымен қатар, мемлекеттік тілді және елімізде тұратын этностардың тілдерін дамыту мақсатында қабылданған «Қазақстан Республикасында тілдерді қолдану мен дамытудың 2011-2020 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы» да бірқатар кітаптардың жарық көруіне ықпал етті. Мемлекеттік қолдаудың тағы бір маңызды бағыты – «Әдебиеттің әлеуметтік маңызды түрлерін басып шығару» бағдарламасы. Бұл бастама баспалардың әлеуметтік маңызы жоғары, бірақ коммерциялық тұрғыдан өтімділігі төмен әдебиеттерді шығаруға мүмкіндік берді.

Қазақстандағы барлық баспалар мемлекеттік бағдарламаларға белсенді қатыса отырып, өз репертуарларын қалыптастырып келеді. Сонымен қатар, олар нарық сұранысына сай тақырып таңдау мен мазмұн әзірлеуде толық еркіндікке ие. Бүгінгі күні қазақстандық баспагерлердің басты ұстанымы – нарық талаптарына бейімделе отырып, оқырман сұранысын қанағаттандыру және бәсекеге қабілетті баспа өнімдерін ұсыну. Алайда, баспа ісінің дамуы барысында шешілуі тиіс бірқатар мәселелер де бар. Соның ішінде ең өзектісі – қаржыландыру мәселесі. Кітап шығару саласының өркендеуін тек мемлекеттік қолдаумен шектемей, жаңа қаржыландыру көздері мен инновациялық механизмдерді іздестіру қажеттілігі туындап отыр. Себебі дәстүрлі қаржыландыру үлгілері қазіргі заман талабына толық жауап бере алмайды. Баспа индустриясының заманауи кезеңі жаңа серпін мен тың бастамаларды талап етеді. Мемлекет тарапынан қабылданған бағдарламалар Қазақстанның кітап шығару ісіне серпін беріп, рухани жаңғырудың берік іргетасын қалады. «Мәдени мұра», «Жаңа гуманитарлық білім», тілдерді дамыту бағдарламалары сияқты бастамалар арқылы еліміздің рухани байлығы жаңа деңгейге көтерілді. Алдағы уақытта баспа ісінің одан әрі дамуы үшін қаржыландырудың балама тетіктерін енгізу, нарықтық талаптарға бейімделу және

оқырман сұранысына сәйкес сапалы басылымдарды көбейту негізгі міндеттердің бірі болып қала бермек.

Әлемдік тәжірибеге көз жүгіртсек,біздің елімізде қолданып жүрген қаржыландыру жолдарынан басқа да тәжірибелер бар екен.Соның бірі–краудфандинг шетелдік кітап бизнесіндегі жаңа тәсіл [16]. Оқырмандардың қаржыландыруымен жүзеге асатын бұл жаңа тәсіл баспагерлер мен авторға жаңа жобаларды жасауға және қаржыландыруға мүмкіншіліктер береді. «Краудфандинг» (ағылш. crowd funding; crowd – «тобыр», funding – «қаржыландыру») терминін алғаш ғылыми айналымға енгізген Джефф Хауи (Jeff Howe). Бұл ұғым алғаш рет оның 2006 жылы Wired журналында жарияланған мақаласында қолданылған. Америкалық журналист «краудсорсинг» ұғымынан шығып, краудфандингті соның бір түрі деп атады. Бүгінде бұл ұғымның бірнеше анықтамасы бар. Барлық анықтамада да краудфандинг – қаржыландыру тәсілі, қаражат тарту қызметі немесе инвестициялау механизмі ретінде қарастырылады [17]. Н. Штайгенбергер мен Д.В. Шкуркин краудфандингті «халықтық қаржыландыру» деп анықтайды, яғни жобаның нәтижесіне қызығушылық танытқан адамдар оған ақша жинайды. Бірақ, краудфандингті қайырымдылықпен шатастыруға болмайды, өйткені қайырымдылықта қаражат адамға немесе жануарға деген аяушылықтан, сондай-ақ әлеуметтік маңызы бар нысандарға: мұражайларға, шіркеулерге, баспаналарға және тағы басқаларға беріледі. Ал краудфандингте азаматтар өз жарналары арқылы белгілі бір жобаны жүзеге асыруға көмектеседі. Олар өздерінің қатыстылығын және маңыздылығын сезінеді, ол өз қаражаты үшін белгілі бір бонустар алады [18]. Айта кету керек, бүгінде краудфандингті қаржылық ресурстарды тарту қызметі ретінде жиі қарастырады. Бұл көптеген адамдардың өз қаражаттарын ерікті түрде біріктіріп, арнайы интернет-сайттарда (краудфандингтік алаңдарда) белгілі бір өнімді немесе қызметті іске асыру, іс-шаралар өткізу, жеке және заңды тұлғаларды қолдау мақсатында бірігуі болып табылады [19].

Краудфандингтің шынайы мәніне ең жақын анықтама – бұл ұжымдық қаражат жинау процесі деп есептейміз. Яғни, көптеген адамдар (демеушілер, қатысушылар) өз қаражаттарын ерікті түрде біріктіріп, басқа адамдардың бастамаларын қолдайды. Көптеген зерттеулерде краудфандинг ұжымдық қаржыландыру тұрғысынан қарастырылады, ол ком-панияларға, мекемелерге және жеке тұлғаларға белгілі бір сомадағы қаражатты инвестиция, несие түрінде алуға мүмкіндік береді [20].

Зерттеушілер А.М. Слинков пен Л.Э. Воронованың пікірінше, краудфандингті қолдандудың әлеуметтік-экономикалық пайдасы зор. Жаңа жобалардың жүзеге асырылуы мен тың идеялардың енгізілуі жаңа жұмыс орындарының пайда болуына, мемлекеттік бюджетке салық түсімдерінің көбеюіне ықпал етеді. Сонымен қатар, азаматтардың өздері үшін қызықты жобаларды қаржыландыруға қатысуы азаматтық қоғамның көрінісі ретінде қарастырылады. «Осылайша, атап айтқанда,краудфандингтік технологияларды енгізу арқылыел экономикасының өсуін, жеке инновациялық инвестициялардың көлемін арттыру арқылы қамтамасыз етуге болады» деген ой қорытады [21]. Е.К. Сивцова мен А.В. Лонинаның пікірінше, краудфандинг әлеуметтік және коммерциялық емес міндеттермен қатар, бизнесті ерте кезеңде қаржыландырудың баламалы түрі ретінде қолданылуы мүмкін» [22].

Олар краудфандингтің негізгі артықшылықтары мен мақсаттарын бөліп көрсеткен:

- өзекті жобаларды бастауға көмек көрсету, қызықты және талантты мамандарды іздеу;
- мәдениет және өнер қайраткерлерін қолдау үдерісінің ашықтығы мен қарапайымдылығын қамтамасыз ету, сондай-ақ ойын-сауық саласындағы сұранысқа ие жобаларға қосымша қаржы көздерін табу;
- қоғамдық мәселелерге назар аудару мүмкіндігі;
- халықтық қаржыландыру үшін тиімді және қолжетімді механизм құру.

Зерттеушілер краудфандингті бизнес-жобаларды қаржыландырудағы жаңа кезең, инвестиция тартудың баламалы нысаны және жаңа әрі қолданыстағы бизнесті дамытуға ынталандырушы құрал ретінде қарастырады. Краудфандингті белгілі бір дәрежеде банктік несиеге балама деп санауға болады. Краудфандинг термині жоғарыда айтып кеткендей, ағылшын тілінен аударғанда көпшілік қауымның қаржыландыруы деген ұғымды береді дедік, ол жалпы бизнесәлемінде қолданылатын термин. Ал кітап бизнесәлемінде «краудфандинг – кітапты басып шығару үшін оқырмандарды демеуші болуға тарту жолдары» десек те болады. «Краудфандинг» термині сияқты, «кітап краудфандингі» ұғымының да бірнеше анықтамасы мен интерпретациясы бар. Кітап саласындағы краудфандингті кітап өнімдерін жасау, өндіру және тарату үшін оқырмандар-демеушілерді тарту механизмі ретінде қарастырады [23]. Баспа ісіндегі краудфандинг тұжырымдамасын «автор – баспагер – басылым – оқырман» формуласы арқылы сипаттайды. Тағы бір зерттеуші А.Е. Ковальчук баспа краудфандингіне басқа анықтама береді, ол «кітап басып шығару немесе авторлық шығармашылықты ерікті қайырымдылық арқылы қаржыландыру» деген пікір айтады [24]. Зерттеушілер баспа саласындағы краудфандингті әлеуметтік кәсіпкерліктің нәтижесі және өзін-өзі жариялаудың бір әдісі деп қорытындылайды. Көптеген зерттеушілер кітап краудфандингін авторлардың шығармашылық идеяларын және баспагерлердің коммерциялық жобаларын ұжымдық қаржыландыру ретінде анықтайды. Қарапайым тілмен айтқанда, баспа саласындағы краудфандинг – жаңа басылымды сату немесе оған алдын ала тапсырыс ашу. Көптеген баспагерлер краудфандингті тек тиражды басып шығаруға немесе басылыммен жұмыс істеуге қаражат жинау үшін ғана емес, сонымен қатар тиімді маркетингтік құрал ретінде пайдаланады. Бұл әдіс арқылы оқырмандарды жаңа кітаптың шығуы туралы хабардар етіп, басылым дүкен сөрелеріне түспей тұрып-ақ аудиторияны онымен таныстыруға болады [25].

Краудфандинг – бұл интернеттегі арнайы платформалар арқылы жүзеге асырылатын қаржыландыру әдісі. Бұл үдеріс баспаға дайын қолжазбасы бар баспагер немесе болашақ кітап жобасына идеясы бар автор өз жобасы үшін қажетті қаражат көлемін краудфандингтік сайтта жариялауынан басталады. Жоба жарияланған алғашқы күннен бастап қаржының жиналу барысын кез келген қолданушы ашық түрде бақылауға мүмкіндік алады. Оқырмандар платформа арқылы жобамен танысып, қызығушылық танытқан жағдайда кез келген мөлшерде қаражат аударып, бастамаға өз үлесін қоса алады. Жобаның басында автор немесе баспагер кітаптың негізгі идеясы мен мақсаты туралы толық аннотация ұсыну арқылы әлеуетті қолдаушыларды алдын ала ақпараттандырады.

Краудфандинг сәтті аяқталған жағдайда, жобаны қаржыландыруға қатысқан әрбір демеуші белгілі бір сыйақыға ие болады. Әдетте, қолдау көрсеткен оқырмандарға міндетті түрде баспа нұсқасындағы кітап ұсынылады. Кейбір жобаларда оған қоса электронды нұсқа да беріледі, ал сирек жағдайда тек электронды форматпен шектеледі. Қаржыландыруға қатысушылар сыйақы ретінде автордың немесе баспагердің бұрын жарық көрген еңбектерін де ала алады. Бұдан бөлек, қосымша сыйақылар қатарына ерекше ұсыныстар енгізіледі: мысалы, кітап иллюстрацияларының түпнұсқасы, автор қолтаңбасы қойылған даналар, қолдаушының есімін басылымда көрсету, кітаптың тұсаукесеріне шақыру немесе автормен жеке кездесу мүмкіндігі [26]. Қомақты көлемде қаржы бөлген қолдаушылардың аты-жөні арнайы титул бетіне жазылады. Мұндай тәжірибе Қазақстанда да кеңінен қолданылып жүр, қаржылай үлес қосқан тұлғаларға автор немесе баспагер алғыс білдіріп, оны ресми түрде кітапта көрсетеді. Краудфандинг тәсілі баспагерлерге де, авторларға да айтарлықтай тиімді. Баспагерлер кітап шығаруға қажетті сенімді қаржы көзіне ие болса, авторлар шығармашылық еркіндік пен қаржылық тәуелсіздікке қол жеткізеді [26].

Краудфандингті дәстүрлі қаржыландыру әдістерімен салыстыра отырып, кітап краудфандингінің баспагерлер мен тәуелсіз авторлар үшін бірқатар артықшылықтарын атап өтуге болады. Біріншіден, кітаптың жарнамасы идея кезеңінде-ақ жүзеге асырылады, бұл баспа саласы үшін өте маңызды. Сонымен қатар, краудфандинг арқылы шыққан басылымның өзіндік ерекше тарихы болады. «Оқырмандар кітапты ол әлі идея кезінде, жазылу тұсында немесе баспаға дайындық кезеңінде сатып алатындықтан тираж мәселесі оңай шешіледі» [27].

Сонымен бірге жобаны қызығушылықпен қолдайтын мақсатты аудиториямен тікелей байланыс орнатылады. Краудфандинг кампаниясының нәтижелері мен аудиториядан алынған кері байланыс негізінде оқырмандардың сұранысы анықталады. Баспагер нарықтағы сұраныс үшін дәстүрлі емес кітаптарды еш тартынбастан шығарып, оқырмандардың мұндай басылымдарға деген қызығушылығын бағалай алады [27]. Оқырмандардың таңдауы кеңейеді, ол ірі баспалардың басымдықтарына ғана тәуелді болмайды. Оқырман кітап жасау процесіне қатысушы ретінде сезінеді, басылымның барлық кезеңдерін бақылай алады және өзіне қызықты сұрақтарға жауап ала алады. Баспагер немесе автор қосымша шығынсыз, терең нарықтық зерттеу жүргізе алады [27]. Краудфандинг арқылы танымал емес немесе жаңа автор өз аудиториясын табуға мүмкіндік алады.

Қызметтің бұл түрін саралап қарасаңыз кез келген адам, бизнестің бір түрі ретінде айналыса алатынын көреміз. Краудфандингтің бүгінгі күнгі концепциясы: автор (баспагер) – басылымның идеясы – оқырман болса, эксперттердің пікірінше, келешекте оқырман – жаңа кітаптың идеясы – автор болып өзгереді деген болжам бар. Сонда краудфандинг кітаптың белгілі бір түрлерін шығаруға әлеуметтік тапсырыс қалыптастыруға ықпал етеді және оқырман тек ғана демеуші ғана емес, кітап талғамын қалыптастыруда да шешуші тұлға бола алады. Бұл тәсіл көркем әдебиеттерде ғана емес, анықтамалық басылымдар мен оқу құралдарын шығаруда белсенді көрініс табуы мүмкін.

Біз әрине мұндай жаңалықтардың жетістіктерін көрші Ресей кітап нарығынан іздейміз, солардың тәжірибесіне көз саламыз. Қазіргі кезде аудармашылар мен жазушылар бастамасымен ашылған «Planeta» және «Boomstarter» краудфандингтік платформалары өз жұмыстарын нәтижелі жүргізуде. Сонымен бірге кітап дүкендер жүйесі де өз оқырмандарының салған қаржысымен кітап шығару ісін бастапты. Әлемде болып жатқан кітап басуды қаржыландыруда, кітаптың оқылуы мен таралуындағы жаңа серпілістер қазақстандық баспа ісіне де ауадай қажет екені айқын.

Қорытынды

Қазақстан баспа саласын дамытуда, баспа өнімдерін таратуда қоғамның, оқырманның белсенділігін арттыру керек. Әлем тәжірибесіндегідей, көрші Ресейдегідей баспа саласын дамытуда ат салысып жатқан қоғамдық қорлар, ұйымдар, гильдалар, клубтар Қазақстанда жоқтың қасы. Егер қоғам белсенділігі артпаса, оқырман мәдениеті дамымаса, тек қана мемлекет тарапынан жасалып жатқан шаралармен кітап басу ісі жалғаса беретін болса әлемдік көштен қалатынымыз ақиқат. Сонымен бірге шет мемлекеттерде, ТМД елдерінде жазушылардың кітаптарын басып шығаруға ат салысып жүрген әдеби агенттердің қызметі де бұл күнде жақсы нәтижелерін беріп жүр. Жазушы мен баспа, оқырман арасында дәнекер әдеби агенттердің де қызметін біздің нарыққа енгізу де бүгінгі күнде кезек күттірмейтін мәселе. Тәуелсіздіктің арқасында Қазақстанда әдебиет, қоғамның қозғаушы күші ретінде, жаңа даму кезеңіне өтті. Жалпы, соңғы 10-15 жылда Қазақстанда кітап шығару ісі жанданды. Қазақстандық баспа ісінің сандық көрсеткіштері мен сапалық мүмкіндіктері адам капиталының рухани және білім деңгейін арттыруға әсер етеді. Қазақстанның кітап ісі ұлттық мәдени мұраны сақтау мен дамытуға, сондай-ақ халықтың интеллектуалдық әлеуетін арттыруға өз үлесін қоса беретіні сөзсіз. Заманауи кітап шығару мен қаржыландырудың жаңа модельдері авторларға, баспагерлерге және оқырмандарға жаңа мүмкіндіктер мен артықшылықтар ұсынады. Бұл саладағы инновациялар мен технологиялардың дамуы кітап индустриясының болашағын айқындайды.

Қорыта айтқанда, кітап индустриясында инвестиция тартудың жаңа жолдары өте көп және оларды тиімді пайдалану баспа ісінің дамуына ықпал етеді. Мемлекеттік қолдау, краудфандинг, жеке инвесторлар, алдын ала тапсырыс жүйесі, цифрлық платформалар және халықаралық нарыққа шығу – барлығы кітап индустриясының қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз ететін маңызды тетіктер. Қазақстанда бұл бағыттарды дамыту арқылы отандық баспа саласын жаңа деңгейге көтеруге болады.

Әдебиеттер тізімі

1. Указ Президента РК «О неотложных мерах по защите средств массовой информации органов государственной власти и управления, государственного книгоиздания в период перехода к рыночным отношениям». Казахская правда. – 1992. – 15 апреля.
2. Жиреншин Ә. Қазақ кітаптары тарихынан. – Алматы: Қазақстан, 1977. – 180 б.

3. Елеуменов Ш.Р. Кітаптану негіздері: оқу құралы. –Алматы: Санат, 1997. – 176 б.
4. Елеуменов Ш.Р. Қазақ кітабының тарихы. Ежелгі дәуірден 1917 жылға дейін. – Алматы: Санат, 1999. – 192 б.
5. Рахимжанова С.Р. Қазақ кітабының тарихы (1945–1960 жж.). Монография. – Алматы: ҚР Ұлттық кітапханасы, 2006.
6. Жарков В.М., Кузнецов Б.А., Чистова И. Н. Экономика и организация издательского дела: краткий курс. – М., 2002.
7. Комаров Е.И. Эффективное издательство: Менеджмент и маркетинг в издательской деятельности. – М: Логос, 2000. – 239 с.
8. Форсайт П. Маркетинг в книгоиздании: пер.с англ. –М: Университетская книга, 2008. – 224с.
9. Майсурадзе Ю.Ф., Мильчин А.Э., Маковеев Н.П. Энциклопедия книжного дела. – М: Юристъ, 2004. – 640 с.
10. The International Publishers Association (IPA). [Electronic resource] URL: <https://www.internationalpublishers.org>. (accessed: 10.04.2025)
11. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Под общ. ред. В.В.Григорьева. – М.: Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, 2022. – 102 с.
12. The International ISBN Agency. [Electronic resource]. URL: <https://www.isbn-international.org>. (accessed: 10.04.2025)
13. Қазақстан Республикасы баспасөзі 2023 жыл: статистикалық жинақ. Печать Республики Казахстан 2023 год: статистический сборник / жауапты шығарушы Г.К. Искендинова; құраст.: М.А. Төлеубек. – Алматы: Қазақстан Республикасы Ұлттық мемлекеттік Кітап палатасы, 2024. – 86 б.
14. 2004–2006 жылдардағы арналған «Мәдени мұра» мемлекеттік бағдарламасы туралы ҚР Президентінің жарлығы: 2004 жылы 13 қантар №1277. ҚР Президенті мен ҚР Үкіметінің актілер жинағы. – 2004, №2.
15. Қазақстан Республикасының баспасөзі: статистикалық жинақ – 2012. – Алматы, 2013. – 134 б.
16. Книжная индустрия. Люди. События. Технологии. – 2013. – №10 (112).
17. Гриценко Т.С., Передера Ж.С. Краудфандинг – инструмент финансирования проектов. Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 5. – С. 10.
18. Штайгенбергер Н., Шкуркин Д.В. Краудфандинг как способ некоммерческого финансирования. В книге: Достижения современной науки и образования: сборник статей и тезисов докладов IV международной междисциплинарной конференции. – 2018. – С. 183-185.
19. Кузьмин А.М., Высоковская Е. А. Краудфандинг. Методы менеджмента качества, 2018. – № 3. – С. 39.
20. Акулич М. Инвестиционный маркетинг. Лизинг, франчайзинг, факторинг, краудсорсинг, краудфандинг. «Издательские решения». – 2017. – 120 с.
21. Слинков А.М., Воронова Л.Э. Краудфандинг. Аллея науки. – 2018. – Т. 3. – № 11(27). – С. 273-276.
22. Сивцова Е.К. Краудфандинг и его роль на рынке. Е. К. Сивцова, Е.С. Зенкова, А.В. Лоница. Постулат. – 2018. – № 51 (31). – С. 97.

23. Анастасян С. Краудфандинг: выбор за читателями. Книжная индустрия. – 2014. – № 9. – С. 66-71.
24. Ковальчук А.Е. Краудфандинг как эволюционный этап развития книжного дела. Человек. Общество. Инклюзия. – 2016. – №32. – С. 93-99.
25. Книжный краудфандинг: рецепты успеха. ЛибИнформ, 2016. [Электрон. ресурс] – URL: <http://libinform.ru/read/articles/Knizhnyj-kraudfanding-retcepty-uspeha> (қаралған күні: 14.12. 2024)
26. Теплякова А.О. Краудфандинг в издательском деле. В книге: Материалы 54-й международной научной студенческой конференции МНСК-2016: Журналистика. – 2016. – С. 45-46.
27. Крыжановская А.А., Трофимова В.А. Краудфандинг как инновационный проект в российском книжном деле/ А.А. Крыжановская, В.А. Трофимова. Viascientiarum – Дорога знаний, 2015. – № 1. – С. 116-121.

К.М. Мукатаева, А.А. Рамазан

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

Пути привлечения инвестиций в книжную индустрию

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы издательской индустрии в Казахстане и возможности ее развития. Анализируются источники государственного и частного финансирования, действующие программы и международный опыт. Также предлагаются стратегические меры, необходимые для развития отечественного книжного рынка. Методология исследования основана на данных социальных исследований, открытых источников и динамике развития мировой книжно-издательской индустрии. В настоящее время каждое государство рассматривает различные пути финансирования книжного дела. В статье рассматриваются мировые тенденции, инновационные решения и выходы из кризисных ситуаций в этой сфере. Отмечается, что для конкурентоспособности издательской отрасли необходимо активное участие общества. Кроме того, подчеркивается роль литературных агентов, которые содействуют изданию книг авторов в ближнем и дальнем зарубежье, а также в странах СНГ. В статье подчеркивается, что внедрение института литературных агентов в отечественный книжный рынок является актуальной и неотложной задачей. Цель работы – провести анализ изменений в книжном пространстве, выявить насущные проблемы и разработать концептуальные предложения по их решению.

Ключевые слова: книгоиздание, финансирование, культурное наследие, краудфандинг, Kickstarter, издательства, государственные программы.

К.М. Mukataeva, A.A. Ramazan

Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

New ways to attract investments in the book industry

Abstract. The article examines the challenges of the publishing industry in Kazakhstan and the opportunities for its development. It analyzes sources of public and private funding, existing programs,

and international experience. Additionally, strategic measures necessary for the development of the domestic book market are proposed. The research methodology is based on data from social studies, open sources, and the dynamics of global publishing industry development. Currently, each country is exploring various ways to finance the book industry. The article reviews global trends, innovative solutions, and strategies for overcoming crises in this field. It is noted that active public participation is essential for the publishing industry's competitiveness. Furthermore, the role of literary agents who facilitate the publication of authors' books both in neighboring and distant foreign countries, as well as in the CIS, is emphasized. The article highlights that integrating the institution of literary agents into the domestic book market is an urgent and pressing issue. The study aims to analyze changes in the book industry, identify key problems, and develop conceptual proposals for their resolution.

Keywords: publishing, funding, cultural heritage, crowdfunding, Kickstarter, publishers, government programs.

References:

1. Ukaz Prezidenta RK «O neotlozhnyh merah po zashite sredstv massovoi informatsi i organov gosudarstvennoi vlasti i upravleniya, gosudarstvennogo knigoizdaniya v period perehoda k rynochnym otnosheniyam [Decree of the President of the Republic of Kazakhstan “On urgent measures to protect the mass media of state authorities and administration, state book publishing during the transition to market relations”]. Kazhstanskaya pravda [Kazakhstan truth].15.04 (1992). [in Russian].
2. Zhirensin A. Qazaq kitaptary tarihy [From the history of Kazakh books]. (Almaty, 1977, 180 p.). [in Kazakh].
3. Eleukenov Sh. Kitaptanu negizderi: oququraly [Fundamentals of Bibliography: Textbook]. (Almaty, 1997, 176 p.). [in Kazakh].
4. Eleukenov Sh. Kitabynyn tarihy. Ezhelgi dauirden 1917 zhyлга dein [The history of the Kazakh book. From ancient times to 1917]. (Almaty, 1999, 192 p.) [in Kazakh].
5. Rakhimzhanova S.P. Qazaq kitabynyn tarihy (1945-1960 zh.). Monografiya [History of the Kazakh book (1945-1960). [Monography]. (Almaty, 2006). [in Kazakh].
6. Zharkov V. M., Kuznetsov B. A. Chistova I.N. Ekonomika i organizatsiya izdatelskogo dela: kratkii kurs [Economy and organization of publishing: a short course]. (Moscow, 2002). [in Russian].
7. Komarov E.I. Effektivnoe izdatelstvo: Menedzhment i marketing v izdatelskoi deyatel'nosti [Effective Publishing: Management and Marketing in Publishing]. (Moscow, 2000, 239 p.). [in Russian].
8. Forsite P. Marketing v knigoizdani: per. s angl. [Marketing in book publishing: translated from English]. (Moscow, 2008, 224 p.). [in Russian].
9. Maisuradze Yu.F., Milchin A.E., Makoveev N.P. Entsiklopediya knizhnogo dela [Encyclopedia of book publishing]. (Moscow, 2004, 640 p.) [in Russian].
10. The International Publishers Association (IPA). [Electronic resource] URL: <https://www.internationalpublishers.org>. (accessed: 10.04.2025)
11. Knizhnyi rynek Rossii. Sostoyaniye, tendentsii i perspektivy razvitiya / Pod obsh. red. V.V. Grigoryeva [The Russian book market. Status, trends and development prospects / Under the general editorship of V.V. Grigoryev]. (Moscow, 2022, 102 p.). [in Russian].
12. The International ISBN Agency. [Electronic resource]. URL: <https://www.isbn-international.org>. (accessed: 10.04.2025)

13. Kazakhstan Respublikasy baspasozı 2023 zhyl: statistikalyq zhinaq. Pechat Republiki Kazakhstan 2023 god: statisticheskii sbornik [Seal of the Republic of Kazakhstan 2023: statistical collection] / Editor-in-chief: G.K. Iskendirowa; Compiled by: M.A. Toleubek. (Almaty, 2024, 86 p). [in Kazakh].
14. 2004-2006 zhyldarga arналған "Madeni mura" memlekettik bagdarlamasy turaly KR Presidentinin zharlygy: 2004 zhyly 13 qantar №1277 // QR Presidenti men KR ukimetinin aktiler zhinaqy [Decree of the President of the Republic of Kazakhstan on the State Program "Cultural Heritage" for 2004–2006: January 13, 2004 No. 1277. Collection of Acts of the President of the Republic of Kazakhstan and the Government of the Republic of Kazakhstan]. 2 (2024). [in Kazakh].
15. Kazakhstan Respublikasynyn baspasozı: statistikalyq zhinaq [Press of the Republic of Kazakhstan: statistical compilation - 2012]. 134 (2013) [in Kazakh].
16. Knizhnaya industriya. Liudi. Sobytiya. Tekhnologii [Book industry. People. Events. Technologies] 10. 2013 [in Russian].
17. Gritsenko T.S., Peredera Zh.S. Kraudfanding – instrument finansirovaniya proektov [Crowdfunding – a tool for financing projects] // Ekonomika I predprinimatelstvo [Economy and Entrepreneurship]. 5.10 (2018). [in Russian].
18. Shtainberger N., Shkurin D.V. Kraudfanding kak sposob nekommercheskogo finansirovaniya [Crowdfunding as a method of non-profit financing] // v knige: Dostizheniya sovremennoy nauki I obrazovaniya: sbornik stateyi tezisov dokladov IV mezhdunarodnoy mezh distsiplinarnoy konferentsii [In the book: Achievements of modern science and education collection of articles and abstracts of reports of the IV international interdisciplinary conference]. 183-185(2018). [in Russian].
19. Kuzmin A.M., Vysokovskaya E.A. Kraudfanding [Crowdfunding] // Metody menedzhmenta kachestva [Quality Management Methods]. 3. 39(2018). [in Russian].
20. Akulich M. Investitsionnyy marketing. Lizing, franchayzing, faktoring, kraudsorsing, kraudfanding [Investment Marketing. Leasing, Franchising, Factoring, Crowdsourcing, Crowdfunding] / Akulich M. // «Izdatelskie resheniya» ["Publishing Solutions"]. 120 (2017). [in Russian].
21. Slinkov A. M., Voronova L. E. Kraudfanding [Crowdfunding] // Alleya nauki [Science Alley]. 11. 273–276 (2018). [in Russian].
22. Sivtsova E. K. Kraudfandingi ego rolnarynke [Crowdfunding and its role in the market] // Postulat [Postulate]. 51. 97 (2018). [in Russian].
23. Anastasyan S. Kraudfanding: vybor za chitatelnyami [Crowdfunding: The Choice Is Up to Readers] // Knizhnaya industriya [Book industry]. 9. 66–71 (2014). [in Russian].
24. Kovalchuk A. E. Kraudfanding kak evolyutsionnyy etap razvitiya knizhnogo dela [Crowdfunding as an evolutionary stage in the development of book publishing] // Chelovek. Obshchestvo. Inklyuziya [Human. Society. Inclusion]. 32. 93–99 (2016). [in Russian].
25. Knizhnyy kraudfanding: retsepty uspekha [Book crowdfunding: recipes for success] // LibInform, 2016. Available at: <http://libinform.ru/read/articles/Knizhnyj-kraudfanding-retsepty-uspeha> (accessed at: 14.12.2024)
26. Teplyakova A. O. Kraudfanding v izdatelskom dele [Crowdfunding in Publishing] // V knige: Materialy 54-y Mezhdunarodnoy nauchnoy studencheskoy konferentsii MNSK-2016: Zhurnalistika [In the book: Proceedings of the 54th International Scientific Student Conference MNSC-2016: Journalism]. 45-46 (2016). [in Russian].
27. Kryzhanovskaya A. A., Trofimova V. A. Kraudfanding kak innovatsionnyy proekt v rossiyskom knizhnom dele [Crowdfunding as an innovative project in the Russian book industry] // Via scientiarum – Doroga znaniy [Via scientiarum – The Road of Knowledge]. 1. 116-121 (2015). [in Russian].

Авторлар туралы мәліметтер:

Мұқатаева Қ.М. – Филология ғылымдарының кандидаты, баспагерлік-редакторлық және дизайнерлік өнер кафедрасының доценті, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан.

Рамазан А.Ә. – Филология ғылымдарының докторы, баспагерлік-редакторлық және дизайнерлік өнер кафедрасының меңгерушісі, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан.

Сведения об авторах:

Мукатаева К.М. – кандидат филологических наук, доцент кафедры издательско-редакторского и дизайнерского искусства, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

Рамазан А.А. – доктор филологических наук, заведующий кафедрой издательско-редакторского и дизайнерского искусства, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

Information about the authors:

Mukataeva K.M. – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Publishing, editing and design art, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

Ramazan A.A. – Doctor of Philological Sciences, Head of the department of Publishing, editing and design art, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan



Article Type:
Scientific Article

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-151-2-49-61>

Coverage of domestic violence issues on the pages of the “Adyrna” portal

S.Z. Tasbolat 

Ege University, Izmir, Türkiye

(E-mail: saginishtasbolat@gmail.com)

Abstract. The article aims to investigate how the problem of domestic violence in Kazakhstan is covered in the media. In particular, the analysis of the headlines of articles about domestic violence published on the Adyrna national media portal between 2020 and 2024 aims to be read from a feminist perspective. Domestic violence is a problem that causes physical, psychological, or economic harm to women. The way the media portrays this issue plays a crucial role. This is because the media can directly influence public perception, the attitude of lawmakers, and social interventions. This article is important in showing how media analysis can be used for feminism and how discourse analysis can be effective in analyzing gender-related media content. The practical significance of the study is that it provides ideas for media workers, journalists, and women's rights advocates on how to prepare gender-related articles. Critical discourse analysis was chosen as the methodology of the article. This method analyzed the ideological orientations, power relations, and social norms underlying the article titles. Feminist theory formed the theoretical basis of this article. According to the findings of the article, the number of articles on domestic violence in Adyrna has increased over the years. However, it was revealed that most of the content of the Adyrna news portal carries a discourse that presents the victim in a passive way, hides the name of the perpetrator, or focuses on the individual consequences of violence rather than its social causes. This ignores the causes of domestic violence and reproduces patriarchal norms.

Keywords: domestic violence, feminism, Adyrna, critical discourse, media

Introduction

The article is one of the important issues at both the theoretical and social levels. Domestic violence remains one of the most visible forms of gender inequality, not only in Kazakhstan

Received: 9.04.2025; approved: 11.05.2025; available online: 28.06.2025

but also worldwide. However, the representation of this problem in the media significantly affects how it is perceived by society and what solutions are legitimized. Especially in societies like Kazakhstan, which are still caught between traditional structures and modern values, the questions of how media discourses are structured, how women's voices are heard, and how gender roles are represented are of great value. In this context, the limited amount of academic research on domestic violence in Kazakhstan media is one of the main reasons for choosing this topic. Adyrna news portal, one of the local media companies operating in Kazakhstan, stands out with its content that prioritizes social issues. This makes Adyrna suitable for case study analysis. The fact that the news site has not been read from a feminist perspective until today increases the originality and contribution of this study. The theoretical part of the article is based on feminist theory. This theory raises the questions of how representations in the media are related to gender roles, in which frames women are shown, and how male-dominated discourses are reproduced in media content.

Feminism is a term that defends and protects women's rights. It was coined by Charles Fourier, a French philosopher and representative of imaginary socialism. It was first used in the 1890s in connection with the movement for women's legal and equal rights. It supports women to work in different fields or to choose any profession and fights against the difficulties, they face in these matters. It also contributes to the achievement of social, political, and economic equality and the transformation of women as active members of society.

Feminists gave feminism an indispensable political purpose for the emancipation of women [1]. The effort to rewrite women's history became an activism. According to historians, feminist women reinterpreted the world and tried to change it [2]. Different methods and aims have emerged from these efforts. For example, Boxer and Quataert [3] describe women's change in three stages. The first stage is "deconstruction", the process by which women are removed from historical narratives. The second stage is called "lost" or "forgotten" and reinstates women. The final third stage is "rebirth". In this stage, frameworks are sought to interpret women's lives and question the processes through which social roles emerge. Moreover, as Brandt points out, "Feminism is not just for or on behalf of women, but helps to provide an adequate understanding of the life practices of both sexes" [4].

According to feminism, it is gender, not sex, that determines the psychological qualities, abilities, activities, and occupations of men and women. Thus, initiated as one of the aspects of the struggle for the universal freedom of the individual within the framework of Western culture, feminism already tends to be a global phenomenon.

First Wave Feminism. In the 19th and early 20th century, First Wave Feminism was characterized by the activism of women in the United Kingdom and the United States. It initially focused on legal rights between husband and wife and opposed unwanted marriages. The leaders of these movements in the US were Elizabeth Stanton, Susan Anthony, Lucia Stone, Olympia Brown and Helen Pitts. It is no coincidence that women's organizations demanding women's legal and economic independence and respect for their civil and political rights emerged in the US. The democratic reforms of the Industrial Revolution required a review of relations between different social groups, including men [5].

The main idea of First Wave Feminism is that women should have the same legal and political rights as men since they are rational beings. However, while men gained civil and

political freedoms, especially under the American Declaration of Independence and the French Declaration of the Rights of Man and the Citizen, the legal status of women remained unchanged. This contradiction became increasingly apparent and intolerable [6]. For this reason, the women's movement began to gain strength in the mid-19th century.

An important part of the struggle for gender equality has been women's access to education. Women have also achieved some successes here. In 1821, the Women's Seminary, the first educational institution for girls, was opened in Troy, New York with the initiative of Willard, one of the campaigners for equal education for men and women. Willard prepared her students to become teachers. In 1851, the world's first women's medical college was opened in Pennsylvania [7]. The right to education gradually ceased to be the monopoly of only men.

The first wave of feminism covered many countries. After women gained the right to vote, it became clear that legal equality of rights between men and women did not mean the establishment of real equality. Starting in 1960, the new wave of feminism aimed to fight for gender equality for women.

Second Wave Feminism. Second Wave Feminism covers a period from the early 1960s to the end of the 1980s. As historians have written, reconstructing the past, determining the place of women and fighting for it is a very difficult task. Women started to seek their rights again after about 50 years [8]. Thus, after the First Wave of Feminism, a new movement emerged that fought against women's discrimination in the workplace and domestic constraints. At first, they failed to eliminate discrimination and instead focused on racial discrimination. In 1966, Pauli Murray, Betty Friedan, Mary Eastwood, and other feminists founded the National Organization for Women. This organization was a large union of the various ideologies and political beliefs of the second wave. It included middle-aged and older women and was concerned with equal rights, personal freedom, and gender equality in the workplace.

Communities such as the Radical Women of New York tried to eradicate gender inequality in the relationship between men and women. They organized public demonstrations to attract the attention of people and the media. For example, the New York protest at the Miss America pageant in 1968 brought the feminist movement to the attention of the media. The Red Stockings group was the first to speak out about domestic violence and childcare. The first National Women's Liberation conference was held in Chicago and two years later, the first global forum on the problems facing women in the US. As Downs notes, the second wave feminists' enthusiasm for history carried with it the danger of interpreting it in terms of today's needs and values [9].

Issues that were once considered private have now become public. Feminist movements defending women's rights have come to the fore. They gained support by informing society more about women and women's rights. Based on these achievements, the slogan "The personal is political" summarizes the aim of Second Wave Feminism.

Third Wave Feminism. Rebecca Walker's article "Third Wave Feminism," published in 1992, announced the emergence of new wave feminism. The publication of this article is important for feminism. Because Third Wave Feminism has now taken a new path. Women stated that they wanted to work together to build a new world, not with the gains of the old Second Wave Feminism [10]. In the United States, Rebecca Walker is recognized as the leader of Third Wave Feminism. Soon after the article was published, Walker founded the Third Wave Action Society with Shannon Liss.

According to Heywood, Third Wave Feminism was the first to include multicultural and multigender members and to articulate their concerns and views, explaining that there are not only men and women but also other orientations. Although these ideas were complex to understand, they were analyzed in terms of new social justice [11]. Reese claims that this wave allowed women to define feminism for themselves [12]. Snyder writes that the third wave did not encounter a judgmental approach, focused on action rather than theoretical justification and was the successful version of feminism [13].

Although the third wave was mixed, it was much debated and women in different countries responded to the call with great enthusiasm. The work done by mainstream representatives was modified and reproduced. Special issues and articles were produced to disseminate new knowledge. Third Wave Feminism also influenced teaching practices and was added as a correction to mainstream feminism.

Liberal Feminist Theory. Liberal feminism argues that women independently fight for equality through their own actions and choices and that society has ingrained a false perception that women are intellectually and physically less capable than men. As a result of such a reverse perception, women are discriminated against in the fields of science, work and politics. Because of this, proponents of liberal feminism believe that there are constraints that significantly hinder women's success. According to liberal feminism, the way out of this situation is to change people's political and legal views to remove these constraints.

"Such things as the elevation of the individual as a moral, spiritual and social being are as true for women as for men. But the astonishing fact is that anything is permissible for men so far as their own condition is concerned, but less so far as others are concerned" [14].

It is suggested that the historical formation and development of liberal feminist ideas can be divided into two periods. The first period lasted from the mid-19th century until the mid-20th century. In the early years, the main goal of liberal feminism was to provide women with the opportunity to receive education and to solve the problem of greater employment of these women on the same terms as men. The second period continues from the mid-20th century until today, thanks to the feminist suffragettes. In other words, liberal feminism, the oldest in terms of its emergence, is the most powerful and recognized movement today. The prosperity generated by liberalism has significantly reduced infant mortality, the cruel scourge of earlier ages, and increased life expectancy as a result of improvements in living conditions [15].

The defining characteristics of the liberal feminist movement are that it is based on equality, freedom, and democracy. At the same time, combined with the liberal movement's own feminist theory, it strives for equality and justice for women in all areas of social life.

Socialist Feminist Theory. The beginnings of socialism lie in the political, intellectual and socioeconomic changes that occurred in the second half of the 19th century. The spread of capitalism, rapid industrialization, urban poverty, changes in family structure, and a shift away from standard economic roles led to socialist responses. Socialist feminism defines the categories of gender, sexuality and race as transformations of the basic structural traditions of society. According to socialist feminists, these categories should no longer be barriers to equal enjoyment of social and economic benefits. Thompson's *The Making of the English Working Class* offered a new perspective on labor history by emphasizing the role of culture and society.

Thompson's book became the focus of attention for socialist feminists. The inclusion of women in new historical narratives affected her lifestyle [16].

Socialist feminism actively opposes the structural discrimination that creates and maintains gender inequalities. Socialist feminists have never accepted radical feminists' view of patriarchy as a powerful structure of history [17]. This means fighting against policies, laws and institutions that violate women's rights and limit their opportunities. It also involves criticizing cultural and social norms that reinforce gender role stereotypes and perpetuate patriarchy. An important aspect of socialist feminism is the commitment to building inclusive and egalitarian social structures and relations. This can include supporting economic and political programs to improve the living conditions of women and other exceptional groups, and creating spaces and communities where their needs and interests can be expressed.

Socialist feminism also aims to educate and organize women and other marginalized groups to join the struggle for their rights and dignity. It calls for solidarity between movements, joining forces to fight for common goals.

Radical Feminist Theory. Radical feminism is a direction of feminism linked to the Second Wave Feminism of the 1980s. Radical feminism focuses on the theory of patriarchy as a system of power that regulates social relations based on the assertion of male superiority and the oppression of women. In other words, radical feminism challenges and seeks to overthrow patriarchy, opposes standardized gender roles and discrimination against women, and calls for fundamental changes in the social order. Radical feminism argued that as long as there is a sexist patriarchal system, there will always be a need for a feminist women's movement [18]. Radical feminists see the cause of women's oppression not in the legal system, as liberal feminists believe, or in class conflict, as socialist and Marxist feminists argue, but in gender relations.

There are two main forms of radical feminism and the majority of feminists who identify themselves as radical are likely to belong to one of them. The beliefs of radical libertarian feminists are based on the idea that gender is a social construct distinct from sex and that male-dominated societies set draconian gender rules to exert control over the female sex, and that men deliberately oppress women for their own benefit [19]. It is the system of patriarchy that is oppressive, not individual men. Radical libertarian feminists believe that women should be free from any kind of coercion in the field of sexual attitudes. Radical feminism has made it clear that gender and economics are at the root of women's oppression [20].

Radical cultural feminists, on the other hand, conclude that the idea of heterosexuality reflects the dominance of the male gender over the female gender, and is conducive to many evils such as sexual harassment, rape and prostitution. In the case of pornography, radical cultural feminists want to limit the distribution of material that causes the male gender to mistreat the female gender and makes the female gender feel like second-class human beings. Radical cultural feminists believe that women are mothers by nature and therefore their reproductive rights are of utmost importance. Although IVF (In Vitro Fertilization) is promoted as a treatment for infertility, the emphasis of the technology is on controlling fertility. For example, it shows that men feel alienated from the process of reproduction and creation and therefore seek to dominate it [21].

In general, feminism opposes gender norms and fights for the change or elimination of these norms. Feminism seeks to ensure that women have equal rights and opportunities with men in

social, political and economic spheres. In other words, it defends gender equality and gender roles. It argues that people should live according to their own abilities and preferences, not according to gender expectations.

Feminism in Kazakhstan. The pace of development of feminism varies greatly from country to country. The women's movement in Kazakhstan has been active since the 1980s. In Kazakhstan, there are the Muslim Women's Union, the Women and Law Union, the Creative Startup Union, the Zhanar Fund for Supporting Women Entrepreneurs, the Women Entrepreneurs of Kazakhstan, and others [22]. These associations aim to defend women's rights, ensure women's active participation in the economy and culture, and improve their social status. Since then, the struggle for women's rights has not lost its importance and has expanded the scope of issues addressed.

On June 20, 2023, the World Economic Forum published the Global Gender Gap annual report on gender equality. The index measures the level of gender gap in countries through 14 different variables in 4 key areas ("Economic Participation and Career Opportunities", "Education", "Health and Survival", "Political Empowerment and Opportunities"). The current study covers 146 countries of the world. According to the report, Kazakhstan ranks 62nd and has reached 72.1% gender equality, 0.2 points higher than in 2022. Overall, between 2012 and 2023, Kazakhstan's gender gap index was between 0.710-0.722 points (or 71.0-72.2%) [23]. The results of the study show that the country's position in the ranking is influenced by changes in the "Economic Participation and Career Opportunities" and "Political Empowerment and Opportunities" indices.

On March 13, 2024, the United Nations Development Program published the results of the Gender Inequality Index. According to the results, Kazakhstan ranked 67th with a value of 0.802. The decline in Kazakhstan's position is due to the deterioration of the values of the indicators "Average expected duration of education" and "Gross national income per capita" [24]. Despite the significant decline in positions, Kazakhstan has continued to be among the countries with very high levels of human development over the last few years.

In 2020, amendments to the Laws "On Elections of the Republic of Kazakhstan" and "On Political Parties" were adopted. According to these amendments, the number of women and youth on party lists should be at least 30%. In 2024, the Senate approved amendments to the law on women's rights and child safety in two readings. The amendments aim to improve the legal, social, institutional and other foundations of the state's family policy, strengthen the protection of women's rights and children's safety, tighten administrative and criminal liability for safety violations, and prevent domestic violence.

The existence of feminist organizations such as Feminita, KazFem, and FemAgora in Kazakhstan today is a positive development, but the fact that these feminist organizations are located in big cities and some of them only in Almaty is a big disadvantage. This shows that the views and interests of women in other regions may not be taken into account when making decisions.

Research Methods

The critical discourse analysis technique was preferred for the study. The analysis was conducted on 27 news articles on domestic violence published on the Adyrna news portal

between 2020-2024. Adyrna is known as a media company that prioritizes social and cultural issues and takes a local and national stance. From this perspective, it is a suitable example for analyzing local media discourse. However, the portal's emphasis on themes such as women, family and tradition allows for a critical reading from a feminist perspective. In the data collection process, news articles published on Adyrna with keywords such as "domestic violence", "violence against women", "victims of violence" and "violence" in their titles were scanned.

Critical discourse analysis examines how language shapes and reproduces social power relations. This analysis goes beyond media to show how language reflects and reinforces social norms, ideologies, and power dynamics. Critical discourse analysis describes how language is shaped at the individual and social levels and how this contributes to inequalities in society. In this context, it explores in depth the relationships between social factors such as language, class, gender, race, and ethnicity.

Findings

List of articles published on the Adyrna on the topic of domestic violence:

2020:

07.24.2020 – When will domestic violence stop?(<https://www.adyrna.kz/index.php/post/42175>)

2021:

06.08.2021 – There is no domestic violence! (<https://adyrna.kz/post/80427>)

24.08.2021 – Domestic violence is prohibited by law (<https://adyrna.kz/post/82180>)

12.12.2021 – Uzbekistan treats victims of violence free of charge (<https://adyrna.kz/post/96323>)

2022:

16.07.2022 – The law is amended in the field of family and domestic offenses (<https://adyrna.kz/post/121494>)

30.07.2022 – Upbringing should be corrected in kindergarten: a famous lawyer told about ways to combat domestic violence (<https://adyrna.kz/post/123266>)

2023:

18.04.2023 – Domestic Violence Victim Assistance Center started working in Kunaev (<https://adyrna.kz/post/154577>)

15.05.2023 – Police will open a case even if there is no complaint about domestic violence (<https://adyrna.kz/post/156287>)

26.06.2023 – If you have been subjected to domestic violence, call the hotline! (<https://adyrna.kz/post/167460>)

13.11.2023 – Stop violence against women. A flash mob has started in Kazakhstan (<https://adyrna.kz/post/176821>)

26.11.2023 – Almaty held an action against violence (<https://adyrna.kz/post/178418>)

26.11.2023 – Started the action 16 days of activity against violence (<https://adyrna.kz/post/178387>)

15.11.2023 – National Commission on Women's Affairs discussed issues of domestic violence (<https://adyrna.kz/post/177095>)

02.12.2023 – Dangerous connections. An exhibition dedicated to domestic violence was held in Almaty (<https://adyrna.kz/post/179304>)

2024:

03.01.2024 – Tokayev: criminal liability for committing domestic violence has been significantly toughened (<https://adyrna.kz/post/182752>)

21.02.2024 – Dinara Zakirova spoke about the adopted draft law on domestic violence (<https://adyrna.kz/post/187733>)

13.03.2024 – Trying to justify domestic violence. TV show on Khabar channel became a racket (<https://adyrna.kz/post/190110>)

11.04.2024 – The Senate passed a domestic violence bill (<https://adyrna.kz/index.php/post/193744>)

28.04.2024 – Australia marches against violence (<https://www.adyrna.kz/index.php/post/195910>)

15.04.2024 – Zero tolerance for domestic violence. Kazakhstan toughens penalties for these crimes (<https://adyrna.kz/post/194268>)

07.05.2024 – After joining the MFA. A woman who was abused by her diplomat husband returned to the country (<https://adyrna.kz/post/197187>)

16.05.2024 – Abuse again. A police officer told the truth to a woman who abused her husband (<https://adyrna.kz/post/198234>)

09.06.2024 – A Kazakh girl disappeared in Germany. A journalist wrote about a woman who was abused by her husband and mother-in-law (<https://adyrna.kz/post/200896>)

17.06.2024 – After coming into force. A petition against the law on domestic violence is published (<https://adyrna.kz/index.php/post/201729>)

06.19.2024 – TV host reveals she was subjected to domestic violence (<https://adyrna.kz/post/201957>)

18.06.2024 – Absolutely false. DinaraZakhieva commented on the petition against violence (<https://www.adyrna.kz/index.php/post/201832>)

30.06.2024 – Ex-judge, who died in Germany from domestic violence, buried in Almaty (<https://adyrna.kz/post/203092>)

Table 1. Annual Data Overview

Adyrna.kz					
Month/Year	2020	2021	2022	2023	2024
January	0	0	0	0	1
February	0	0	0	0	1
March	0	0	0	0	1
April	0	0	0	1	3
May	0	0	0	1	2
June	0	0	0	1	5
July	0	0	2	0	0

August	1	2	0	0	0
September	0	0	0	0	0
October	0	0	0	0	0
November	0	0	0	4	0
December	0	1	0	1	0
Overall (27)	1	3	2	8	13

The highest number of articles on domestic violence was published in 2024 (13 articles), while the lowest number of articles was published in 2020 (1 article). Although 2023 was also a very busy year, it ranked second with 8 articles.

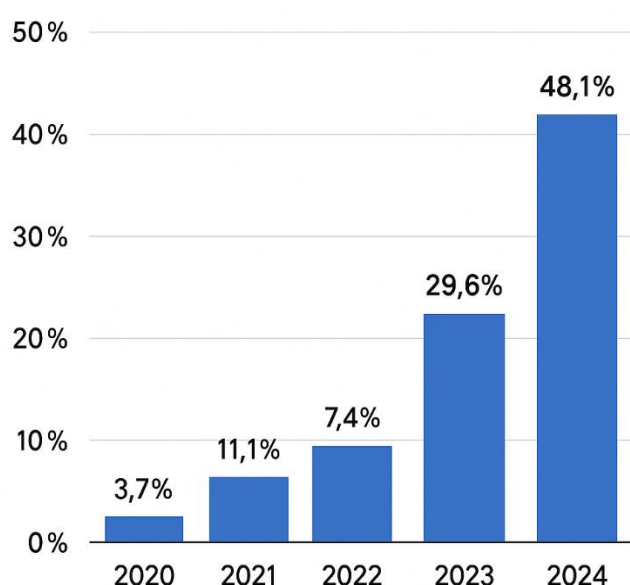


Figure 1. “Yearly Percentage Distribution (2020-2024) – Adyrna.kz”

When we analyze the titles of domestic violence articles from a feminist perspective, we can discuss how gender roles define the violence women are exposed to and how this is reflected in media and legal norms. First of all, the article titled “When will domestic violence stop?” published in 2020, is a general questioning of the problem. However, from a feminist perspective, this title can be seen as a kind of individual or temporary solution rather than a deeper social analysis of the problem. What is not emphasized is that to eradicate domestic violence, not only laws but also social norms need to be changed. Often domestic violence stems from women’s economic and social dependency and feminist theory recognizes violence not only as an individual problem but also as a reflection of gender inequality in society.

Articles published in 2021 with titles such as “There is no domestic violence!”, “Domestic violence is prohibited by law” emphasizes that violence is a universal problem and should be tackled by law. However, feminist theory argues that in order to eliminate gender inequality, not only legislation but also culture must change. In these articles, addressing domestic violence only within the framework of the law runs the risk of ignoring a broader social structural problem. In

addition, the article “Uzbekistan treats victims of violence free of charge” shows that the limited treatment of women’s victimization by medical services does not contribute to awareness of the social roots of violence. Looking at women victims of violence only as a physical problem leads to neglect of emotional, psychological and economic violence.

In 2022, articles with titles such as “The law is amended in the field of family and domestic offenses” and “Upbringing should be corrected in kindergarten: a famous lawyer told about ways to combat domestic violence” point to legislation and changes in the level of education to combat violence. However, from a feminist perspective, most of these regulations aim to criminalize violence rather than challenge the male-dominated structure. Domestic violence is deeply connected to social structures, and limiting the issue to legislation only reveals that no steps have been taken to transform these structures.

2023 stands out as a year with more social movements against violence. Headlines such as “Stop violence against women” and “Almaty held an action against violence” show public reaction to violence. Feminist movements go a step further in combating violence and advocating for the strengthening of women’s social and economic rights. The headline “Police will open a case even if there is no complaint about domestic violence” offers great protection to victims of violence, but the main issue here is to change the social and cultural conditions before women are subjected to violence.

It envisages additional legal and social measures to combat violence in 2024. However, from a feminist perspective, such measures often only address victims of violence in terms of victimization and neglect the goal of creating social change through empowerment, economic independence and gender equality. Unless these legal provisions include women’s rights to self-defense, equal education and economic opportunity, they will only punish violence.

Although the titles of the articles suggest that important legal and social steps have been taken in the fight against violence, it is clear that interventions from a feminist perspective cannot be sufficient without going to the roots of violence and reviewing social structures. Domestic violence should be considered not only as a criminal offense but also as a consequence of gender inequality and patriarchal structures.

Conclusion

The titles of articles on domestic violence on the Adyrna news portal reveal that the issue has been increasingly on the media agenda in recent years. In particular, the increase in the number of news articles published in 2023 and 2024 shows that public awareness has increased and that legislators and civil society are taking the issue more seriously. However, from a feminist perspective, the nature of this visibility and the way it is presented is critical. Because what is needed is not only a quantitative increase but also the creation of a qualified, critical, and transformative discourse.

The titles of articles mainly focus on the physical or legal processes faced by women victims of domestic violence, but the underlying social, cultural, and economic causes of this violence are not sufficiently analyzed. Feminist theory sees domestic violence not as isolated tragedies or incidents, but as a result of the systematic oppression of women by a patriarchal social

structure. Therefore, the media should not only report on violent incidents. It should also investigate the male-dominated values that contribute to violence, the subordinating roles of women in the traditional family structure, economic dependency and gender inequality. It is also notable that many of the article titles portray women only as "victims", leaving little room for women's narratives of empowerment or resistance. This leads to the perception of women as passive people in need of protection and feminist themes such as women's solidarity, self-defense and empowerment against violence remain weak in media discourse. However, in the struggle against violence, women need not only protection but also visibility, voice, solidarity and rights that will ensure social change. It should not be forgotten that a form of violence that affects women's lives can be overcome not only through legal reforms and police intervention, but also through social awareness, educational policies, economic independence, and cultural change. The media makes an important contribution to this transformation. Therefore, when addressing the issue of domestic violence, answers should be sought not only to the question "what happened" but also to deeper questions such as "why it happens", "who is affected", "how it can be prevented" and "what is the place of women in this struggle". This is the only way to move towards a truly transformative, egalitarian, and violence-free society.

References

1. Lerner G. The Creation of Patriarchy. (Oxford: Oxford University Press, 1986).
2. Scott J. Gender and the Politics of History. (New York: Columbia University Press, 1999).
3. Boxer M. J., Quataert J. H. Connecting Spheres: Women in the Western World 1500 to the Present. (Oxford: Oxford University Press, 1987).
4. Brandt G. Philosophical Anthropology of Feminism: The Nature of Woman. (St. Petersburg: Aleteia, 2006).
5. Krykova I.V. The Feminist Movement of the "First Wave": Peculiarities of Ideology and Organization. Journal of Tomsk University. 7(75). 151-158 (2009).
6. Shmeleva O. N. Discursive Analysis of Feminist Texts: On the Material of Problem-Portrait Essays of the German Political Feminist Magazine "EMMA". Astrakhan State University. (Moscow, 2006).
7. Bryson V. Feminist Political Theory. (United Kingdom: Macmillan, 1992).
8. Gordon A. D. The Problem of Women's History. In Bernice A. C. (Ed.), Liberating Women's History. (Chicago: University of Illinois Press, 1976, 75-92 p).
9. Downs L. L. Writing Gender History. (London: Hodder, 2004).
10. Dicker R. C. Catching a wave: Reclaiming feminism for the 21st century. (Boston: Northeastern University Press, 2003).
11. Heywood L. The women's movement today: An encyclopedia of third-wave feminism. (Westport, Connecticut: Greenwood Press, 2006).
12. Reese J. The essential elements of third wave feminism. (LaVergne, TN: Six Degress Books, 2011).
13. Snyder R. C. What is third-wave feminism? A new directions essay. Journal of Women in Culture and Society. 34(1). 175-196(2008).
14. Mill J. S. The Subjection of Women. (New York: Henry Holt and Company, 1879).
15. Mises L. Liberalism. (San Francisco: Cobden Press, 2002).

16. Rowbotham S. Threads through Time: Writings on History and Autobiography. (London, 1999).
17. Adamson N., Molgat A. The mystique of feminist process: A report from the NAC AGM. Cayenne. 4(2). 5-6(1988).
18. Willis E. Radical feminism and feminist radicalism. Social Text. 9(10). 91-118(1984).
19. Whetmore E. (2014). Empowering Women—A Series of Articles About the Surge in and Fragmentation of Mid-20th-Century American Feminist Theory: Article 1: Radical Notions. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2158244014543784>. (accessed at 27.10. 2024)
20. Burnham L., Louie M. (1985). The Impossible Marriage: A Marxist Critique of Socialist Feminism. Available at: <https://www.goodreads.com/book/show/49208569-the-impossible-marriage>. (accessed at 2.09. 2024)
21. Rowland R. A child at any price? Women's Studies International Forum, 8(6), 539-546(1985).
22. Sekenova N.M. The current state of feminism in Kazakhstan and its prospects. Student Science Matters. 10(62), 161-165(2021)
23. World Economic Forum. (2023). Global Gender Gap Report. Available at: <https://www.weforum.org/publications/global-gender-gap-report-2023/digest/>. (accessed at 12.10. 2024)
24. United Nations Development Programme. (2024). Gender Inequality Index Report. Available at: <https://hdr.undp.org/data-center/thematic-composite-indices/gender-inequality-index#/indicies/GII>. (accessed at 12.10. 2024)

С.З. Тасболат

Эгей университеті, Измир, Түркия

Тұрмыстық зорлық-зомбылық мәселесінің «Адырна» парақшасындағы көрінісі

Аңдатпа. Мақаланың мақсаты – Қазақстандағы тұрмыстық зорлық-зомбылық мәселесінің БАҚ-та қалай көрсетілетінін зерттеу. Атап айтқанда, 2020-2024 жылдар аралығында «Адырна» ұлттық медиа порталында жарияланған тұрмыстық зорлық-зомбылық туралы мақалалардың тақырыптарын феминистік тұрғыдан талдауға бағытталған. Тұрмыстық зорлық-зомбылық – бұл әйелдерге физикалық, психологиялық немесе экономикалық зиян келтіру. Бұқаралық ақпарат құралдарының бұл мәселені қалай көрсететінін шешуші рөл атқарады. Себебі бұқаралық ақпарат құралдары қоғамның қабылдауына, заң шығарушылардың көзқарасына және әлеуметтік нормаларға тікелей әсер етуі мүмкін. Бұл мақала медиа-анализдің феминизм мүддесінде қалай пайдаланылатынын және гендерлік медиа контентін талдауда дискурс-анализінің тиімділігін көрсететінімен маңызды деп саналады. Ал зерттеудің практикалық маңыздылығы БАҚ қызметкерлеріне, журналистерге және әйелдер құқығын қорғаушыларға гендерлік тақырыпта мақалалар дайындау туралы идеялар береді. Мақаланың әдістемесі ретінде сыни дискурстық талдау таңдалды. Бұл әдіс мақала тақырыптарының негізінде жатқан идеологиялық көзқарастарды, билік қатынастарын және әлеуметтік нормаларды талдайды. Мақаланың теориялық негізін феминизм құрады. Мақалада келтірілген тұжырымдарға сәйкес, «Адырнадағы» тұрмыстық зорлық-зомбылық туралы мақалалар саны жыл өткен сайын артып келеді. Мысалы, 2023 және 2024 жылдары мақалалар санының едәуір көбейгені байқалды. Алайда, «Адырна» жаңалықтар порталының көптеген материалдарында жәбірленушіні пассивті түрде көрсететін, қылмыскердің атын жасыратын немесе оның әлеуметтік себептеріне

емес, зорлық-зомбылықтың жеке салдарына назар аударатын дискурс бар екені анықталды. Бұл тұрмыстық зорлық-зомбылықтың негізі себептерін көрсетпейді және патриархалдық нормалардың жалғасуына өз септігін тигізеді.

Түйін сөздер: тұрмыстық зорлық-зомбылық, феминизм, Адырна, сыни дискурс, медиа

С.З. Тасболат

Эгейский университет, Измир, Турция

Освещение проблем домашнего насилия на страницах портала «Адырна»

Аннотация. Цель статьи – исследовать, как проблема домашнего насилия в Казахстане освещается в СМИ. В частности, анализ заголовков статей о домашнем насилии, опубликованных на национальном медиапортале «Адырна» в период с 2020 по 2024 год, направлен на прочтение с феминистской точки зрения. Домашнее насилие – это проблема, которая наносит физический, психологический или экономический ущерб женщинам. То, как СМИ освещают эту проблему, играет решающую роль. Это связано с тем, что СМИ могут напрямую влиять на общественное восприятие, отношение законодателей и социальные меры. Данная статья важна тем, что показывает, как медиаанализ может быть использован в интересах феминизма и как дискурс-анализ может быть эффективен при анализе гендерного медиаконтента. Практическая значимость исследования заключается в том, что оно дает идеи работникам СМИ, журналистам и защитникам прав женщин о том, как готовить статьи на гендерную тему. В качестве методологии статьи был выбран критический дискурс-анализ. В рамках этого метода анализировались идеологические установки, властные отношения и социальные нормы, лежащие в основе заголовков статей. Теоретическую основу статьи составила феминистская теория. Согласно выводам, количество статей о домашнем насилии в «Адырне» с годами увеличивается. Например, в 2023 и 2024 годах наблюдалась значительная концентрация количества статей. Однако выяснилось, что в большинстве материалов новостного портала «Адырна» присутствует дискурс, который представляет жертву в пассивном виде, скрывает имя преступника или фокусируется на индивидуальных последствиях насилия, а не на его социальных причинах. Это игнорирует причины домашнего насилия и воспроизводит патриархальные нормы.

Ключевые слова: домашнее насилие, феминизм, «Адырна», критический дискурс, медиа

Information about the author:

Tasbolat S.Z. – PhD student, Ege University, Izmir, Türkiye

Сведения об авторах:

Тасболат С.З. – докторант, Эгейский университет, Измир, Турция

Авторлар туралы мәлімет:

Тасболат С.З. – докторант, Эгей университеті, Измир, Түркия



XҒТАР 19.41.07
Ғылыми мақала

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-151-2-62-83>

Заманауи коммуникация динамизмі: Париж олимпиадасындағы медиа этика мәселелері

Д. Қастай*^{ORCID}, Н. Алчинова*^{ORCID}

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

(E-mail: *dastan.kastay@gmail.com, alshinnurbibi@gmail.com)

Аңдатпа. Зерттеу мақаласында масс медианың қызметіне қатысты шетін жайттар талданып, этикаға кереғар оқиғалар мен құбылыстар зерделенді. Қоғамдық құрылымның, адами қарым-қатынастың зиянға шыққан зардапты тұстары қарастырылды, медиаэтика мен журналист этикасы бағытында зерттеу жүргізген бірқатар ғалымдардың еңбегі таразыланды. Зерттеу мақаласында бәдізделген негізгі тұжырымдар медиаэтиканың ғылыми мазмұнын байытуға, тың мысалдар мен соны жағдаяттарды жұлгелеуге, өмір шындығы мен журналистік байқампаздықты қатар тоқайластырып, толықтыруға серпін береді, салалық зерттеудің дамуына негіз болады. Зерттеудің ғылыми тұжырымы – XXXIII жазғы Париж Олимпиадасы кезінде тараған ақпараттық контенттердің журналистік һәм медиаэтикалық өлшемін сызу, жаңалық жасау әдіскерлерінің кәсіби қызметі, журналистік ұстанымының халықаралық шартнамалар, мемлекеттік кодекстер және этикалық ережелер жиынтығының мазмұнына сәйкестігін бағалау, спорт ақпараттарын жеткізуде қажыр-қайрат көрсеткен мамандардың амал-әрекетін ғылыми-сындарлық тұрғысынан сараптау. Зерттеу жұмысында деректерді саралау арқылы спорт сайыстарында хабар тарату ісінің жай-жапсары талданды, практикалық журналистиканың кейбір соқталы мәселелеріне теориялық анықтама әзірленді, медиаэтканың негізгі нысанадары жіктеліп, «БАҚ және демократия», «БАҚ және либерализм», «БАҚ және мораль» дәрегейінде қорытыланды.

Түйін сөздер: медиаэтика, кликбэйт, гендер, жедел репортаж, айтақ, өшпенділік тілі, манипуляция.

Кіріспе

Медиағалам – коммуникация мен ақпарат тарату құралдарын ортақ арнаға тоғыстыратын ақпарат жүйесінің инновацияшыл сипаты басым жиынтығы. «Медиа»

Түсті: 25. 12. 2024. Мақұлданды: 2.04.2025; Онлайн қолжетімді: 28.06.2025

сөзінің өзі латын тілінен аударғанда «бел ортасы» деген мағынаны аңғартады. Медиа ақпаратты таратушы мен алушының ортасында байланыс түзеді, ақпарат алмасу процесіне интегралды бітуажа болады. Бүгінгі әлемдегі жаһандық құбылыстар, индустриалды жүйесіңширығуы, технологиялық ресурстардың табиғи ресурстар үлесіне қарағанда артуы сынды факторлар әсерінен медиа саласы формациялы, өзгермелі сипат алды. Масс медиа жыл сайын түрлі технология мүмкіндіктерімен толығып, дамудың гиперқарқынды кезеңіне өтті. Медиадағы жедеғабыл өзгермелік әсерімен ақпарат тарату, бөлісу, саралау ырғағы жетілді, журналистер нысаналы тақырып, айшықты оқиғаны жазу, айту, санқырлы проблема есебінде тану, ауқымдандыру бағанында «жылдамдық пен жеделдік» не «бірінші болу» марафонында «бақ та, бап та шабыстыратын» болды. «Жылдамдық» категориясы масс медиа ғаламатына ғана емес, адам өмірінің әртарабына дендеп енді. Қарапайым тіршілік торабындағы жылдам дайындалатын тағамдар, жылдам жөнелтілетін хат-хабар, жылдам ақпарат алмасу, әп-сәттегі әбжіл байланыс, тез тіл табысып, жылдам жүз шайысу сынды сипаттардың барлығы модерн кезеңнің ең бүкпесіз, ашық та айқын сипатына айналды. Мұның бәрі ақпарат кеңістігінің динамикасын ширатып, жаңа мәселелермен бірге өмірімізге ұлы өзгерістер әкелді, жылдамдық жетегінде кету, ақпараттық нысананың үстіртін беткөбігін сүзу, БАҚ пен қарым қатынасқа түсетін «мемлекет-нарық-азаматтық қоғам» ұштағанының байланысын күрделендіру сынды кілтипандар салдарынан журнализм теорияларында дағдарысқа тап болған бағыттар төбе көрсетті, коммуникацияның жедеғабылдануы салдарынан медиаэтика проблемалары ортаға шықты. Әсіресе, ақпараттық кеңістіктің жаһандануына үлес қосқан медиаинтеграцияның ауқымды проблемалары жалпыадамзаттық науқандар, халықаралық саясат, геосаяси тұрақсыздық, спорт пен мәдени ықпалдастық жағдайында көлкіп, жұтаңдануымен көзге ұрды. Осындай этика мәселесінің қайшылықты тұстары XXXIII жазғы Париж Олимпиадасында байқалып жатты.

XXXIII жазғы Париж Олимпиадасы спортшылардың ғана емес, журналисттердің де бәсеке алаңы, бақ сынасар нүктесі, шеберлігі шыңдалар аламаны болды. Толассыз ақпарат, жылдам таратылған жаңалық-пікірлердегі «сүйіншілету сарынынан» (термин өзіміздікі), жанкүйерлерді адастыру, даурықтыру, іріткі салу сипаты байқалып жатты.

Спорт саласы тек ел ішінде емес, әлемдік деңгейде зор маңызға ие бағыт. Спорт жаңалықтарының медиадағы көрінісі әлемдік аренадағы елдің бет-бейнесін айқындайды. Алайда, бұл алаңда тек жылдамдыққа үстемдік беріп, басты қағидаттарға көз жұма қарау өрескел қателік саналады. Бұған дәлел ретінде төмендегі ойтоқтамға назар салайық: «Ақпараттық насихат соғысы шынайы соғысқа ұласады. Масс-медиа бұрыннан өшпенділік тілін таратушы, адами қасиеттерден жұрдай ету құралы ретінде пайдаланылып келеді. Қазір оған әлеуметтік желілер қосылды. Ақпараттық соғыста «тірі қалудың жалғыз ғана жолы бар, ол – сыни ойлау қабілетін шыңдау» [1, 7 б.]. Мұндай жағдайда жалған ақпараттардың тарауы, адамның жеке басына қатысты деректердің ашық жариялануы және жөнсіз жала мен дәлелсіз табалау сынды этикаға кереғар факторлар елеусіз, ескерусіз қалуы әбден мүмкін. Аталмыш келеңсіз жайттар мен қателіктер спорт журналистикасының сүйкімін кетіріп, сынын құртады. Кез келген ақпараттың кескін-келбеті, аудиторияға ұсынылуы мен таралу сипаты қоғамның таным, сауат және өре деңгейін айшықтайды.

Зерттеу әдісі

Қазіргі журналиске қойылар талаптар қатарындағы ең маңызды тараулардың бірі – этика мәселесі. Журналист этика нормаларын да, құқықтық заң нормаларын да жетік білуі тиіс. Олар билік өкілдерімен, әртүрлі сала мамандарымен, сонымен қатар қарапайым халықпен коммуникация құрады, әлеуметтік құбыстарға араласады, қоғамның дамуы не кері кетуін бағдарлайды, тұтас тарихтың хроникасын жасайды. Сондықтан шашыраңқы деректерді салалы, сапалы, сауатты топтастыру, медиаалаң мінберіне шығару, елге тарату мен кәдеге жарату сынды міндеттемелер медиаэтика заңдылықтарына, журналистік әдеп пен мораль талаптарына сай жүлгеленуі қажет.

Медиаэтика мәселелері жалпыэтика заңдылықтарымен сабақтас, өзектес. «Медиа-этика мінберіне» шығуды көздегендер:

- жалпы этика қағидаларының нормаларын, философтардың пайымдарын;
- адамгершілік этика қағидаларын;
- журналистік этика мен медиаэтиканың арақатынасын;

– этика қағидалары мен этика кодексін, т.с.с. жетік білгені дұрыс. Біз де ізденіс барысында журналистің кәсіби білігін арттыруға арқау болар «Медиа мен журналистика. Теория мен тәжірибеге жаңа көзқарас» (Қазақстанның ашық университеті), Римма Жақсылықбаеваның «Журналист теориясы» (2013), Тұрсын Ғабитовтың «Этика және қазақтың әдеп мәдениеті» зерттеулерін негізге алдық, белгілі ғалымдар Бейнбриж Жейсон, Гос Никола, Тайнан Лиздің «Медиа және журналистика: теория мен практикаға жаңа көзқарас» (2019), Ли Энн Пек, Гай С. Рилдің «Медиа этика. Жас мамандардың тәжірибесінен» (2018), Аронсон Эллоттың «Көпке ұмтылған жалғыз. Әлеуметтік психологияға кіріспе» т.б. медиа саласын зерттеушілердің талқылауларын таяныш еттік. Бұл еңбектердегі теория тарамы ғана емес, медиаортадағы әртүрлі кейстерді талдауға құрылған практикалық дәстүр шымырлығы да жұмысымызды құнарландыра түсті.

Жоғарыда аталған деректер мен ғылыми тұжырымдарды топтай келе, мақсатқа жету жолында философиялық зерттеу әдістеріне сүйендік. Соның ішінде, деректерді талдау мен құбылыстарды саралау арқылы өмір шындығын бейнелейтін оқиғалардың жай-жапсарын саралауға, кәсіби шеберлікке кереғар қадамдардың тігісін жатқызуға, аналитикалық ойлау қуаты арқылы этикалық мәселелердің соқталы санатына баға беруге болады. Зерттеу мақаласының негізгі ұстыны – жағдаяттардағы жадағай, шетін мәселелерді талдау, кейстерге ғылыми анализ жүргізу.

Зерттеу нәтижелері мен талдау

Этика – адам бойындағы ізгі қасиеттерді қалыптастыратын ғылым саласы. Кейбір ғалымдар этика және мораль терминдерінің тарихын неміс тіліндегі «Sittlichkeit» терминімен («Sitte» «мінез», «slichkeit» «өнегелі») қарастырады [2, 10 б.]. «Этика», «мораль», «адамгершілік» – бастапқы мәнде әртүрлі сөздер болғанымен, бір терминдік ұғымдар. Сонымен қатар этика – білім, ғылым саласының басты тармағы, мораль – сол салаларды оқытатын пән [3, 6 б.]. Этикалық қағидалар қатарына парасатты болмыс,

сыпайы сипат, айрықша әдеп, саналы әрекет, өзгенің ой-пікірін, жеке таңдауын сыйлау, адалдық пен әділдікті көздеу сынды кісілік құндылықтарды сыналай қағуға болады. Кісілік қасиеттер қызмет барысында кәсіптік әдептің элементтерімен де қиюласып отырады. Кәсіптік әдеп – жалпы адамзаттық моральдың бірлігі арқылы байланысады. Осы себептен де әр кәсіп саласының өзіне лайық әдеп нормалары туып, қалыптасады [4].

Біздің бағдарымыздағы басты кәсіби әдеп – медиаэтика қағидаттарын сақтау. Медиаэтика мәселелерінің іргетасы адамгершілік, ар-ұят, әдеп сыпаттарымен қаланады. Әдеп нормаларында адамның арын таптап, негізсіз тұқыртуға, намысын жаншуға үзілді-кесілді тыйым салынған. Біздің халқымыздың дүниетанымында да «Әдеп – ілімнен бұрын келеді», «Әдепті бала – арлы бала» деген даналық тізбектерінің кең тарауы бекер емес.

Адамгершілік этикасы – адам табиғатына негізделген жақсы қасиеттердің жиынтығын айқындайтын қағидаттар қосыны, ізгі немесе моральдық мәрт мінезді тәпсірлейтін айқындама. Ал журналистік этика – жаңалықтар жинаудың адал жолдарын қолдана отырып, маңызды жаңалықтар мен қоғамдық көзқарастарды әділ жеткізу [5, 3 б.].

Журналист этикасы мен медиа этиканың бағдары көп жағдайда бір-біріне ұқсай бермейді. Журналист этикасы – ұлттық, халықаралық заңдар арқылы жүйеленіп, арнаулы талаптар негізінде қадағаланады. Медиаэтика – аудиторияға да, журналиске де ортақ ережелер жинағы. Негізінен алғанда, журналист этикасы – ақпарат маманының кәсіби бейнесін сәулелендіреді, медиаэтика – ақпараттық қоғам өкілдерінің мінез-құлқын бағдарлайтын әдіснама, ереже немесе заң емес, нақты методикалық ұсыныстар негізінде іске жегіледі. Бүгінгінің медиатұлғасы – интернет алаңындағы контент дайындаушылар медиаэтика кодекстерін қатаң сақтауы қажет. «Себебі медиа мамандары дәрігер, заңгерлер секілді лицензия алмайды, этика кодекстерін бұзғаны үшін лицензиясынан айырылмайды. Этика кодексін бұзу әлеуметтік қауымға зиян келтіріп, мамандық беделін түсіреді» [6, 40 б.].

Әдетте, этикалық нормалар заңды түрде реттеуге келмейтін қоғамдағы қарым-қатынасты реттеуге арналған. Оның бұйыру, басқару нысаны өте әлсіз болады [7, 65 б.]. Көп жағдайда «жас журналистерді жылдамдыққа үйрету желегі қызмет нәтижесінің сапасынан гөрі санын жақсартуға ғана әсер етіп жатады. Сондықтан журналистер жаңалықтарды дұрыс бағалай білу және қиын шешімдерді мерзімінде қабылдау бойынша тәжірибеден өтуі керек [8]. Бір сөзбен айтқанда, қоғамдық міндет пен әлеуметтік жауапкершіліктің назарға алынуы, адамзат белсендігі, халықаралық қатынастардың жандануы (Париж олимпиадасы мұның бір мысалы), геосаяси ахуалының шеленісуі, ақпараттық әсердің күшеюі сынды факторлар ықтасынында медиаэтика мәселелері де күрделене береді. Мұның өзі коммуникация зерттеушілерін жаңа бағдарларға адым аттауға, тың тармақтарды толық зерделеуге міндеттейді.

Ақпарат майданында ең қуатты күш – ақпараттың сипаты. Ақпараттың қуаты дәйек пен дерекке негізделген өзіндік өтімділігімен өлшенеді (жеке пікіріміз). Мәселен, ғалым Тұрсын Ғабитовтың «Этика және қазақтың әдеп мәдениеті» кітабында: «Адам мен адам арасындағы жанды жеке байланыс, барлық қоғамдық инстанциялардың «адамгершіліктігін» сезіну, олардың нақты тұлғаларда көрініс табуы мен өкілеттілігі қоғамдық тұтастықтың өмірлік бірлігін сақтап, қолдап отыратын үздіксіз қан айналымы

тәрізді», – деген мәселе сөз болады [9, 8 б.]. Біз бұл үзіктен коммуникация қызметінің қоғамдық тұтастықты сақтау үшін маңызды екенін түсінеміз.

Белгілі журналист, медиаэтика мәселесін ақпарат мінберінен көтеріп жүрген білікті маман Жұлдыз Әбділда да «Практикалық журналистика» жинағында жазған «Журналистік этика» атты материалында: «Иә, біз жауапты қызметте отырған азаматтардың қызметіне салғырт қарауы, қызметін асыра пайдалануы, мемлекетке залал келтіруі (әрине, дәлел болған жағдайда) туралы жаза аламыз. Бірақ адамның жеке өміріне, егер ол мемлекеттік қызметіне залал тигізбейтін болса, қол сұға алмаймыз. Заң бойынша тіліне, дініне, нәсіліне, түр-түсіне, жынысына, саяси немесе басқа да наным-сенімдеріне, ұлттық немесе әлеуметтік тегіне, мүлктік, тектік немесе топтық ерекшеліктеріне қарамастан, барлық адамның құқығы тең және оған қол сұғуға болмайды. Біріккен Ұлттар Ұйымының Адам құқықтары жөніндегі жалпыға ортақ декларациясы осылай дейді. Халықаралық құқықтық құжат бойынша, адамның жеке басының құқықтарына қол сұғуға, ар-намысына тиюге, намысын таптауға жол жоқ», – деген тоқтамға келеді. Бұл тұжырым Қазақстан Республикасының Конституциясы, негізгі заңның 14-бабы, 2-тармағында да нақтыланған[10, 143-144 бб.].

Журналист кез келген адамның (беделді тұлға, әнші, спортшы) жеке өмірін, өзіндік сенімін, жынысын, ұлтын, дінін талдап, ақпараттық бояма құрып, осылайша кейіпкерді публикалық айыптаудың алғышартын құра алмайды. Орынсыз, жүйесіз жазылған жаңалық пен доңайбат ақпар кейіпкердің қоғамдық келбетіне көлеңке түсіреді. Мәселен, Париж Олимпиадасына бірер күн қалғанда Қазақстан Теннис федерациясы Елена Рыбакинаның денсаулығына байланысты ойынға қатыса алмайтынын мәлімдеді. Дәрігерлер тыныс алу жолдарының асқынуына байланысты Елена Рыбакинаның олимпиадаға қатысуына тыйым салды. Олимпиада кезінде Qaz365.kz сайтында «Түркияда демалып жатқан Рыбакина Олимпиададан бас тартты» деген тақырыппен материал жарияланды. Осындай «айқайлаған» кликбэйт арқылы жұрт назарын аудару, рейтинг пен қаралым санын мақсат етіп, ақпараттың маңызсыз бөлігіне назар аударту – бұрмаланған материалдың кескіні [11]. «Түркияда демалып жатқан» деген сөзді алға тарту BBC ұсынатын негізгі этика принциптеріне сай келмейді. Қағидада: «Журналист:

- Плагиат;
- Әдейі бұрмалап түсіндіру;
- Ойдан құрастыру, жала жабу, диффамация, өтірік қаралау;
- Ақпаратты жариялау үшін немесе оны қоғамнан жасырып қалу үшін пара алудың

кәсіби этикаға мүлдем қайшы екенін білуі тиіс» делінеді [10, 151 б.]. Кейін медиада Елена Рыбакинаға және мұндай «сорақы шешімге» қатысты негатив, теріс пікірлер белең алды. Бұл мәселеге қатысты спорт журналисі Руслан Меделбек жеке Facebook парақшасында нақтылай жазып, «тұтас қоғам құруға деген талпыныстың аздығын» былай айыптады: «Рыбакина біраз күннен кейін ауырып қалғанын айтып, видео мәлімдеме жариялап, кешірім сұрапты. Бір спортшыны осыншама деңгейге дейін түсіріп, сынап тастайтын біраз қатыгездеу жанкүйер екенбіз. Оған журналистер де (әсіресе қазақ тілді) май құйып жатыр. Өкінішті. Қайсы журналист, қайсы жанкүйер айыра алмай қалдым. Спортшыны түсіруіміз де, көтеруіміз де бір сәт. Асланбек, Қамшыбек жеңсе батыр, жеңілсе әлсіз...

Елена жеңсе алтын қыз, жарысқа денсаулығыма байланысты қатыса алмадым десе де сын таусылмай жатыр. Спорт алдымен спортшының жеке жолы. Оның жеңілісінен я жарысқа қатыспауынан мәселе жасайтын қоғамда ғылым, медицина, сыни ойлау дами ма?... Біздің спортшылар жеңілсе халықтан кешірім сұрап әлек. Бұл жақсы үрдіс емес. Ұлттың рухын спортқа қана тіреп қоюға болмас. Ұлы ұлттар ғылым, білім, медицина, сапалы өмір, спортты қатар алып жүреді. Қазақ қоғамы да соған ұмтылуы керек» [12]. Шынымен де, мұндай агрессивті пікірлер ұлтаралық қақтығысқа жол ашарын, тұлғаның кәсіби әрі адами бейнесіне көлеңке түсірерін ескерген жөн. Аудитория этика нормаларына сай ақпарат алу арқылы адамның бәріне тең қарауды үйренеді және өзгені жазғырусыз, айыптаусыз-ақ өз пікірін адекватты түрде жеткізуге машықтанады. Журналистер қоғамға ықпалды күш ретінде жауапкершілікті сезініп, ақпараттың кескіні арқылы аудиторияны дұрыс жолға бағыттауды да ескергені дұрыс. Мұндайда мына бір пікір қалың көпшілікке ой салмай қоймайды: «Өкініштісі, Париж олимпиадасы алыстағы қазақтың әлі де біріге алмай жатқанын, бірнеше ұлт пен ұлыстан құрылған тұтас қоғам ұлт құруға деген талпыныстың әлі де аздығын көрсетті. Біздің қазаққа адам деп, өзге ұлтқа мұрын шүйіре қарайтын қоғам екеніміз қынжылтты. Ұлы ел боламыз десек ұлтқа бөлінбейтін, Қазақстанның формасын киген барлық спортшыға бірінші адам деп қарайтын қоғамға айналамыз. Өзгенің жетістігін төмендететін емес қуанатын қоғам болады. Тілегім сол» [13]. Расымен, спорт жолын өміріне негіз еткен азаматтарды күстаналаудан тайынбайтын журналист әріптестер де кездеседі. Мәселен, журналист Нұргелді Әбдіғаниұлының төмендегі жазбасы «өзімдікі және өзгенікі» деген сарынға құрылған: «Спорттың қыр-сырын білген маман болмасақта, Қазақстанның көк паспорты нәсілі де, ниеті де бөлек келімсектерге оңды-солды шашыла бермеуі керек деп айттық, сан рет. Шетелден келген спортшылардың көздегені көк паспорт емес, көк пәшкі ақша. Қазақтың ақшасы» [14]. Нұргелді Әбдіғаниұлы шетелдік спортшыларды «нәсілі бөлек» деп атап айтып, бөлінуге басымдық береді. Бұл ғана емес, Олимпиада басталғалы ел ішінде нәсілі, ұлты бөлек спортшыларды кемсіту оқиғаларының жиілегені байқалады. Легионерлерді шақырудың қажетсіз екенін жеткізудің бұдан да оңтайлы жолдары бар. Өйткені, мұндай шалағай әрекеттер ксенофобтық танымның өршуіне сеп болады, оларды «бөтен» есебінде танып, қабылдай алмайтын қоғам өкілдерінің артуына жол ашады. Олимпиада кезінде журналистің толерантты болуы және ксенофобтық әрекеттерден аулақ болуы маңызды. Себебі, толеранттық – төзімділік таныту, өзгелердің кемшілігіне түсіністікпен қарау. Ал ксенофобия – діні, салты, ұлты бөлек жандардан қорқу, оларды жек көруден туады» [15, 404 б.].

Журналист қоғамда әртүрлі әлеуметтік топты біріктіріп, байланыстырып, олармен тең қарым-қатынас құрады. Әртүрлі адамдар топтасқан тұста пікір алуандығы «плюрализм» көрініс табады. Осы ретте, екі тараптың да пікірін қалың көпшіліктің естуіне жол ашып, пікірлер балансын сақтау тұрғысынан, екеуара өшпенділікті азайтуда журналистке толеранттық қажет. Өйткені, толерантты журналист – қоғамның бой түзеуіне, өзгенің пікірін, ұстанымын сыйлауына және адамды орынсыз жазықсыз жазғырмауына ықпал етеді. Осы орайда, журналистер ге ксенофобиядан толерантты болу арқылы қорғану тәсілін ұсынамыз.

Адамды нәсіліне, ұлтына, дініне қарай бағалау – әбестік. Масс медиа алаңында спортшының ұлтына, шыққан тегіне екпін беру спортшы хақында теріс түсініктің қалыптасуына, пікірді оқыған адамның өзге этносқа қарсы көзқарас қалыптастыруына әсер етеді. Кейіпкер не спортшы дискриминацияға ұшырайды. Біздің бұл айтып отырған пікіріміз Сөз бостандығы үшін жұмыс істейтін Кәсіби журналистер қауымдастығының (КЖҚ) ұстанымымен үндес. Қауымдастық журналистерді бірінші кезекте жоғары адамгершілік құндылықтар мен этикаға сүйене отырып, «ешкімге зиян тигізбеу» ұстанымы бойынша жұмыс істеуге шақырады. Бірақ журналистикада «ешкімге зиян тигізбеу» мүмкін емес болғандықтан, журналист «зиянды барынша азайтуы» тиіс. КЖҚ тұжырымдамасында «әдепті журналистика дереккөздеріне, субъектілеріне, әріптестері мен жалпы қоғамға қорған болады» деп жазылған [16, 140 б.].

Париж олимпиадасында спорттық гимнастикадан күміс медаль иеленген Нариман Құрбановты жаңалық жазушылардың бір парасы «ұйғыр» деп атады. Жүлдегер – Қазақстан азаматы. «Beksports» онлайн платформасында «Нариман Құрбановтың тойында ұйғыр тілінде тілектер айтылды» деген тақырыппен видео-ақпарат жариялады. Тойдан ақпарат тарату этикалық тұрғыдан, заңи тұрғыдан дұрыс әрекет емес. Той-жиын адамның жеке таңдауы мен қалауының көрінісі, әдетте, мұндай қуанышта жеке өмірі жайлы сөз қозғалады, құндылықтары, сенімі мен сезімі ортаға шығады. Демек, тойдан ақпарат тарату – адамның жеке өміріне қол сұғу. ББС-дің редакциялық құндылықтарының «жеке өмірге құрмет» тармағында: «Адамның жеке өміріне құрметпен қарау қажет. Жеке өмірге араласу тек игі істерге бағытталса ғана орынды болады. Жалпы, жеке мінез-құлық, хат-хабарлар, әңгімелер қоғамға, көпшілікке ортақ мүддеге негізделмесе, сұраныс болмаған жағдайда жарияламау керек» дегенге баса мән беріледі [17].



1-сурет. Нариман Құрбановқа қатысты онлайн платформаларда жарияланған ақпарат

Журналист қоғамның ақпаратқа деген қажеті мен одан келуі мүмкін зиянның, келеңсіздіктердің алдын-алуда тепе-теңдікті сақтауы керек. Ақпаратқа кейіпкер болған немесе қамтылып отырған адамдарға құрмет көрсетіп, жәбірленушілер мен қарапайым дереккөздердің де өміріне қатер төндіріп алмау жағын қарастырған жөн. Бұл тұрғыда әр адамның құндылықтары мен оның нәсілі, ұлты, өзге де ерекшеліктері ескерілуі керек. Мәліметтерді заңды жолмен алу мен ақпаратты жариялауда әдептілік негіздері бойынша ақ-қараны ажыратудың айырмашылықтарын тану маңызды. Естеріңізде болсын, жеке адамның өз өмірі туралы мәліметтерді жариялау немесе жарияламау еркі (ықтияры) қоғамның оған деген қажеттілігі мен лауазымды немесе ықпалды тұлғалардың соған деген сұранысынан анағұрлым маңызды. Жеке басқа қатысты ақпаратты жарияламас бұрын, оның кесірі тиіп кету мүмкіндігін таразылаңыз. Жарияланатын ақпараттың ұзақ уақыт бойы өзектілігін жоғалтпайтынын және ақиқат күйінде қалуын ойластырыңыз.

Париж Олимпиадасында жүлде еншілегендерге және жеңіске қол созым қалғанда (н/е жарыс жолында) сүрінген қатысушыларға, жалпы спортшыларға сый-құрмет көрсету жайлы медиа алаңда жаңсақ пікірлер белең алды. Спортшыға арналған марапат хақында спорт журналисі Айдос Рымқұл былай дейді:

«Нариман Құрбановқа ұлты басқа болғаны үшін сый көрсетілмеді ме? Жекеге осындай сұрақ келіпті. Нариман Құрбановтың ұлты ұйғыр болғаны үшін сый құрмет көрсетілмеді ме?.. Нариман Құрбанов Алматы қаласының спортшысы. Олимпиадаға қатысқан әр спортшыны өз регионы сыйын көрсетіп, күтіп алып жатыр. Алматылықтарға әлі ондай қошемет жасалмады. Сый көрсетілмегендер ішінде Назым Қызыбай мен алғашқы жүлде әкелген атқыштар да бар. Неге олай? Өздеріңіз білесіздер біраз күн бұрын Парижде Алматы қаласы спорт басқармасының басшысы мезгілінен бұрын қайтыс болды. Яки қазіргі күні ол жақта үлкен ауыс-түйістер болып жатыр. Спортшыларды ойлайтын уақыттары да жоқ шығар. Ал мемлекеттен берілетін 1-2-3 орындар үшін ақшалай сыйлықтары үкімет тарапынан міндетті түрде берілетін болады...» [18]. Спортшы ұлтына қарай әртүрлі деңгейде марапат алады деп қарастыру қате (теріс) көзқарастың көрінісі. Дәл сол сияқты марапат табысталған соң (жеңілген) спортшыны сый-құрметке лайық көрмеу оның спорттық еңбек жолын құнсыздандырумен тең. Жеңісі мен марапаты арқылы спортшының болмысын бағалау өре мен әдеп тұрғысынан ілгерілеуді қажет ететін қоғамның көрінісі. Медидағы қуанышты немесе қайғылы ақпаратқа қатысты қоғамның қолдауы, я қарсы пікірі этика мәдениетінің деңгейін айшықтайды.

Сенсациялық сипаттағы ақпараттардың басым бөлігі сайып келгенде фэйк жаңалықтардан тұрады. Bir.bol сайтының «Италиялық боксшы қыз олимпиада ойындарында «ер адаммен» жұдырықтасудан бас тартты» деген тақырыппен жарияланған материалында өшпенділік тудырушы лексика нышандары байқалады. Нақты айтсақ, тараған ақпаратқа қатысты фактчек жасалмаған, тексерілмеген ақпаратты таратып, спортшының беделіне нұқсан келтірді. Сонымен қатар, жалынды тақырыптың өзі BBC-дің редакциялық құндылықтары қатарындағы «жеке өмірге құрмет» тармағына кереғар. Себебі, «Адамның жеке өміріне құрметпен қарау қажет. Жеке өмірге араласу тек игі істерге бағытталса ғана орынды болады. Жеке мінез-құлық, хат-хабарлар, әңгімелер қоғамға, көпшілікке ортақ мүддеге негізделмесе, сұраныс болмаған жағдайда жарияламау керек»

[17]. Ал «Семей» телеарнасының редакторы Қуаныш Рахметолла: «Париж Олимпиадасы ашылуынан бастап ұнамаған еді. Бүгін малғұн трансгендер «еркек» әйелдермен қолғап түйістіргені азғындықтың шыңы болды. Жалпы тарихта Азғындықты насихаттаған олимпиада болды. Ұйымдастыру комитетінде адам емес, малғұн ібіліс отырған сияқты», – деп жазады [19]. Бір қызығы, ақпарат өзектілігін жоғалтса да, яғни ақиқат емес, жалған ақпарат екені дәлелденсе де, жазбалар әлеужеліден өшірілмеді. Сонымен қатар бұл ВВС тележурналистерінің этикалық кодексінде көрсетілген ҚАТЕНІ ТҮЗЕТУ қағидасына қарсы. Қателікті дер кезінде нақты мойындап, жазбада қателік барын ескертіп, артынша дұрыс нұсқаны жариялау қажет [20].

Бұл жайлы, алжирлік боксшыға қатысты айыптауларды Нұрбек Түсіпжан төмендегідей таразылайды: «Иман Хелифтен ұялмадыңыздар ма? Сонымен өтірік пен шынды араластырып, біраз жерге дейін бардыңыздар. Боксшы жарық дүниеге еркек боп келмеген екен және жынысын да өзгертпепті... Бұған дейін 2020 жылғы (2021 жылы өтті) Токио олимпиадасына да қатысыпты. Араб елдері арасындағы түрлі турнирлерде де топ жарып жүріпті. Желіде біразыңыз қатты пікір айттыңыздар. Арасында дін ұстаған, аузынан Алласы түспейтін талай адам Иман Хелифтің сыртынан «малғұн», «шайтан», «азғын» т.с.с талай ғайбатты жібердіңіздер. Бұған қоса олимпиада өткізіп жатқан Францияға лағынет қардай борады... Әдетте біреу фейк таратады. Оны көбіне саржағал басылымдар немесе тек пропагандамен айналысатын сайттар іліп әкетеді. Өкініштісі – өзін журналист, коуч, ақылман, тағы бірдеңе санайтын замандастар, ағалар соған еріп кетеді. Еріп қана қойса, онысының қате екенін түсініп, кейін кешірім сұраса құба-құп. Жоқ. Міз бақпайды. Ұялсаңдар еді», – деп пікірін жазды [21].

Париж олимпиадасы кезінде журналистер арасында ақиқат пен жалғанның аражігін ажырата алмау, ақпараттық сауаттың төмендігі сынды бірқатар мәселелердің бар екені аңғарылды. Негізінен алғанда, фейк ақпараттың бастауы – факт пен пікірді айыра алмауда. Журналистикада ақиқат пен жалғанның ғана емес, сонымен қатар факт пен пікірдің ара-жігін ажырата білу аса маңызды. Қазақстан журналистері этикалық кодексінің 4-бабының 4-тармағына сәйкес «Журналист өзінің қызметінде деректерді, пікірлерді, бағамдарды, болжамдарды, нұсқаларды және жорамалдарды жеке көзқарасы тұрғысынан нақты айыра біледі» [22, 42 б.].

Иман Хелиф кейсінде медициналық сараптама нәтижесі шықпастан жалған ақпаратқа жол ашылды. Оған дәлел болар аргумент анықталмастан үзілді-кесілді бір байламға келу, сол сарындағы ақпаратты жариялау журналистке жат әрекет. 4 қараша күні франциялық журналист Джаффар Айт Аудиа Франция мен Алжир клиникалары арасындағы келісім бойынша жасалған медициналық сараптама қорытындысын негізге алып, боксшы Иман Хелифті биологиялық ер адам деуге болатын дәлелдер тапқаны хабарланды. Нақты сараптамасыз «сөз айту» арқылы масс медиадағы өшпенділік тілінің үлесі артып кетті. Өшпенділік тілінің белгілеріне тоқталайық:

1. «Біз» және «Олар» болып бөліну.
2. Бүтін бір этникалық немесе әлеуметтік топ бірден «жаман» болып шыға келеді.
3. «Біз оларға қарсымыз» – қарсы қою.
4. Дегуманизация жасаушылардың өзі де адамгершілігін жоғалтады

5. Аргумент ретінде жалған деректер қолданылады.

6. Қақтығысқан жақ хайуанмен салыстырғандықтан, адамдықтан азады.

Жауды адам емес деп көрсету үшін әйелдерге, қарттарға, балаларға қатысты қылмысқа баса көңіл аударады [7, 38 б.].

Пропагандалық, манипуляциялық сипаттағы ақпаратты жіті зерттеу, күнгейі мен теріскейін толық зерттеу – әрбір журналист үшін бұлжымас қағида, айнымас ереже болуы тиіс. Жалған ақпарат әсерінен аудитория, белгілі бір әлеуметтік топ кейіпкерге қысым жасап, өміріне қауіп-қатер төндіретін жағдайлар да кездеседі. Теріс әсерлі ақпаратты қабылдаған, медиаэтика заңдылықтарына сай келмейтін ақпараттық аргументтің жетегінде кеткен көпшілік қауым жаңылады, оқиғаның байыбына бармай жеке тұлғаның кісілік келбетіне нұқсан келтіріп, құқығын аяққа таптайтын сөздерді іске жегуі мүмкін. Мысалы, белгілі дәстүрлі әнші Елена Мәжитқызы спорт ақпаратын бұрмалап, әлеуметтік теңдікті теріс танытқан медиажағдайға қатысты: «Адамзат тарихында әйелді қорлау осынша масқара, азғындық деңгейде болмаған шығар... Италиялық боксшы қызды аяғаным-ай... Париж олимпиадасы – ең жабайы, ең сұмдық, ең азғын олимпиада!», [23] – деп жазады. Париж олимпиадасындағы спорт шараларының өткізілу деңгейіне, ұйымдастырылуы сипатына емес, адами құқық пен адамзаттық құндылықтардың жұтаңданып, гендер мәселесінің қайшылықтарын айыптайды. Дәл осындай сипатта жалған ақпаратты негізге алып, пікір білдіргендердің бірі Камшат Тасболат фейсбук парақшасында: «Еркек пен әйелдің боксын «гендерлік саясат қой» деп әжуалап жатқандар бар екен... Гендерлік саясат дегеніміз – физикалық жағынан әлсіз әйел мен күшті еркекті (ХУ хромосомасы бар) төбелестіру емес! Гендерлік саясат дегеніміз – отбасында, мектепте ұл-қыз деп бөлмеу, жұмыста, қызметте, қоғамда әйел-еркек деп алаламау», – деп жазады [24]. Бұл мысалдардың барлығын медиаэтика безбеніне салсақ, өрескел қателіктерден көз ашпай қалар едік. Тұтас ақпараттық кеңістік өкілдерінің спортшыға қатысты жалған ақпарат таратуы, мәселенің ақ-қарасын анықтамай жатып, дүрмекке ілесуі журналистиканың кәсіби әлеуетіне көлеңке түсіреді. Филология ғылымдарының докторы, профессор Кәкен Қамзиннің мына бір сөзін журналистер аса қатаң түрде ескеруі тиіс: «Журналистиканың басты кейіпкері – шындық» деуден әсте жалыққан емеспін. Қазіргі ақпараттық кеңістікте хайп қуып рейтинг жинауды, манипуляция тәсіліне жүгінуді, дүрмекке ілесе ел көшті, жау шаптыны тіршілік көру салтына айналдырып алған блогосфера «майталмандарын» құп көрмейтінімді шәкірттеріме әманда ашық айтамын. Классикалық журналистика талабына қарайлар болсақ, интеллект, дарын мен талант жасампаздыққа, сындарлыққа қызмет еткен жағдайда ғана өркениет пен мәдениет қапысыз ілгері басады» [25].

Кейіпкерге, оның діни ұстанымы, сенімі, саяси таңдауы, өмірлік қағидасына қатысты негізсіз ақпарат таратып, озбыр айыптауға, арандатуға үндейтін тіркестерді қолдануға болмайды. Қайшылықты жағдайда сауатты шешімге бойлау, түрлі сипаттағы қақтығыстың алдын алу, мейілінше қауіп-қатерді сейілту – журналистің басты міндеті екенін жоғарыда айттық. Десе де, журналистердің ақпарат тарату ісіндегі кәсібилікті коммерциялық құндылық ретінде тануы да зиянға шығып отыр. Медиада журналистердің кейіпкерді жіті тануға, сонымен қатар оқиғаның салдарын ғана емес,

себебін анықтауға деген ынта жігердің бәсең әрі болбыр болуы және ізденістің аздығы байқалады. Бұған қатысты «Көпке ұмтылған жалғыз. Әлеуметтік психологияға кіріспе» кітабындағы мына бір үзікке назар аударсақ: «Негізгі факторлардың бірі – көрерменді қызықтыру екені анық. Су астында қалған қаланың кадрлары тасқынның алдын алу үшін бөгет салып жатқан адамдар кадрына қарағанда әлдеқайда «қызықтырақ». Өйткені құрылыс барысы көрерменді тарта қоймайды. Бірақ бөгет жайлы ақпарат бәрінен маңызды болуы мүмкін» [26, 63 б.].

Оқиға қалай болды, дәл солай аудиторияға жай ғана баяндау – жеткіліксіз. Журналистің ақпаратты сараптап, оқиғаның себеп-салдарын түсіндіруі көрерменнің жаңалықты қорытып, өзіндік тұжырым шығаруына сеп болады. Ал толық зерттелмеген, жай-жапсары анықталмаған оқиға жайлы аудиторияның көзқарасы бұлыңғыр болуы әбден мүмкін. Біздің бұл пікірімізді кәсіби журналист Сәкен Сыбанбай да құптайтындай. «Қазіргі ақпараттық қоғамдағы басты қару – әлеуметтік желілер мен БАҚ. Оның ішінде Instagram, Facebook парақшалар, Telegram, Youtube-арналар, газеттер мен сайттар да бар. Алайда оқырман жинап, халықтың сеніміне кіріп алғаннан кейін кейбір блогерлер мен журналистер қарақан басының қамын күйттеп, қалаған тақырыпта жазба жариялап, видео түсіре беретін болды. Шебер үйлестіре қиюын келтірген кезде оның қайсысы шын, қайсысы өтірік екенін, қайсысы журналистің өз ойы, қайсысы ақшаға жазылған, айтылған ой екенін білмей де қаласың. Бұл жерден қандай үрдісті байқауға болады? Кейбір ақпарат таратушылар қоғам арасында өздерінің сөзі салмақты екенін біліп, соны пайдалануға тырысады. Яғни өз имиджін пайдалана отырып, қоғам пікірін манипуляциялап, өзгертуге, басқа бағытта қалыптастыруға ықпал етпек болады» [27].

Әлеуметтік желідегі деректердің басым бөлігі дәйек-дәлелсіз. Журналист Жұлдыз Әбділда: «Әлеуметтік желі – ақпарат көзі емес. Өкінішке қарай, бүгінгі күні әлеуметтік желі негізгі ақпарат көздерінің біріне айналып отыр. Егер қандай да бір мемлекеттік мекеменің өкілі сол мекеменің жауапты қызметкері ретінде тіркелген ашық аккаунт бетінде әртүрлі ақпараттар тарататын болса, ол назар аудартуы мүмкін. Ал кез келген мемлекеттік қызметкердің әлеуметтік желіде жеке өз атынан ашылған, қызметі көрсетілмеген, тек өз достарына ғана ашық аккаунты болса, ондағы кез келген жазба ақпарат көзі бола алмайды» [10, 144 б.].

«Журналист әр уақытта әңгімелеседі, мамандығының ерекшелігі де сонда: әңгімелесіп, сұрап алмағаныңша, ештеңе де біле алмайсың. Сұхбаттың мақсаты жөнінде профессор Темірбек Қожакеев былай деп жазады: «Интервьюдің мақсаты – қоғамдық маңызы зор бір мәселе, оқиға, тың бастама қызықты құбылыс жөніндегі соған қатысы бар, өзі араласқан беделді де білікті адамдардың, мамандардың пікірімен жұртшылықты таныстыру» [3, 102-100 бб.]. Біреудің жеке өмірі, қандай да бір тәуелділіктері қоғамдық маңызы зор мәселе деңгейінде ашық талқыланбауы тиіс. Мысалы, журналист Нұрсейіт Жылқышыбай «Уақыт көрсетеді» ютуб арнасында ауыр атлетикадан әлем чемпионатының күміс жүлдегері, алғашқы Азия чемпионы Алмас Өтешовпен сұхбатын жариялады. Ел назарынан тыс қалған спортшы жайлы шығарылым біраз шындықтың бетін ашты, қоғамда ұзақ уақыт бойы талқыланды. Әйтсе де, журналистің қалт кеткен тұсын атап өту қажет-ақ. Журналист сұхбаттың 21:40 минутында Алмас Өтешовке

«Ішімдікке қаншалықты тәуелдісіз?» деп сұрақ қояды (бейәдеп сөздер, т.б. тұстары да бар) [28]. Дүйім жұрттың алдында адамның жеке басына қатысты сұрақ қою, оны талдау орынсыз әрекет. Журналистік этикаға кереғар кескіндегі кез келген материал спорт саласын түсінуге, спортшыларды тануға ұмтылған көрерменнің жаңсақ пікір қалыптастыруына әсер етері анық. Аудиторияның сұранысы мен талғамына журналистер ықпал ете алатынын естен шығармайық. Бұл жайында Жұлдыз Әбділданың мына пікірін ұсынамыз: «Адамның үйленгені немесе ажырасқаны; екінші, үшінші, бесінші рет үйленгені; жасы біразға келгеніне қарамастан отбасын құрмай жүргені; баласының жоқтығы (немесе ұлының, қызының жоқтығы); алатын айлығы; тұратын үйі; киетін киімі... тағысын тағы осындай жеке басына қатысты жайттар көптің талқысына салуға жатпайды. Дамыған елдерде. Ал бізде? Біздің елде бұл да қалыпты жағдайға айналған. Тележурналистер кез келген белгілі адамды көшеде артынан қуып жүріп ұстап алып, «Ажырасқаныңыз рас па?», «Күйеуіңіз сізді тастап кеткені рас па?» дегендей сауал қоя береді. Немесе жасы біразға келіп қалған адамдарға «Неге тұрмыс құрмай жүрсіз?» деген сауалды да ойланбастан қоя саламыз. Адамның денсаулығына қатысты жайттар да көптің «игілігіне» айналып кете барады. Мәселен, бір бағдарламада жүргізуші белгілі тележүргізушіге «Неге тұрмыс құрмадыңыз? Неге бала көтере алмадыңыз?» дегендей сауалдарды қойып отырды. Өкінішке қарай, бізде ешкім ондай «ұсақ-түйек» үшін сотқа бермейді, моральдық өтемақы талап етпейді. Ал бұл өз кезегінде одан әрі «тереңдей» беруге жол ашады. Адамның жанына тиетін нәрселерді үнемі, ретті-ретсіз қазбалай беру де журналистік этиканың жоқтығын көрсетеді» [10, 147 б.]. Спорттағы түйіні тарқамаған мәселелерді ортаға салу журналистің міндеті. Десе де, кәсіби журналистік этикаға сәйкес негативті тақырыпты сөз еткенде эмоцияға беріліп ретсіз сұрақ қоюға, кейіпкердің жеке шегарасына өтуге қатаң тыйым салынады.

Париж Олимпиадасы кезінде таратылған ақпараттарда, жедел репортаждарда спортшының есебінен оқылым, көрілім жинауға аса мән берілді, сенсацияға ұмтылыс байқалды. Мысалы, боксшы Назым Қызайбай финалда жеңілген сәтте журналисте: «Несі қиын болды, бұл қарсыластың?», – деп сұрақты дүрсе қойды. Осы ретте, спортшының еңбек жолындағы құндылықтарын, оның спортшы үшін маңызын түсіну – жеңіліс себебін анықтауға, шаршы алаңдағы спортшының әрекеттерін бағалауға мүмкіндік береді. Ал өзге үшін құнды дүниені құнсыз көргендей алқымынан алу, жөнсіз сұрақпен төпелеу шындықтан жалтарумен тең. Сөзімізге дәлел этикалық дилеммаларды шешудің төрт негізгі өлшемінде «негізгі құндылық – шындық» [6, 73 б.] деген тіркес. Бұл да этика қағидаттарына сай келмейтін әрекеттің көрінісі. Өйткені сапасыз сұрақ пен төтесінен қойылған сауал – журналистің кәсіби бет-бейнесіне көлеңке түсіреді. Кәсіби журналист Қайнар Олжай да осы мәселені сынға алады: «Шетел журналисінің қазақ журналисінен айырмашылығы неде? Олар «Жеңісіңізді кімге арнайсыз?» деп сұрамайды!» дейді [29].

Жеңіске бір табан жақын қалған спортшының жігерін жықпай, астарлап сұрақ қойған жөн. Аудиторияның қызығушылығына сай жеңістің құпиясын сұрау, жеңілістің себебін анықтау, спортшының эмоциясын жеткізу журналистің міндеті. Дегенмен, жеңіске қол созым қалғанда сүрініп, физикалық тұрғыда күші сарқылып шыққан спортшыға төтесінен сұрақ қою психологиялық соққы боларын, бұл Назымның алғашқы олимпиадасы екенін, көңілі құлазып тұрғанын ескеру қажет.

«Медиа мен журналистика. Теория мен тәжірибеге жаңа көзқарас» (Қазақстанның ашық университеті) кітабынан мына үзіндіге назар аударсақ: «Көптеген таблоидық басылымдардың журналистері қайғы-қасіретке ұшыраған адамдарға сұрақ қоюдың қандай да бір этикалық ұғымдары барын баяғыда-ақ ұмытып кеткен, ал жауапкершілігі бар журналист өз репортажының қаралы жанның қайғы-қасіретін қаншалықты ауырлата түсетінін ойланып алуы тиіс. Бұл мәселе бізді консеквенциализм теориясына негізделген дилеммаға жүгінуге мәжбүр етеді» [5]. Үзіндідегі «қайғылы оқиғалар» деген тіркесті біз «спортшының жеңілісімен» теңестіре қарастырдық. Спортшының жеңісі барша жұрттың, күллі елдің қуанышы. Ал ұзақ мерзімді дайындықтан кейінгі жеңілісі кей жағдайда өзі үшін ауыр қайғы боларын естен шығармау қажет. Әрине, бұл өткінші эмоция. Жеңілген спортшыға сұрақ қойғанда сағын сындырып алудан сақ болған жөн. Өйткені әр спортшыда «әттеген-ай» деген өкініш болады. Журналистің сұрағы, сұрақ негізінде белең алар қоғамның қыспағынан спортшыдағы өкініш сезімі өзін жазғыруға ұласуы мүмкін. Журналист (спортшымен тілдескен сәтте) сұрақты астарлап қойса, спортшының намысы мен ерік-жігері өкініштің тасасында қалмайды. Ал жарыс жолында жеңілісін де, жеңісін де дінмен байланыстырып, жауапкершіліктен жалтарған спортшылар жайлы журналист Есдәулет Қызырбекұлының мына пікірін ұсынамыз: «Алтын алғым келген» деп көзіңе жас алу – ішкі амбиция мен намыс. Бұл «Алланың қалауы осы болды» деп, жауапкершілікті құдайға ысыра салу емес. Назым қола алып қалды. Ашығын айту керек, ойыны жүрмеді. Қытай қызы мықты екен. Сонда да Назым осындай пікір айтып тұр. Медальдан үмітті болып, бірінші айналымнан ұшып кеткен спортшылардың барлығы халықтан кешірім сұрауы тиіс. Бюджеттің қаржысына дайындалды, барды, қадалды. «Келесі олимпиадаға дайындаламын. Алла қаласа» демей. Діндары жұмақпен, саясаткері жарқын болашақпен, спортшылары келесі олимпиадамен алдайды. Қашан бүгін болады бізде болатын дүние?» [30].

Пікір иесі, әнші Ерлан Төлеутай өз жазбасында ұлттық спорт пен ұлттық намыс жайын дилемма арқылы сипаттамақ болады. «Өзбектің боксында дін жоқ, рух бар. Қазақтың спортында дін бар, рух жоқ. Спорт саласын салафизм идеологиясынан тазаламай, көсегеміз көгермейді. Әсіресе, күрес, бокс, ұлттық ойындар тағы басқа спорт түрлері уаһабиттердің қолында. Олар қазақ спортын рухынан, яғни, әруағынан айыруда. Түбегейлі шаралар қолданбаса, қазақ спортының болашағы бұлыңғыр...» [31]. Демек, біз бұл өрелі аталмыш пікірден спорт саласының ілгерілеуі жолындағы қажеттіліктерді, дүниепайым қалыптастыру жолын, ұлттық рухты шыңдау мәнерін бәрінен биік қою қажетін түсіне аламыз.

Журналист Айдос Жұқанұлы Қазақстан құрамасының, яғни өз еліміздің спортшыларын табалау, жазғыру, әсіресе, көрші елдің спортшыларымен салыстыра айыптау екі ел арасындағы қарым-қатынасқа ықпал етерін айтады: «Ал бәйгеде сүрінген спортшыларға келсек, Олимпиада дегенің психологиялық тұрғыдан болсын, физикалық тұрғыдан болсын қанша дегенмен ауыр сын. Жығылған үстіне жұдырық болып, өздері де өкініп отырған спортшыларды енді келіп, сынаймыз деп табалағандай болмайық. Өзбекстаннан артта қалып жатырмыз деген сияқты пікірлерді де доғару керек-ау. Іштарлық, көре алмастық сияқты көрінеді екен. Қайта бауырлас елдің жеңісі үшін қуанбаймыз ба. Биыл

Өзбекстан алда болып жатса, келесі Олимпиадада Қазақстан озатын шығар. Алдында қазақ-қырғыз бауырлардың бір бірінің жеңісі үшін шынайы қуанып, тілектес болып жатқанын көріп едім. Бауырлас елдермен сондай ара-қатынас болуы керек. Бәсекесіз белдесу құлықсыз сынға түсумен тең. Бәсеке алға жылжуға, дамуға итермелейді. Десе де, өзге елдермен өштесе бәсекелесу ұлтаралық қақтығысқа арқау болады. Спортта қатысушының тек алаңдағы әрекеті қана жеңіске ықпал етеді деп кесіп айту қате. Спортшының жылдар бойы дайындығы, қажырлы еңбегі барын ұмытпайық. Табалау сипатындағы материалдар, көршілес елдермен араздастыруға ықпал етер салыстыру өз спортшыларымыздың еңбегін құнсыздандыруға сеп болады» [32]. Айдос Жұқанұлы жазбасына қатысты спортшы Замзагүл Бопайдың Тикток желісінде айтқан пікірі ұштасады. Дзю-до және қазақ күресінің шебері Замзагүл Бопай былай дейді: «Орын алған адамды ғана қолдаймыз. Ал орын алмай қалған адамды біз қолдамаймыз. Орын алмаған адам, ол да өмірін спортқа арнап жүрген кісі ғой. Оны да қолдайық. Анаған (жеңімпазға деп өзгерту керек пе) үй беріп жатса, оған көлік берейік. Анаған көлік беріп жатса, ақшалай берейік. Біріне 5 миллион, біріне 1 миллион берсең де, ол менің еңбегімді бағалап жатыр екен ғой деп ойлайды. Өмірде ең маңызды нәрсе – бірінші орын алу емес, өз орныңды табу. Қазір көптеген спортшылар егер спортты тастаймын десеңіздер, мүмкін спорт сіздердікі емес шығар. Содан кейін ылғи орта жолдан тоқтатқыңыз келіп тұрады. Оны тастап, басқа саланы да көріңіздер. Бірақ дзюдоға қайта оралуды қалап жүрмін» [33].

Жинақтай айтқанда, қазіргі масс медиа қоғамдағы діни алауыздықты, сенім тартысы мен жауапсыздық, тиімсіз реформалардың салдарын, қоғамдық сауат деңгейін ашық көрсетіп отыр.

Қорытынды

Сократ айтқандай, зерттелмеген өмір – өмір сүруге татымайды. Спортшылардың тартысты сынға түскен сәтін көру үшін спорт жанкүйерлерінің қарасы көбейеді. Ал спортшының жүріп өткен жолы, үздіксіз дайындығы жайлы деректер аудитория талқысына түсе бермейді. Демек, журналистік шеберлік – тек нәтижені тану және таныту ғана емес, спорт саңлағының өмір жолы, сәулелі сәттеріне үңілу, еңбек жолы хроникасына журналистика мүмкіндіктері арқылы барлау жасау, жан-жақты шолып өту әрі кәсіби қызметіне арқау ету. Кәсіби шеберлікке жету жолы этикалық мәселелерді еңсерумен, жан-жақты білім һәм аналитикалық ой-өремен өлшенеді. Гарвардтағы әлеуметтік этика профессоры Кіші Ральф Поттер этикалық дилеммаларды шешудің негізгі төрт өлшемін ұсынады. Алдымен деректерден бастап, құндылықтарды анықтап, принциптерді айқындап, сосын адалдықтың маңызын білу керек.

– Деректер. Кез келген этикалық мәселенің анализі деректерді бағалаудан басталады. Журналистер деректердің растығын қадағалауы шарт.

– Құндылықтар. Бұл сатыда шешім қабылдаған адам өз құндылықтарын көрсетеді. Мысалы, Журналистердің ұлттық ассоциациясының Этикалық кодексінде мына құндылықтар белгіленген: шындық, дәлдік, жан-жақтылық, сыйластық, адамгершілік. Негізгі құндылық – шындық. Нақты құндылықтардың маңызын түсіну проблеманы шешу кезінде нақты әрекеттерді бағалауға мүмкіндік береді.

– Принциптер. Құндылықтарды түрлі этикалық жүйелердің призмасы арқылы қарастыру әрекет ету мүмкіндіктерін құрастыруға жол ашады.

– Адалдық. Процестің бұл сатысында кімге, неге адал екенін анықтау пайымдауды жеңілдетеді. Мамандыққа немесе қоғамға адал болу туралы шешім қабылданған кезде бағыт айқын болады [16, 72-73 бб.].

Зерттеу жұмысында белгілі бір кезеңдегі соқталы этика мәселелері сараланды. Біз белгілі бір кезеңді қарастырсақ та, спорт жаңалықтарын талдау мен жеткізуде кәсіби жетілу мен ұдайы іштей толысудың тоқтаусыз екенін жоққа шығара алмаймыз. Кәсібиліктің негізгі көрінісі – іштей толысып отыру. XXXIII жазғы Париж Олимпиадасы кезінде журналистердің жаппай кәсіби жұтаңдығы байқалды, этика мәселелерін ескере бермейтіні, ақпараттық толқыннан келер қатер мен қиындықтарды шырамыта алмайтыны, елірме мен даурықпалыққа, анықтаудан бұрын айыптауға үйірсектігі көзге ұрды. Спорт журналисі Сейдахмет Бердіқұлов өзінің бір жазбасында спорт саласының тоқтаусыз түрөзгеріске ұшырап отыратынын таңбалайды: «Спорт – мәңгі жас ұғым. Сондықтан да ол жаңашыл. «Спортқа ұлттық бояу қажет пе» дегенде – мен «ерекше қажет» дер едім. Бірақ, ол үнемі жас, жаңа болуы керек» [34]. Веб-журналистика алаңына ойысқан журналистер мен блогерлер жылдам репортаж, қысқа байқам, үзілді-кесілді пікір ұсынуды місе тұтып келеді. Біздіңше, байыпты-байсалды ой-толғауға, орнықты мінезден туған кәсіби қарекетке бой ұрғандар жаза баспайды, журналистердің спорт жаңалықтарын жеткізуде блогерлермен бәсекеге түсуі де негізсіз. Бұл мәселені мына ой ширықтыра түседі: «Жиырмадан астам блогер аттанды Риоға. Бұдан не ұттық? Түк те. Интернетке тән жылт еткен жаңалық жерде қалмай тез тарап жатты. Шағын, қысқа ақпараттар. Бәлкім, төрт жылда бір өтетін тарихи жарыстан кейінгі келесі олимпиада арасындағы цикл сәтті жалғасын тауып, жеткен жетістігіміз бен олқы тұстарымыз талданар, болашақ командаларымыз соған қарап болашағын таңдар дегенбіз. Үміт ақталмады. Талдау жасалмады» [35]. Кәсіби журналист даулы мәселенің толымды тоқтамын айтады, қашан да шындықты арқау етеді, қоғамның ақпарат алу мүмкіндігіне қарай алалауға, кейіпкерлі негізсіз қаралауға жол бермейді. Сонымен қатар төмендегі журналист этикалық принциптеріне сүйенеді:

1. Журналистің бірінші міндеті – шындықты және қоғамның ақпаратқа қол жеткізу құқығын құрметтеу.

2. Журналист осы міндетін атқара отырып, жаңалықтарды адал жинау және жариялау бостандығын және әділ пікір мен сын айту құқығын әрқашан жақтап, қорғауы керек. Журналист нақты ақпаратты пікір және сыннан нақты түрде ажыратуға міндетті.

3. Журналист тек ресурсы белгілі фактілер туралы хабарлауы керек. Ол маңызды ақпаратты жасырмауы және құжаттарды бұрмалауы керек.

4. Журналист ақпаратты, құжаттарды, деректерді немесе суреттерді жинау үшін тек әділ әдістерді қолдануы керек және басқа адамға өзінің журналист екенін әрқашан айтуы керек.

Қоғамдық мүддені көздейтін және басқа жолмен жинау мүмкін емес ақпаратты алу жағдайларын қоспағанда, ол жасырын түрде аудио және бейнежазба жазудан бас тартуы керек. Журналистер барлық ақпарат көздеріне үздіксіз қол жеткізуді және қоғамдық мүддеге ықпал ететін ақпаратты еркін іздеу құқығын жақтап, қорғауы керек.

5. Шұғыл немесе жылдам ақпарат беруге деген құштарлық ақпарат пен ресурстарды тексеруге және жауап беру құқығына кедергі болмауы керек.

6. Журналист жариялағаннан кейін қате екені дәлелденген ақпаратты жедел, анық, толық және ашық түрде түзетуі керек.

7. Журналистерге берілетін құпия ақпарат көзі кәсіби құпия ретінде сақталуға тиіс. Алайда журналист этикасының бұзылуына әсер ететін факторлар бар. Олар: үкімет, идеология ықпалы (саяси-экономика), жаңалық құндылықтары (уақыт, арақашық, нәтиже, өзекті болу, қызықты болу), жалпы контент структурасы.

Этика жайлы сөз қозғалғанда, бұл тек журналистерге ғана байланысты дүние емес екенін ұғынған дұрыс. Жалпы қоғамның да этика талаптарына сай болып, медиасауатының жоғары болуы аса маңызды [36].

Журналист этикасын жетік білу жолында:

а) Адам құқықтарының жалпыға ортақ декларациясы, БҰҰ-ның Баспасөз бостандығының бүкіләлемдік хартиясы, Қазақстан Республикасының Конституциясы мен қолданыстағы заңнамалары, редакциялардың моральдық-этикалық қағидаттары мен кәсіби қызметінің нормаларын игеру;

б) диджитал теңгерімді қолда тұту (ақпаратты сүзгіден өткізетін алгоритімдерді айналып өту, бірқатар ресурстарда ақпарат тарату, дәстүрі медиа мен жаңа медиа алаңдарында жеміс салу),

с) алалауға жол бермеу һәм гуманды кескін (кейіпкерлер мен адресанттарды бөліп-жармау),

д) әртарапты білімгерлік мен сараптамашылармен байланыс орнату;

е) дәлдік пен тереңнен толғау мен ойлану машығы;

ф) аудиал-визуал сауат пен сыни сана қалыптастыру маңызды.

Сайып келгенде, санамалап айтылған айырмашалықтардың бәрі контент бітімін жетілдіруге, журналистика сферасындағы ақпарат ағынын ширатуға, медиасауатты қоғам пен азаматтық қоғам дамуын қатар тізгіндеуге, әртүрлі ұстаным мен көзқарасты, дерек пен дәйекті теңдестіруге, бөтен мүдденің жетегінде кетпеуге, қоғам алдындағы жауапкершілікті сезінуге сеп болады.

Авторлардың қосқан үлесі.

Д.Қ. Қастай – зерттеу идеясы, зерттеу тұжырымдамасы мен дереккөздерді топтастыру мен саралау, ақпараттық контенттердің мәтінін академиялық сипатқа сай стильдеу мен жіктеу, тақырыптың теориялық ұстынын бекіту, әлеуметтік деректерді ғылыми танымға сай іргелендіру.

Н. Алчинова – қолжазбамен жұмыс, зерттеу нәтижелерін тұжырымдау және сыни санатта сараптау, логикалық қисынын жұмырлау, дизайн концепциясы, қолжазба нұсқасының жариялануы үшін түпкілікті бекіту жұмыстары.

Әдебиеттер тізімі

1. Козицька Т. Медиасауаттылық. Кітапханашыларға арналған нұсқаулық. IREX Europe, 2018. – 80 б.

2. Гусейнов А.А., Апресян Р.Г. Этика: Учебник. – М.: Гардарики, 2000 – 472 с.
3. Жақсылықбаева Р. «Журналист этикасы». Оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті. 2013. – 230 б.
4. Ғұсманқызы С. Журналистік әдеп жөнінде. ҚазҰУ Хабаршысы. Журналистика сериясы. 2005. – №5. – Б.36.
5. Бейнбриж Ж., Гок Н., Тайнан Л. Медиа және журналистика: теория мен практикаға жаңа көзқарас. – Oxford. 2015. – 504 б. https://openu.kz/storage/lessons/504/media-zhne-zhurnalistika-teoriya-men-tzhribeg-zhaa-kzaras_21_lecture.pdf
6. Ли Э.П., Гай С. Р. Медиаэтика. Жас мамандардың тәжірибесінен. – CQ Press, an imprint of SAGE Publications, 2018. – 304 б.
7. Штурхецкий С. Медиа сауаттылық. Жоғары оқу орындарына арналған медиа және ақпараттық сауаттылық бойынша оқу құралы. IREX Europe, 2018. – 152 б.
8. Нуржанова Ш., Сәдуақасов А. АҚШ журналистерінен үйренеріміз не? 11.04.2014. [Электронды ресурс] URL: <http://jurfak.kz/archives/1968> (қаралған күні: 19.10.2024)
9. Ғабитов Т. Этика және қазақтың әдеп мәдениеті. Оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2014. – 186 б.
10. Джалилов Ә. Қазақстандағы практикалық журналистика. – Алматы: «MediaNet» Халықаралық журналистика орталығы, 2017. – 167 б.
11. «Түркияда демалып жатқан Рыбакина Олимпиададан бас тартты» 25.07.24. [Электронды ресурс] URL: <https://qaz365.kz/sport/8357-turkiada-demalyp-zhatkan-rybakina-olimpiadadan-bas-tartty/> (қаралған күні: 20.10.2024)
12. Руслан Меделбектің Фейсбук әлеуметтік желісіндегі парақшасы. 31.07.24. [Электронды ресурс] URL: <https://www.facebook.com/share/p/XBH5C2FyaQu82MZi/> (қаралған күні: 20.10.2024)
13. Руслан Меделбектің Инстаграм әлеуметтік желісіндегі парақшасы. 12.08.24. [Электронды ресурс] URL: <https://www.instagram.com/p/C-kX18wAu7o/?igsh=MXNtOXRvYzd1MXJn-> (қаралған күні: 20.10.2024)
14. Рыбакина бізді «лақтырып кетті»: Ресей спортшысына керегі – қазақтың ақшасы! 26.07.24. [Электронды ресурс] URL: <https://abai.kz/post/185642> (қаралған күні: 20.10.2024)
15. Қазақстан журналистерінің тәжірибесінен. құраст. Джалилов Ә. – Алматы: «MediaNet» Халықаралық журналистика орталығы, 2008. – 435 б.
16. Ли Э.П., Гай С.Р. Медиаэтика. Жас мамандардың тәжірибесінен. – CQ Press, an imprint of SAGE Publications, 2018. – 304 б.
17. «Редакционные ценности BBC» [Электронды ресурс] URL: https://www.bbc.com/russian/institutional/2011/02/000000_g_editorial_values.amp- (өтініш берілген күн: 20.10.2024)
18. Айдос Рымқұлдың Фейсбук әлеуметтік желісіндегі парақшасы. 15.08.24. [Электронды ресурс] URL: <https://www.facebook.com/share/p/SE2AQkiY3vQXX21a/> (қаралған күні: 20.10.2024)
19. Қуаныш Рахметолланың Фейсбук әлеуметтік желісіндегі парақшасы. 02.08.24. [Электронды ресурс] URL: <https://www.facebook.com/share/p/rjSkPaMziHha9h2Z/> (қаралған күні: 20.10.2024)
20. «Этический кодекс телерадиожурналистов BBC». [Электронды ресурс] URL: https://kmms.ru/index.asp?id_text=627 (қаралған күні: 20.10.2024)
21. Нұрбек Түсіпжанның Фейсбук әлеуметтік желісіндегі парақшасы. 02.08.24. [Электронды ресурс] URL: [https://www.facebook.com/share/p/TP1V\]mwRD6VT6MGr/](https://www.facebook.com/share/p/TP1V]mwRD6VT6MGr/) (қаралған күні: 20.10.2024)

22. Иманқұлов М., Усупбаева А., Текімбаева А., Данилова Н., Штурхецкий С. Кожобекова. Медиа ақпараттық сауаттылық: мұғалімдерге арналған ресурстық кітап. IREX Europe, – 2018. – 270 б.
23. Елена Мәжитқызының Фейсбук әлеуметтік желісіндегі парақшасы. 02.08.24. [Электронды ресурс] URL: <https://www.facebook.com/share/p/DkeYcG4i2s53HyRJ/> (қаралған күні: 20.10.2024)
24. Камшат Тасболаттың Фейсбук әлеуметтік желісіндегі парақшасы. 02.08.24. [Электронды ресурс] URL: <https://www.facebook.com/share/p/NcUbajijhnhixVE/> (қаралған күні: 20.10.2024)
25. Кәкен Қамзиннің Фейсбук әлеуметтік жесіндегі парақшасы. – [Электронды ресурс] URL: <https://www.facebook.com/share/p/1J3cKKvCK3njQ62v/> (қаралған күні: 20.10.2024)
26. Эллиот А. Көпке ұмтылған жалғыз. Әлеуметтік психологияға кіріспе. Worth Publishers, 2018. – 408 б.
27. Сәкен Сыбанбайдың Фейсбук әлеуметтік желісіндегі парақшасы. 27.02.24. [Электронды ресурс] URL: <https://www.facebook.com/share/p/gCg5iV63oBXxv9Hy/> (қаралған күні: 20.10.2024)
28. «Уақыт көрсетеді» ютуб арнасы: «Қор болып, қаңғып кеткен ауыр атлеттер кімдер?» 01.08.24. [Электронды ресурс] URL: <https://youtu.be/DAQyP3mgzvw?si=q8WFhWIQSSV-3Vja> (қаралған күні: 20.10.2024)
29. Қайнар Олжайдың Фейсбук әлеуметтік желісіндегі парақшасы. 04.10.24. [Электронды ресурс] URL: <https://www.facebook.com/share/p/1EPPhS233Z/> (қаралған күні: 20.10.2024)
30. Есдәулет Қызырбекұлының Фейсбук әлеуметтік желісіндегі парақшасы. 07.08.24. [Электронды ресурс] URL: <https://www.facebook.com/share/p/8c1PAiFX5gvSNLY8/> (қаралған күні: 20.10.2024)
31. Ерлан Төлеутайдың Фейсбук әлеуметтік желісіндегі парақшасы. 22.09.19. [Электронды ресурс] URL: <https://www.facebook.com/share/p/14vGJtQSD6/> (қаралған күні: 20.10.2024)
32. Айдос Жұқанұлының Фейсбук әлеуметтік желісіндегі парақшасы. 09.08.24. [Электронды ресурс] URL: <https://www.facebook.com/share/p/5dp3M1pweNN9mmwE/> (қаралған күні: 20.10.2024)
33. Замзагүл Бопайдың Тикток әлеуметтік желісіндегі парақшасы. 02.09.24. [Электронды ресурс] URL: <https://vm.tiktok.com/ZMh8mJJN> (қаралған күні: 20.10.2024)
34. Сейдахмет Бердіқұлов шығармалар жинағы 3 том. Астана: Жарыс.KZ баспасы, 2013. – 197 б.
35. Дүйсебай Д., Тасполатова Р. Спорт журналистерін кәсіби деңгейде дайындау мәселелері. ЕҰУ Хабаршысы. 2019 – [Электронды ресурс] URL: buljourn.eni.kz (қаралған күні: 20.10.2024)
36. Журналистің этикалық принциптері қандай? 23.05.2023. [Электронды ресурс] Б.16. URL: <https://bugin.kz/30235-zhurnalistin-etikalyq-printsipteri-qanday> (қаралған күні: 20.10.2024)

Д. Кастай, Н. Алчинова

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

Динамизм современной коммуникации: проблемы медиаэтики на Парижской олимпиаде

Аннотация. В статье были рассмотрены этические аспекты деятельности массмедиа, изучены описания событий и явлений, противоречащие этике. Рассмотрены последствия общественного устройства, человеческого общения, проанализированы труды ряда ученых, проводивших исследования в области медиаэтики и журналистской этики. Основные выводы, сформулированные в статье, дадут толчок к обогащению научного содержания медиаэтики,

к рассмотрению и обобщению новых примеров и ситуаций, параллельному сопоставлению и дополнению реалий жизни и журналистской работы, послужат основой для развития отраслевых исследований. Область научного исследования – вычленение журналистских и медиаэтических критериев информационного контента, распространяемого во время XXXIII летней парижской Олимпиады, оценка соответствия профессиональной деятельности содержанию свода международных договоров, государственных кодексов и этических правил, научно-теоретическая экспертиза действий специалистов, принимавших участие в передаче спортивной информации. В работе проанализирована работа аудиовизуальных медиа во время спортивных состязаниях с дифференциацией данных, разработано теоретическое определение некоторых проблем практической журналистики, классифицированы основные цели медиаэтики. Все материалы обобщены и используются в ходе чтения лекций по предметам «СМИ и демократия», «СМИ и либерализм», «СМИ и мораль».

Ключевые слова: медиаэтика, кликбейт, гендер, экспресс-репортаж, прельщение, язык ненависти, манипуляции.

D. Kastay, N. Alchinova
Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

Dynamism of modern communication: problems of media ethics at the Paris Olympics

Abstract. The article examined the ethical aspects of mass media activities, studied descriptions of events and phenomena that contradict ethics. The consequences of social organization and human communication were considered, and the works of a number of scholars who conducted research in the field of media ethics and journalistic ethics were analyzed. The main conclusions formulated in the article will stimulate the enrichment of the scientific content of media ethics, the examination and generalization of new examples and situations, the parallel comparison and supplementation of the realities of life and journalistic work, and will serve as a basis for the development of industry research. The field of scientific research is the identification of journalistic and media-ethical criteria for the information content disseminated during the XXXIII Summer Paris Olympics, evaluating the compliance of professional activities with the content of the international treaty, state codes, and ethical rules, and the scientific-theoretical examination of the actions of specialists involved in the transmission of sports information. The work analyzes the activities of audiovisual media during sporting events with data differentiation, theoretical definitions of some problems of practical journalism were developed, and the main goals of media ethics were classified. All materials have been summarized and are used during the teaching of subjects such as "Media and Democracy," "Media and Liberalism," and "Media and Morality."

Keywords: media ethics, clickbait, gender, fast reporting, seduction, hate speech, manipulation.

References:

1. Kozichka T. Mediasauattylyq. Kitaphanashylarga arналған nusqaulyq [Media literacy. A guide for librarians]. (IREX Europe, 2018, 80 p.) [in Kazakh].

2. Guseinov A.A., Apresjan R.G., Jetika. [Ethics]. (Gardariki, 2000, 472 p.) [in Russian].
3. Zhaqsylyqbaeva R. «Zhurnalistik etikasi». Oqu quraly [«Journalist ethics». Training manual]. (Almaty: Qazaq universiteti. 2013, 230 b.) [in Kazakh].
4. Gusmanqyzy S. Zhurnalistik adep zhoninde [On journalistic ethics]. Al-Farabi kazakh national university. Herald of journalism / Journalism: Society. Language. History. Policy. Law. Economy [Bulletin of KazNU. Journalist Series]. №5. 10-36 (2005), DOI: <https://doi.org/10.26577/HJ.2024.v74.i4.6> [in Kazakh].
5. Beinbrizh Zheison, Gok Nikola, Tainan Liz. Media zhane zhurnalistika: teoria men praktikaga zhana kozqaras [Media and Journalism: a new approach to theory and practice]. (Oxford, 2015, 504p.) [in Kazakh].
6. Li Ienn Pek, Gai S. Ril. Mediaetika. Zhas mamandardyn tazhiribesinen [Media ethics. From the experience of young professionals]. (CQ Press, an imprint of SAGE Publications, 2017, 354p.) [in Kazakh].
7. Shturhecki S. Mediasauattylyq. Zhogary oqu oryndaryna arналған media zhane aqqarattyq sauattylyq boynsha oqu quraly [Media literacy. Manual on media and information literacy for higher education institutions. Prepared as part of the IREX Europe Organization projects]. (IREX Europe, 2018, 152 p.) [in Kazakh].
8. Nurzhanova Sh. Saduaqasov A. AQSH zhurnalisterinen uirenerimiz ne? [What do we learn from USA journalists?]. Available at: <http://jurfak.kz/archives/1968> (accessed 19.10.2024)
9. Gabitov T. Jetika zhane qazaqtynadep madenieti. Oqu quraly [Ethics and culture of Kazakh ethics. Training manual]. (Qazaq universiteti, 2014. 186 b.) [in Kazakh].
10. Dzhalilov Ә. Qazaqstandagy praktikalyq zhurnalistika [Practical journalism in Kazakhstan]. (Almaty: «MediaNet» Halyqaralyq zhurnalistika ortalygy, 2017, 167 b.) [in Kazakh].
11. Turkiada demalyp zhatqan Rybakina Olimpiadadan bas tartty, [Rybakina, resting in Turkey, canceled the Olympics]. Available at: <https://qaz365.kz/sport/8357-turkiada-demalyp-zhatkan-rybakina-olimpiadadan-bas-tartty/> (accessed 20.10.2024)
12. Ruslan Medelbektin Feisbuk aleumettik zhelisindegі paraqshasy, [Page of Ruslan Medelbek on the social network Facebook]. Available at: <https://www.facebook.com/share/p/XBH5C2FyaQy82MZi/> (accessed 20.10.2024)
13. Ruslan Medelbektin Instagram aleumettik zhelisindegі paraqshasy, [Page of Ruslan Medelbek on the social network Instagram]. Available at: <https://www.instagram.com/p/C-kX18wAu7o/?igsh=MXNtOXRvYzd1MXJn> (accessed 20.10.2024)
14. Rybakina bizdi «laqtyryp ketti»: Resei sportshysyna keregi – qazaqtyn aqshasy! [Rybakina "threw" us: what a Russian athlete needs is Kazakh money!]. Available at: <https://abai.kz/post/185642> (accessed 20.10.2024)
15. Dzhalilov A. Qazaqstandagy zhurnalisterinin tazhiribesinen [From the experience of journalists in Kazakhstan]. (Almaty: «MediaNet» Halyqaralyq zhurnalistika ortalygy, 2008, 435 b.) [in Kazakh].
16. Li Ie. Pek, Gai S. Ril. Mediajetika. Zhas mamandardyn tazhiribesinen [Media ethics. From the experience of young professionals]. (CQ Press, an Imprint of SAGE, 2018, 304 b.) [in Kazakh].
17. Redakcionnye cennosti BBS, [BBC Editorial Values]. Available at: https://www.bbc.com/russian/institutional/2011/02/000000_g_editorial_values.amp (accessed 20.10.2024)
18. Aidos Rymquldyn Feisbuk aleumettik zhelisindegі paraqshasy, [Page of Aidos Rymkul on the social network Facebook]. Available at: <https://www.facebook.com/share/p/SE2AQkiY3vQXX21a/> (accessed 20.10.2024)

19. Quanysh Rahmetollanyn Feisbuk aleumettik zhelistindegi paraqshasy, [Page of Quanysh Rahmetolla on the social network Facebook]. Available at: <https://www.facebook.com/share/p/rjSkPaMziHha9h2Z> (accessed 20.10.2024)
20. Eticheskii kodeks teleradiozhurnalystov BBC, [The Ethical Code of BBC Television Journalists]. Available at: https://kmmc.ru/index.asp?id_text=627 (accessed 20.10.2024)
21. Nurbek Tysipzhannyn Feisbuk aleumettik zhelistindegi paraqshasy, [Page of Nurbek Tysipzhan on the social network Facebook]. Available at: <https://www.facebook.com/share/p/TP1VJmwRD6VT6Mcr/> (accessed 20.10.2024)
22. Imanqulov M., Usupbaeva A., Tekimbaeva A., Danilova N., Shturhecki S. Kozhobekova. Media aqparattyq sauattylyq: mugalimderge arналған resurstyq kitap [Media Information Literacy: a resource book for teachers] (Almaty: «MediaNet» Halyқаралыq zhurnalistika ortalыgy, 2018, 300 b) [in Kazakh].
23. Elena Mazhitqyzynyn Feisbuk aleumettik zhelistindegi paraqshasy, [Page of Elena Mazhitqyzy on the social network Facebook]. Available at: <https://www.facebook.com/share/p/DkeYcG4i2s53HyRJ/> (accessed 20.10.2024)
24. Kamshat Tasbolattyn Feisbuk aleumettik zhelistindegi paraqshasy, [Page of Kamshat Tasbolat on the social network Facebook]. Available at: <https://www.facebook.com/share/p/NcUbajijhnhixVE/> (accessed 20.10.2024)
25. Kaken Qamzinnin Feisbuk aleumettik zhesindegi paraqshasy, [Page of Kaken Qamzin on the social network Facebook]. Available at: <https://www.facebook.com/share/p/1J3cKKvCK3njQ62v/> (accessed 20.10.2024)
26. Jelliot A. Kopke umtylgan zhalgyz. Aleumettik psihologiaga kirispe [The only one who aspired to more. Introduction to social psychology]. (Almaty. 2018, 408 b) [in Kazakh].
27. Saken Sybanbaidyn Feisbuk aleumettik zhelistindegi paraqshasy, [Page of Saken Sybanbai on the social network Facebook]. Available at: <https://www.facebook.com/share/p/gCg5iV63oBXv9Hy/> (accessed 20.10.2024)
28. Uaqyt korsetedi» iutub arnasy: «Qor bolyp, qangyp ketken auyr atletter kimder? [YouTube channel «time will tell»: «who are the weightlifters who became the foundation and wandered?». Available at: <https://youtu.be/DAQyP3mgzvww?si=q8WFhWIQSSV-3Vja> (accessed 20.10.2024)
29. Qainar Olzhaidyn Feisbuk aleumettik zhelistindegi paraqshasy, [Page of Qainar Olzhai on the social network Facebook]. Available at: <https://www.facebook.com/share/p/1EPPhS233Z/> (accessed 20.10.2024)
30. Esdaulet Qyzyrbekulynyn Feisbuk aleumettik zhelistindegi paraqshasy, [Page of Esdaulet Qyzyrbekuly on the social network Facebook]. Available at: <https://www.facebook.com/share/p/8c1PAiFX5gvSNLY8/> (accessed 20.10.2024)
31. Erlan Toleutaidyn Feisbuk aleumettik zhelistindegi paraqshasy, [Page of Erlan Toleutai on the social network Facebook]. Available at: <https://www.facebook.com/share/p/14vGJtQSD6/> (accessed 20.10.2024)
32. Aidos Zhuqanulynyn Feisbuk aleumettik zhelistindegi paraqshasy, [Page of Aidos Zhuqanuly on the social network Facebook]. Available at: <https://www.facebook.com/share/p/5dp3M1pweNN9mmwE/> (accessed 20.10.2024)
33. Zamzagyl Bopaidyn Tiktok aleumettik zhelistindegi paraqshasy, [Page of Zamzagul Bopay on the social network TikTok]. Available at: <https://vm.tiktok.com/ZMh8mJJN> (accessed 20.10.2024)
34. Seidahmet B. Shygarmalar zhinagy 3-tom [Select collection]. (Astana: Zharys.KZ baspasy, 2013, 197 b.) [in Kazakh].

35. Dyisebai D., Taspolatova R. Sport zhurnalisterin kasibi dengeide daiyndau maseleleri [Problems of professional training of sports journalists] Vestnik ENU im. L.N. Gumileva [Bulletin of L.N. Gumilyov Eurasian National University]. №3(128)/2019, doi: <https://doi.org/0242cby63> [in Kazakh].

36. Zhurnalistin etikalyq principteri qandai? [What are the ethical principles of a journalist?]. Available at: <https://bugin.kz/30235-zhurnalistinh-etikalyq-printsipteri-qanday> (accessed 20.10.2024)

Авторлар туралы мәлімет:

Қастай Д. – оқытушы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, журналистика факультетінің 1-курс докторанты, баспасөз және электронды БАҚ кафедрасы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, әл-Фараби даңғылы, 71, 050038, Алматы, Қазақстан.

Алчинова Н. – әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, журналистика факультетінің 2-курс студенті, баспасөз және электронды БАҚ кафедрасы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, әл-Фараби даңғылы, 71, 050038, Алматы, Қазақстан.

Сведения об авторах:

Кастай Д. – преподаватель, докторант 1 курса факультета журналистики Казахского национального университета им.аль-Фараби, кафедра печати и электронных СМИ, Казахский национальный университет им.аль-Фараби, проспект аль-Фараби, 71, 050038, Алматы, Казахстан.

Алчинова Н. – студент 2 курса факультета журналистики Казахского национального университета им.аль-Фараби, Кафедра печати и электронных СМИ, Казахский национальный университет им.аль-Фараби, проспект аль-Фараби, 71, 050038, Алматы, Казахстан.

Information about the authors:

Kastay D. – Lecturer, 1st year doctoral student, faculty of journalism, Department of Print and Electronic Media, al-Farabi Kazakh National University, 71 al-Farabi Avenue, 050038, Almaty, Kazakhstan.

Alchinova N. – 2nd year student, faculty of journalism, Department of Print and Electronic Media, al-Farabi Kazakh National University, 71 al-Farabi Avenue, 050038, Almaty, Kazakhstan.



19.41.07

Ғылыми мақала

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-151-2-84-94>

Отандық БАҚ-тың технологиялық және саяси факторлары

Б.Қ. Қапасова^{1*}, С.Т. Елікпаев¹, Н. Қуантаев²

¹Торайғыров университеті, Павлодар, Қазақстан

²Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

(E-mail: *kapasova1970@mail.ru, serik.elikbay@mail.ru, kuantaiuly@mail.ru)

Аңдатпа. Мақала саяси журналистикаға ықпал етуші технологиялық және саяси факторларды талдауға арналған. Мақалада қазіргі қазақ саяси журналистиканың алғашқы бастау көздері «Айқап» журналы мен «Қазақ» газетінің жарыққа шығуының өзі қоғамдық ортаға сауатты ақпаратты тарату, саяси сауатын арттыру негізінде ел санасына әсер ету мақсатынан туғандығын негізге ала отырып, бүгінгі журналистикадағы саяси бағыттағы материалдармен жұмыстың теориялық мәселесі талданады. Мақсатымыз – қазіргі БАҚ-тағы саяси материалдарға ықпал ететін технологиялық және саяси факторлардың теориялық негіздерін айқындау. Мақалада зерттелген теориялық тұжырымдарды қазақ БАҚ-тарындағы саяси материалдарды талдауда қолдануға, осы саладағы дайындалатын ғылыми-зерттеу еңбектерінде болады. Мақалада салыстыру, талдау, шолу, жинақтау әдіс-тәсілдері қолданылды. Бұнда қазіргі саяси журналистикаға әсер ететін технологиялық және саяси факторлар туралы талдау берілді. Осы талдауларды теориялық тұжырым ретінде ал отырып, қазақ тіліндегі бұқаралық-ақпарат құралдарындағы саяси материалдарға талдау жасауға, қоғамдық ортаның саяси материалдарды қабылдау деңгейлеріне, ықпал етуші факторлардың орнын анықтауға мүмкіндік береді. Зерттеу құндылығы – саяси журналистиканың негізгі мақсаты қоғамдық ортаның саяси сауатын көтеру, халықтың өзінің болашағына деген жауапкершілігін арттыру, бұқаралық-ақпарат құралдары материалдарымен жұмыс істеудің технологияларына дағдыландыруға бағыттайтын ой-тұжырымдар берілуімен құнды. Берілген теориялық талдаулар саяси журналистиканың теориялық нысаны болатын ықпал етуші факторлар жайындағы кең көлемдегі зерттеулерге ұласады.

Түйін сөздер: саяси журналистика, ықпал етуші факторлар, технологиялық, саяси, қоғам, сана, таным

Кіріспе

Бүгінгі әлем – тез өзгертін, жылдам дамитын кеңістік. Қоғам өзгерістерін жеткізуде ақпараттар құралдар көзі де молайды. Бұған дейінгі дәстүрлі ақпарат құралдарындағы ақпараттар мен жаңалықтарды халықтың сол қалпында қабылдауы мен түсінуі қазіргі кезең үшін жарамсыз. Өзгермелі қоғамдағы талдауды қажет ететін мәселелер қатарында саяси жаңалықтар мен ақпараттар кіреді. Саяси жаңалықтар мн ақпараттарды талдаудың қазіргі журналистикада қалыптасқан әдістері мен тәсілдері, жариялау тетіктері де жасалмаған. Технологиялық мүмкіндіктердің өзі де осы мазмұндағы ақпараттарды жариялауда біржақты мазмұнды ескереді. Бұның себептерін зерттеушілер көптеген тетіктерден іздестіреді. Бірде технологиялық дамудан, енді бірі саяси сана, ендігі бірі БАҚ-тың иелік етушілері мен ұсынушыларына да қатысты деген пікірді береді. Осы тұрғыдан келгенде, қазақ журналистикасы үшін қажетті салалардың бірі саяси журналистикадағы қалыптасқан концепциялардың, дәстүрлердің болмауы да әлеуметтік ортамен байланысты әлсіретеді. Әлеуметтік ортаға қажет ақпараттарды таратудағы журналистиканың технологиялық мүмкіндіктері, саяси және экономикалық мүмкіндіктері қазіргі кезеңде ақпараттың біржақтылығын жасауға ықпал етеді. Сондықтан да саяси журналистикада көпшілікпен байланыстағы ықпал ету факторларын қарастырудың маңызы зор.

Қазақ журналистикасындағы теориялық жағынан зерттеуді қажет ететін сала – саяси журналистика. Әлемдік БАҚ-та журналистика қоғамдық пікірлер негізінде саясатқа ықпал ете алады, ал қазіргі қазақ журналистикасында бұл қызметтен гөрі журналистикаға ықпал етуші факторлар қызметі айқын байқалады.

Ақпараттық технологияның дамуы көпшіліктің кез келген ақпараттарға қолжетімділігін қамтамасыз етіп отыр. Бірақ осы тұрғыдан алғанда, ол ақпараттардың шындықпен байланысы, дерек көздерінің дәлдігі т.б. мәселелерді қарастыруда саяси журналистиканың алдына бірнеше міндеттер қояды.

Саяси журналистиканың нысаны мен оны талдаушылар ортасы, екінші тараптың саяси мәселелерді шешуге ықпалы, қоғамдағы саяси жағдайлардың резонанс тудыру т.б. мәселелер қазіргі ақпараттық-технология кезеңінде қалыпты жағдайларға айналды. Қоғамдық пікірдің ықпалы, саяси жағдайларды реттеудегі саяси күштер мен бұқаралық-ақпараттық құралдар әсерін зерттеу мен оның басты тетіктерін айқындаудың маңыздылығы да арта түседі.

Қоғамның өзі – қарым-қатынастан тұратын жүйе. Осы қоғамдық ортаның бағыт-бағдарын айқындуда саясаттың орны ерекше. Оны коммуникацияға сала отырып, талдауды ұйымдастырушылық қызметтен бастап, саяси журналистика даму жолдарын, өрістеуін, болжамды нәтижелерін және нақты түпкі деректерін ұсынушы ретіндегі қызметі кең көлемде жүргізіледі. Дегенмен саяси шолушы, саяси бағдарлаушы, саяси болжам жасаушы, саяси түсіндіруші, саяси таратушы т.б. қызметтерін атқаруда қазақ журналистикасының әлі де көп мәселелерді шешу қажеттігі байқалады. Біз бұл мақалада саяси журналистикаға ықпал ету факторларын талдай отырып, журналистің осы бағыттағы қызметтерін, біліктілігін анықтаудың маңыздылығын ашқымыз келеді.

Саяси журналистиканың өзі де – тек қана бір сала негізінде нысанын белгілеу, мақсат-міндеттерін анықтау, басты ұстанымдарын көрсету т.б. қажетті бөліктерін талдап, дәлдеп ашуға қиындық келтіретін сала. Себебі саяси журналистиканы бір ғана журналистика аясында айқындап, талдап шешу мүмкін емес. Журналистиканың өзге салалары сияқты оның тұтас қоғамдық-гуманитарлық ғылым салаларымен сабақтастыра, салыстыра, кей жағдайда солармен даму заңдылықтары мен теориялық негіздерін басшылыққа ала отырып, анықтауды талап етеді.

Саяси журналистиканың негізгі мәселелері әлеуметтік журналистика, халықаралық журналистика, экономикалық журналистика, ұлттық журналистика сияқты өз ішіндегі жіктеулерді де, экономика, саясат, әлеуметтану, құқықтану т.б. мәселелерін ескерусіз шешілмейді. Қазіргі журналистиканың өзі де әмбебаптық қызметін тек қоғамдық-гуманитарлық саламен ғана емес, ақпараттық-технологиямен, жаратылыстану ғылымдары салалары дамуымен де шешуді қажет ететіндігін назарға алсақ, саяси журналистика толығымен жан-жақты зерттеулерден тұрады. Сонымен бірге оның зерттеу аясы мен материалдарының көлемі де ұлғайып келеді.

Әдебиеттерге шолу

Журналистиканың аса маңызды салаларының бірі ретінде саяси журналистика жөніндегі зерттеу Р. Даль, Н. Луман, Г. Лассвель, Ю. Хаббермас, Х. Арендт еңбектерінде бар. Аталған зерттеулерде саясаттың қоғаммен байланысы, таратылуы мен ұсынылуы, ақпарат ретінде берілуінің ерекшеліктеріне теориялық талдау жасалады. Америкалық және Еуропа ғалымдарының бұл зерттеулері қазіргі саяси журналистикада ескерілетін ой-пікірлер қатарында екені белгілі. Дегенмен әрбір мемлекеттің өзінің саяси бағыты, бұқаралық-ақпарат құралдарының қалыптасу жолы мен мәдениеті, ақпаратты қабылдаушы, талдаушы кеңістіктері әр түрлі екендігін ескеретін болсақ, қазақ журналистикасы өз алдына жеке сала ретінде зерттелуі қажет екендігін айқындайды.

Саяси журналистиканы зерттеуде әлемдік саясаттанушылар, философтар Тоффлер, МакКуэйль, Кухн зерттеулері бар. Бұның ішінде Тоффлер әлемнің дамуының жаңа бағыттарын айқындай отырып, ақпаратпен жұмыс істеудің, деректерді негізге ала білудің маңызын ескертеді. Сонымен бірге МакКуэйльдің журналистика үшін маңызды пікірі жаңа технологиялық мүмкіндіктердің ақпаратты өңдеу мен түзетудегі қызметтеріне қатысты айтылады. Сонымен бірге Кухн Батыс Еуропа елдеріндегі саяси журналистиканың дамуын зерттеуде бұқаралық-ақпарат құралдарының ішінде онлайн мүмкіндіктерінің алға шығып бара жатқандығын көрсетеді. Бұл жағдай 2014 жылы Батыс Еуропа елдеріне тән болса, қазір қазақ қоғамы үшін де шартты жағдайлардың біріне айналды.

Саяси журналистиканы қарастырған еңбектер қатарында көлемдісі – С. Г. Корконосенко редакция басшылығымен жарық көрген еңбекте саяси журналистика БАҚ-тағы басым бағыттар ретінде талданады. Біз қазақ журналистикасындағы саяси талдаулар деген тұста Ә. Бөкейханов, А. Байтұрсынұлы, М. Сералиннен басталған алғашқы жолды аламыз. Ұлттық журналистикадағы алғашқы басылымдардағы мақалалардың бағыты

мен мазмұны, деректерді, ақпараттарды ұсыну стилі, жанрын үлгі ете отырып, қазақ журналистикасындағы саяси тақырыптағы материалдарды басуды үйренуді қолға алудың қажеттігін көрсетеміз.

Материалдар мен әдістер

Саяси журналистика туралы теориялық зерттеулерде бірнеше ортақтық бар. Бұнда саяси журналистиканың өзгермелілігі айтылады. Саяси матареиалдар күнделікті өзгереді, жаңарады. Барлық бұқаралық-ақпарат құралдарының ақпараттары мен жаңалықтары сияқты тың материалдармен толығады.

Біз зерттеуімізде саяси журналистиканың осы өзгеруіне ықпал ететін факторлардың белгілерін ашқымыз келді. Көпшілік орны мен ықпал етуші факторлар ретінде:

- ұлттық таным, сана факторы;
- технологиялық факторлар;
- саяси факторлар;
- экономикалық факторлар деп алынды.

Қоғамдағы саяси материалдарды ақпарат құралдарына берудің қалыптасқан үлгісі сақталған. Көбіне-көп материалдарда жағымды жақтары, саяси биліктің халықпен бірлесе жасалған бағдарламалары мен бағыттарының, ел дамуына, өркендеуіне қатысты нәтижелі істер атқарғанының дәлелдері беріледі. Кеңестік кезеңдегі саяси жаңалықтардың газет беттерінде бірінші бетте, радио, теледидар жаңалықтарында алдымен айтылуы жағымды позитивті белгілерімен де байланыстырылатын. Осы үрдіс қазіргі дәстүрлі БАҚ-та әлі де сақталған. Бұл жаңалықтар мен ақпараттарды берудің үлгілері мен концепциясы ескіргенімен әдістер әлі де сақталған. Ақпараттық технологиялар кезеңінде қоғамның келесі бір ерекшеліктері жастар арасында саяси мәселелерге қызығушылардың да қатарының аздығы байқалады. Сонымен бірге саяси жаңалықтарды жастар көп қызығып қарай бермейді. Саяси ақпараттарды қадағалайтындар – 50 жастан жоғарылар. Бұл жастағылардың өздері де дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарынан да заманауи технологияны қолдануға көшкен. Сондықтан да саяси материалдардың мазмұнын жеткізу мен талдауда журналистикада саяси біліктілік, білім мен қажыр-қайрат керек екені анық.

Мақалада қазақ тіліндегі саяси материалдарға талдау жасау міндеті қойылмайды. Біз қазіргі әлемдік журналистикадағы саяси материалдарға ықпал ету факторлары туралы зерттеулер негізінде қазақ журналистикасы үшін қажетті саланың міндеттерін белгілеу, бағыттарды анықтаудың қажеттігіне назар аудартамыз. Соның ішінде ұлттық фактор, технологиялық, саяси факторлар талданады. Мақалада талдау, салыстыру, жіктеу, шолу, жинақтау әдістері қолданылды.

Нәтижелер мен талқылау

Қазақ журналистикасының өзінің бастауында саяси журналистика тұрғанымен кейінгі кеңестік кезеңде қазақ журналистикасында саяси саланы зерттеу, ол салаға қатысты

теориялық мәселелермен шұғылдану мүмкіндігі болмағандықтан да, тәуелсіздіктен кейінгі жылдардан бастап саяси журналистиканың нысанын белгілеу мен оның мақсат-міндеттерін анықтау, мазмұнын айқындаудың қажеттілігі байқалып келеді.

Саясат – журналистикадағы ең негізгі нысандардың бірі. Қазіргі биліктің орталықтандырылған жүйелік институттары қалыптасып, барлық саланы тікелей бақылау мен міндеттерін атқаруды басқаруды өз қолына алған кезде саяси журналистика өзге салаларды талдау үшін де маңызды болады. Сондықтан да XIX ғасырдың соңы мен XX ғасыр басындағы қазақ оқығандарының саяси көзқарасының жаңа сипатқа көтерілуіне әсер еткен ортаның бірі – басылымдар еді. Ғалым М. Қойгелдиев Ә. Бөкейхановтың алғашқы қызмет атқарған орындарының бірі Омбыдағы «Степной Край» газетінің құрамында халықшылар мен марксистерден тұрғандығын жазады [1. 10] [11]. Ә. Бөкейхановтың саяси көзқарасы мен ел еркіндігі жолындағы күресте таңдаған құралы да баспасөз болды. «Патшалық отарлау аппараты өзіне қызметке даярлаған түрлі мамандық иелері арасынан шыққан қазақ зиялылары елде жаңа сипат, жаңа өрлеу ала бастаған ұлттық қозғалысқа саналылық, ұйымдасқан сипат беру жолдары қарастырды. Осы бағытта газет шығару, күреске шақыратын кітаптар бастырып тарату, көкейкесті қоғамдық-саяси талаптарқойған петициялар ұйымдастыру сияқты бұрын қазақ тарихында болмаған саяси күрес құралдарын игере бастады [1. 12].

XX ғасыр басындағы қазақ зиялылары саяси еркіндіктің, халықтың саяси көзқарасының басты шарты білімді игеру, ғылымды білу, мәдениетті көтеру екенін ұқтыруды мақсат етті. «Дүниеде теңге теңдік, кемге кемдік, азды көпке теңгеретін ғылым мен өнерді, елсізді елдіге теңгеретін, жоқты барға теңгеретін ғылым мен өнерді керек қылатын қазақ аз. Теңдікке қолы қалай жетсін! Қатерлі жерде қаперсіз отырдық. Өзімізге өкпелесек, өзгеге өкпелер бет жоқ» [2. 49], – дейді А. Байтұрсынұлы.

Журналды шығарушы М. Сералин 1912 жылдың № 1 санындағы өткен бір жылға шолу мақаласында 1911 жылы ең көп талқыланған мәселе жер, партия, оқу туралы болғанын айтады [2. 93]. Бұл сол кездегі халық үшін ең басты саяси мәселелер болатын. Журнал бетінде жер саясаты, ел ішіндегі партия, оқу саясаты – өзекті мәселелер ретінде талқыланып, кей жағдайда өз нәтижелерін де берді.

Саяси журналистиканың басты факторларына ұлтты аламыз. Ұлт мәселесі – ұлт саясаты қазақ халқы үшін қашан да өзектілігімен бірге елдің бірлігін территориялық тұтастығын сақтаудың негізі. Саяси журналистикадағы ұлттық фактор елдің менталитетін ескеру, дәстүр мен танымдық құндылықтарын қорғай отырып жүргізілгенде ғана шешілетіндігін қазақ баспасөзі тарихы дәлелдейді. Сондықтан да саяси күрес құралы болған «Қазақ» газетінде ұлттық бостандыққа жеткізудің құралы ғана емес, сол жолдағы қызметті атқарушы етіп газетті ұсынады. Газет ұлтты саяси күреске ұйымдастыратын, басшылық жасайтын орталық қызметін атқарды. Бұған дәлел газеттің қоғамдық-саяси бағытты таңдауымен де түсіндіруге болады. «Қазақтың» бірінші санында газеттің қызметін айта келіп: Дүниеде не болып жатқанын көру жоқ, не сөйленіп жатқанын есту жоқ, өз пікірін айту жоқ. Бүтін дүние жүзіндегі халықтар телеграмм, телефон, пошталардың арқасында бір-бірімен хабарласып, бір үйдегі адамдардай сөйлесіп отыр. Дүниеде болып жатқан істер, сөйленіп жатқан сөздер – кімге пайдалы? Кімге заралы екендігін күні бұрын біліп, пайдалы болса, шаттанып, зарарлысынан сақтанып тұрады» [3. 10].

«Қазақ» газеті халықтың саяси сауатының негізін бастайды. Газет бетіндегі әлемнің жаңалықтарынан, ел ішіндегі істерден хабардар болу, оны талдаудың пайдасы келешек қиындықтардан сақтану, алдын-ала қорғану екенін айтады. Бұл ұлттың саналық білімін баспасөзбен жетілдіріп, сонымен қаруланып жұрт өзі саяси істерді талдауға үйретуден басталғандығын байқатады. Алаш зиялылары халықтың саяси көзқарасын қалыптастырып, саяси талдауға үйренуге шақырады. Саясаттағы басты мәселе – өз мүдденді қорғау. Халықта өз мүддесін қорғауды үйренуі үшін ақпараттарды білуі керек, күнделікті істерді, жаңалықтарды естуі керек деген пікірдің өзі де саяси журналистикадағы қажетті факторлар әрбір ұлттың ерекшелігін ұстану қажеттігін айғақтайды. Кейбір елдер үшін саяси журналистикада ұлттық менталитет факторын ескеру шарт болмауы да мүмкін. Оған дәлел Е. Воинова мен Э. Полетаевтың осы тақырыпқа арналған әдістемелік құралында саяси журналистиканың коммуникациялық факторларына:

- технологиялық факторлар;
- саяси факторлар;
- экономикалық факторлар алынады [4. 11-17].

Өзгерістердің жылдамдығын көптеген факторлармен анықтауға болады. Солардың ішінде халық санының өсуі, жас пен кәрілердің ара қатынасының айырмашылығы, урбанизация т.б. Бірақ осының бәрінің басты себепкері – технология [5. 467].

Технологиялық факторлар саяси ақпараттарды жылдам жеткізуге, тез таратуға да ықпал етеді. Бірақ бұл ретте, зерттеушілердің көпшілігі саяси ақпаратты өңдеу мен қайта таратудағы технологиялық факторларды көп айтады. Саяси институттар мен партиялар, қоғамдық ұйымдар мен бірлестіктер тарапынан жасалатын технологиялық өзгертулер мен өзгерістер ақпараттар мен жаңалықтарға жаңа мазмұн беруі немесе оның бағытын ауыстыруы да мүмкін.

Технологиялық факторлардың келесі бір қызметі ақпараттар ағыны қабылдаушыларды шатастыруы да мүмкін. Сондықтан да саяси партиялар мен саяси ұйымдар неғұрлым өз қызметтерін күшейткен сайын ақпараттар да көбейеді. Осының әсерінен қоғамға таңдау да қиынға түседі. Әлеуметтік желі арқылы келетін ақпараттар ағыны әртүрлі жағдайда қоғамдық ортаның көңіл-күйі сезіміне әсер еткен кейбір жеке адамдар пікірінің нақтылы деректерден де өтімді болып кететіндігін көрсетеді. Кей тұстарда нақтылы деректің өзі құнсыз болып, қоғамға «post-truth» – пост-шындық, прайминг, фрейминг әдістері туралы кең зерттеулер жасалды [6. 67-68].

Журналистиканы зерттеуші Д. МакКуэйл бұқаралық ақпарат құралдары әлемдегі технологиялық мүмкіндіктер мазмұны әлдеқайда қоғам үшін әлеуетті ақпараттарды, деректерді өңдеу технологияның қажетті қызметі болатындығын айтады [7. 14]. Қазіргі саяси журналистикада басым бағыттардың бірі – қажетті ақпараттарды жаңа, алғашқы қалпында ала алу, оның нақтылығын тексеру және өңделген дерек пе, әлде бастапқы негіз сақталған ба, бұны да тексеру міндеті туындайтындығымен де аса күрделі сала болып шығады.

Саяси журналистиканың өзінің басты мақсаты – ұлттың еркіндігі пен бостандығы, тәуелсіздігі үшін ұлттың саяси санасын қалыптастыруға қажет ортаның жасалуына ықпал ету. Осы мақсаттарды жүзеге асыруда қазақ журналистикасының алар орны ерекше болуға тиісті. Өкінішке орай, бүгінгі күн биігіндегі әр түрлі саяси сұрақтарға,

ел ішіндегі өзгерістер мен жақын және алыс елдердегі әр түрлі саяси тиктоникалық құбылыстар, дүмпулер, оқиғаларға түсіндіру мен шешімдер ұсыну саяси журналистика міндеті болмақ.

Саяси журналистиканы журналистикадағы саясат деп те алады, сонымен бірге оны журналистиканың бағыты, саясаттанудың құралы деген пікірлерде бар. «Саяси журналистика – журналистиканың бағыттарының бірі, әрі саясаттану құралдарының да бірі болады» [8. 2]. Баспасөз бен саясаттың арасындағы өзара байланыс саяси жағдайларды жариялау, қоғамға таратудан басталады. Саяси журналистиканың тақырыбы мен материалдары өзге баспасөз материалдарынан өзгеше болады. Бұл өз кезегінде бұқаралық ақпарат құралдарының түрлерінде әр түрлі үлгіде жариялануы да мүмкін. Мысалы, дәстүрлі БАҚ түрлерінде қалыптасқан қатаң журналистік этика және құқықтық заң талаптары сақталса, әлеуметтік желі арқылы немесе жекелеген электронды құралдарда белгілі топтар мен автордың мүддесіне қарай жығылуы да мүмкін. Саяси журналистикадағы технологиялық факторлар саяси журналистиканың стилі мен жазылу мәнерін, ақпараттың дерек көздерін, жанрын т.б. талаптарын сақтауы керек. Саяси журналистиканың өз аудиториясы бар. Оның құрамы мен тапсырыстары, талаптары, кері өтінімдері теориялық және қолданбалы-тәжірибелік талдаудан да өткізеді.

С.Г. Корконосенко саяси журналистиканың теориясын саясаттану, әлеуметтік журналистика және коммуникация теориясы және басқа ғылымдар тоғысынан алады. Саяси журналистиканы журналистиканың саясаттануымен салыстырады. Журналистиканың саясаттануын саяси институттар, саяси сана, саяси өмір, саяси мәдениет, саяси коммуникация, саяси танымға таратады [9. 14-15]. Саяси журналистикадағы көпшілікке ықпал ету факторларына саяси технологиялар арқылы қолданылатын әдістер мен тәсілдер кіреді. Бұл істі жүргізудің алгоритмі мен субъектіге бағытталған міндетті шешудің тиімді, оңтайлы әдіс-тәсілдерін қолдануға да байланысты. Бұл ретте, саяси кеңесшілер, билік пен басқару органдары, PR, т.б. қосу тәсілдері де жүруі мүмкін. Сондықтан да саяси журналистикадағы факторларды анықтауда алғашқы дерек көздерімен жұмыс, ақпараттың жаңашылдығы, гипер-жылдамдық, ақпараттық ағын, резонанс та ескеріледі.

Қазіргі саяси журналистикадағы мазмұн концепцияларды талдау кезінде келесі пікірлерді қалыптастыруға ықпал ететіндігін айтады. Зерттеушінің айтуынша, қазіргі батыс елдеріндегі саяси журналистика:

- саясаттың стратегиялық ойын екенін;
- тікелей жаңалықтармен салыстырылатын интерпретация;
- БАҚ конфликті пен негативінің қалыптасуы;

– саяси және партиялық пен біржақтылығын көрсетеді. Саяси журналистика саясаттың ықпалы мен партияның алалаушылығынан шыға алмайды деп жазады [10]. Саяси журналистиканың дамуы мен оның қоғамдағы қызметінің таратылуы сол елдегі саяси тұрақтылықпен тығыз байланысты деген пікірді де айтады. Мысалы Батыс Еуропа елдерінің саяси журналистикасына талдау жасаушылар Франция мен Біріккен Корольдікте (Ұлыбританияда) саяси журналистика БАҚ-та еркін қызмет етеді, себебі оларда саясат та тұрақты деген пікірді айтады.

Қорытынды

Бүгінгі күнде жастардың ішінде саяси тақырыптарға қызығушылық белсенді емес. Өзіміз зерттеген 105 студент ішінде шамамен 5 пайыз ғана жан саяси тақырыпқа қызығады. Респонденттердің орта жасы 23. Сол бес пайыздың 90 пайызы ер балалар. Есесіне 90 пайыз студент «Салтанат ісін» біледі. Демек өз ортамызда «бейсаяси» ұрпақ өсіп келеді. Бұған негізгі себеп Қазақстанның әлемдік саяси ортадағы бейтараптық, көпвекторлық бағыты болса керек.

Қоғамдық ортаның күрделілігі ақпараттық технологиялардың қызметінің кең көлемімен де байланысты. Әлемдегі саяси ойындар мен стратегияларды ұғу, олардың мақсаттары мен бағыттарын болжау қиындап бара жатыр. Қаншалықты қиын болғанымен де, саяси ортамен байланыс болу керек. Сонымен бірге саяси ортамен шындыққа негізделген ортаны қалыптастырудың маңызды екені анық. Дегенмен саяси стратегияда бүтіндей шындық ақпаратты алудың қиын екені әлмисақтан белгілі. Технологиялық мүмкіндіктер бұл бағытта жолды, тәсілдің түрлерін көбейтіп берді. Қалай болғанда да, журналистика ақпаратты сауатты талдау мен нақты ақпаратты қоғамға жеткізу қызметін атқаруы тиіс. Сол себептен де, саяси журналистиканың теориялық негіздері мен ақпаратпен жұмыс істеу, технологиялық өңдеуді тексеру, деректерді салыстыру, шындықты ашудың бағыттарын табу т.б. мәселелер бойынша зерттеулер мен тәжірибелік істер, қолданбалы әдіс-тәсілдер жүйесін жасау қажеттілігі байқалады. Қазақ қоғамының саяси сауаттылығы, ұлттың сана-сезімінің ашықтығы мен танымының кеңдігі күнделікті алатын ақпараттарымен де байланысты. Ендеше жаңа кезеңдегі қазақ журналистикасы міндеттерінің бірі – саяси журналистика мәселелеріне қатысты зерттеулерді талап етеді.

Авторлардың қосқан үлесі

Қапасова Б.Қ. – материал жинап, мақала жазды.

Елікпаев С.Т. – мақаланы жинақтап, қорыттты.

Қуантайұлы Н. – мақаланың талапқа сай екенін тексерді, ой қосты.

Әдебиеттер тізімі

1. Байтұрсынов А. Қазақ өкпесі. Энциклопедия «Айқап». Бас редактор Р. Нұрғалиев. – Алматы: «Қазақ энциклопедиясы», 1995. – 367 б.
2. Сералин М. «Айқап» журналы № 1, 1912. Энциклопедия «Айқап». Бас редактор Р. Нұрғалиев. – Алматы: «Қазақ энциклопедиясы», 1995. – 367 б.
3. «Қазақ» газеті. Бас редактор Ә. Нысанбаев. – Алматы: «Қазақ энциклопедиясы», 1998. – 560 б.
4. Воинова Е., Полетаев Э. Саяси журналистика бойынша әдістемелік құрал. – Нұр-Сұлтан: «Құқықтық медиа орталығы», 2022. – 92 б.
5. Тоффлер Э. Шок будущего. – Москва: АСТ, 2002. – 557 с.

6. Попова О.В. Политика постправды и популизм. Под редак. – Санкт-Петербург: Скифия-принт, 2018. – 216 с.
7. МакКуэйл Д. Журналистика и общество. – Москва: МедиаМир, 2013. – 362 с.
8. Тулупов В. О политической журналистике. В журнале: Новое в массовой коммуникации. Воронеж: ВГУ. – 2016. – № 1. – 137 с.
9. Корконосенко С.Г. Политическая журналистика: учебник для бакалавриата и магистратуры. – Москва: Юрайт, 2015. – 319 с.
- 10 Jesper S. Political Journalism: The Most Sacred Part of Journalism Oxford Research Encyclopedia of Communication. – [Электрон. ресурс]. URL: <https://jesperstromback.org/wp-content/uploads/2020/11/strocc88mbacc88ck-shehata-2020> (қаралған күні: 23. 02. 2025)
11. Қойгелдиев М. Алаштың Әлихан Бөкейханов Ә. Шығармалар. – Алматы: Қазақстан, 1994. – 384 б.

Б.К. Қапасова¹, С.Т. Елікпаев¹, Н. Куантайұлы²

¹Торайғыров университет, Павлодар, Қазақстан

²Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева, Астана, Қазақстан

Технологические и политические факторы в отечественных СМИ

Аннотация. Статья посвящена анализу технологических и политических факторов, влияющих на политическую журналистику. В статье, исходя из того, что первые источники современной казахской политической журналистики – выход в свет журнала «Айқап» и газеты «Қазақ» – были направлены на распространение грамотной информации в общественной среде, повышение политической грамотности и влияние на общественное сознание, рассматриваются теоретические вопросы работы с материалами политической направленности в современной журналистике. Наша цель – определить теоретические основы технологических и политических факторов, влияющих на политические материалы в современных СМИ. Теоретические положения, исследованные в статье, могут быть использованы при анализе политических материалов в казахских СМИ, в научно-исследовательских работах в данной области. Здесь использовались методы сравнения, анализа, обзора и обобщения. В статье представлен анализ технологических и политических факторов, влияющих на современную политическую журналистику. Приняв этот анализ за теоретическую основу, можно провести анализ политических материалов в казахских средствах массовой информации, определить уровень восприятия политических материалов общественной средой и место влияющих факторов. Ценность исследования заключается в предоставлении идей и заключений, направленных на повышение политической грамотности общественной среды – основной цели политической журналистики, а также на формирование навыков работы с материалами СМИ. Представленные результаты теоретического анализа приведут к масштабным исследованиям факторов, влияющих на политическую журналистику как теоретический объект.

Ключевые слова: политическая журналистика, влияющие факторы, технологические, политические, общество, сознание, познание

B.K. Kapasova¹, S.T. Elikpaev¹, N. Kuantayev²

¹*Toraygyrov University, Pavlodar, Kazakhstan*

²*L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan*

Technological and political factors in domestic media

Abstract. The article is devoted to the analysis of technological and political factors influencing political journalism. The article examines the theoretical issues of working with politically-oriented materials in modern journalism, based on the premise that the origins of modern Kazakh political journalism – the publication of the Aiqap magazine and the Qazaq newspaper – were born out of the goal to disseminate competent information, enhance political literacy, and influence public consciousness. Our goal is to identify the theoretical foundations of technological and political factors influencing political materials in modern media. The theoretical concepts explored in the article can be applied in analyzing political materials in Kazakh media and in preparing scientific research in this field. Comparison, analysis, review, and synthesis methods were used. The article presents an analysis of technological and political factors influencing modern political journalism. Taking these analyses as theoretical conclusions allows for analyzing political materials in Kazakh-language mass media, determining public perception levels, and identifying the role of influencing factors. The value of the research lies in the ideas and conclusions aimed at increasing the political literacy of the public, the main objective of political journalism, and in fostering skills in working with mass media materials. The presented theoretical analyses will lead to extensive studies on the influencing factors as theoretical objects of political journalism.

Keywords: political journalism, influencing factors, technological, political, society, consciousness, cognition

Reference

1. Baitursynov A. Kazak okpesi. / Jenciklopedija «Aikap» / Bas redaktor R. Nurgaliyev [Kazakh lungs. / In the Book: Encyclopedia «Aikap» / Editor in chief R. Nurgaliyev]. (Almaty, 1995, 367 p.) [in Kazakh]
2. Seralin M. «Aikap» zhurnaly № 1, 1912 /Jenciklopedija «Aikap»/ Bas redaktor [Journal «Aikap» No. 1, 1912 / in the Book: Encyclopedia «Aikap». Editor-in-chief R. Nurgaliyev]. (Almaty, 1995, 367 p.) [in Kazakh]
3. «Kazak» gazeti / Bas redaktor A. Nysanbaev. [Newspaper «Kazakh» / Editor-in-chief A. Nysanbayev]. (Almaty, 1998, 560 p.) [in Kazakh]
4. Voinova E., Poletaev E. Sajasi zhurnalistika bojnsha adistemelik kural. [methodological manual on Political Journalism]. (Nur – Sultan, 2022, 92 p.) [in Russian]
5. Toffler Je. Shok budushhego. [The schok of the future]. (Moskva, 2002, 259 p.) [in Russian]
6. Popova O.V. Politika postpravdy i populizm. [Post-truth politics and populism. Edited by O.V. Popova]. (St. Petersburg, 2018, 216 p.) [in Russian]
7. McQuail D. Journalism and Society. (Moscow, 2013, 362 p.) [in Russian]
8. Tulupov V. O politicheskoy zhurnalistike // V zhurnale: Novoe v massovoy kommunikacii. Voronezh: VGU. [Sheepskin coats About political journalism // In the magazine: New in mass communication. Voronezh, VSU]. 1. 137(2016). [in Russian]

9. Korkonosenko S. G. Politicheskaja zhurnalistika: uchebnik dlja bakalavriata i magistratury. [Political journalism: teacher for Bachelor's and master's degrees]. (Moscow, 2015, 319 p.) [in Russian]

10 Jesper S. Political Journalism: The Most Sacred Part of Journalism Oxford Research Encyclopaedia of Communication. Available at: <https://jesperstromback.org/wp-content/uploads/2020/11/strocc88mbacc88ck-shehata-2020> (accessed at: 23. 02. 2025)

11. Koigeldiev M. Alashtyn Alihany / Bokejhanov A. Shygarmalar. [Alikhany Of Alash /In The Book: Bukeikhanov A. Works]. (Almaty, 1994, 384 p.) [in Kazakh]

Авторлар туралы мәлімет:

Қанасова Б.Қ. – филология ғылымдарының кандидаты, Торайғыров университеті, филология және журналистика кафедрасының профессоры, Павлодар, Қазақстан.

Елікпаев С.Т. – филология ғылымдарының кандидаты, Торайғыров университеті, филология және журналистика кафедрасының профессоры, Павлодар, Қазақстан.

Қуантаев Н. – филология ғылымдарының кандидаты, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті журналистика және әлеуметтік ғылымдар факультетінің деканы, Астана, Қазақстан.

Сведения об авторах:

Канасова Б.Қ. – кандидат филологических наук, профессор кафедры «Филология и журналистика», Торайгыров университет, Павлодар, Казахстан.

Еликпаев С.Т. – кандидат филологических наук, профессор кафедры «Филология и журналистика», г. Павлодар, Казахстан.

Куантаев Н. – кандидат филологических наук, декан факультета журналистики и социальных наук, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан.

Information about the authors:

Karasova B.Q. – Candidate of Philological Sciences, Professor, Department of Philology and Journalism, Toraygyrov University, Pavlodar, Kazakhstan.

Elikpaev S.T. – Candidate of Philological Sciences, Professor, Department of Philology and Journalism, Toraygyrov University, Pavlodar, Kazakhstan.

Kuantayev N. – Candidate of Philological Sciences, Dean of the Faculty of Journalism and Social Sciences, L. N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.



ХҒТАР 19.41.09
Ғылыми мақала

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-151-2-95-107>

Қазақстан бұқаралық коммуникация құралдарындағы билингвизм мәселелері

А.И. Майлыбаева*¹, М.Б. Тоқтағазин¹, Н.К. Сиязбаев²

¹Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

²Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды, Қазақстан

(E-mail: *mailybayeva@mail.ru, muratbek_63@mail.ru, nurtuleu_92kz@mail.ru)

Аңдатпа. Мақалада билингвизм терминіне түсініктеме беріліп, оның енуіне себеп болған әлеуметтік, саяси, мәдени жағдайлары талданды. Қазіргі қоғамда билингвизмнің кең таралуы этникалық және саяси факторлармен, сондай-ақ географиялық ұтқырлықпен түсіндіріледі. Жаһандану кезеңінде қоғамдық және қаржылық алғышарттар маңызды рөл атқарады, мұнда екі немесе одан да көп тілдерді білу оқуға түсу немесе басқа елде жұмыс істеу үшін қажетті шарт болып саналады. Халықтардың, тілдер мен мәдениеттердің араласуы бұрын-соңды болмаған ауқымға жеткен және бөтен мәдениеттерге төзімділікті тәрбиелеу, оларға деген қызығушылық пен құрметті ояту мәселесі бұрынғыдан да өткір болған қазіргі кезеңде мәдениетаралық қарым-қатынаста қостілділік ерекше маңызға ие болып тұр. «Билингвизм» термині екі латын сөзінен шыққан: («bi»-қос және «lingua»-тіл). Екі тілділік ұғымының өзі толық түсініксіз: арнайы әдебиеттерде оның анықтамалары бір-бірінен айтарлықтай ерекшеленеді. Билингвизм деп ақпаратты екі тілде де түсініп, еркін сөйлей алуы немесе бір тілде еркін сөйлеп, екінші тілде тек жауап қайтара алатындай тілдік дағдысы болуын айтады. Қостілділікті қазіргі жаһандану кезеңінде болуы тиіс құбылыс деп санауға болады. Сонымен қатар, билингвизмнің медиаға қатысы айтылып, таралу деңгейі анықталды. Дәстүрлі және жаңа медиакеңістіктің мүмкіндіктері сараланды. Мақаланың мақсаты – қазақтілді бұқаралық коммуникациядағы билингвизмнің көрінісін анықтап, деңгейін саралау. Дәстүрлі және интернет БҚК-дағы билингвизмдер мысалдар арқылы талданды. Зерттеудің нәтижесінде қазақ-орыс, қазақ-ағылшын билингвизмі анықталды. Әсіресе, қазақ-орыс билингвизмі барлық бұқаралық коммуникация құралдарында кездесетіні айқын. Себебі елімізде кейбір ресми іс-шаралар орыс тілінде жүргізіледі.

Түйін сөздер: билингвизм, БАҚ, коммуникация, қос тілділік, медиа-кеңістік

Кіріспе

Билингвизм – ертеден келе жатқан құбылыс. Ал жаһандану кезеңінде бірнеше тіл білу немесе түсіну қалыпты жағдайға айналды. Бұл құбылыстың артында тарихи, саяси, әлеуметтік мәселелер жатыр. Билингвизмді зерттеуші ғалымдар бұл терминге түрлі анықтама берген. Бірі екі тілді де бірдей дәрежеде білуі тиіс десе, келесі тобы екінші тілді түсініп, аз болса да сөйлей алса жеткілікті деген тұжырым жасаған. Билингвизмге қатысты тұшымды ойларды У. Вайнрахтың еңбектерінен таба аламыз. Ол билингвизм немесе қос тілділік «екі тілді кезектесіп қолдану тәжірибесі. Бұл тәжірибені жүзеге асыратын адамдар екі тілді немесе билингв деп аталады» [1, 22 б.] дейді. Ал А. Метлюк болса, «билингвизм» термині екі тілді жеке меңгеру жағдайларына, тілдерді ұжымдық немесе жаппай меңгеру жағдайларына қолданады. Бұл ретте екінші тілді меңгеру әртүрлі дәрежеде болуы мүмкін» [2, 88б.] деген болатын. Қазақ әдеби тілінің сөздігінде: «Билингвизм – [bi-екі, lingua-тіл] – зат. Қостілділік. Билингвизм – әлеуметтік, психологиялық, тілдік құбылыс» деп берілген [3, 354].

Зерттеуші К.Я. Янович қостілділік ұғымы «мәдениетаралық коммуникация» ұғымымен тығыз байланысты дейді [4]. Екі тілді басылымдар әрдайым екі халықтың мәдени мәтіндерін бейнелейді, бұл оқырмандарға әртүрлі мәдениеттердің, олардың және шетелдіктердің мағыналарын түсінуге, оларды талдауға және салыстыруға мүмкіндік береді, осылайша, мәдениетаралық коммуникацияны жүзеге асырады. Оқу процесінде екі тілді басылымдарды қолдану ерекше маңызға ие. Олар материал мен тілдің оңай сіңуіне ықпал етеді. Қазір осындай екі тілді басылымдардың көп саны әртүрлі жастағы және білім берудің әртүрлі деңгейлеріне қарай таралып жатыр.

Медиалингвистика – ғылымдар тоғысында баспа, аудиовизуалды және желілік медиамен ұсынылған медиасферада тілдің жұмыс істеуін зерттейтін пән. Әлеуметтік-саяси жағдайлар тіл арқылы медиакеңістікте көрініс табатындықтан, билингвизмдердің белгілерін анықтау үшін дәстүрлі және интернет бұқаралық ақпарат құралдарына шолу жасалды.

Зерттеу әдісі

Тақырыпты зерттеу үшін белгілі бір медиа үшін тілді таңдау факторларын анықтауға арналған контент-талдау; газет мәтіндеріндегі русизмдерді интроспективті анықтау және оларды варваризмдерден ажырату үшін салыстырмалы талдау; русизмдердің мәлімдеме мен мәтіндегі функцияларын анықтау үшін контекстік талдау әдістері қолданылды.

Талқылау

Билингвизмді У. Вайнрах, В.Ю. Розенцвейг, Г. Вишневская, Ф.П. Филин, т.б. зерттеп, оның концепциясын жасаған еді. Билингвизм – әлеуметтік, саяси, психологиялық, лингвистикалық құбылыс болғандықтан, оның бірнеше теориясы анықталды. Түрлі

теориялардың ішінде Г. Вишневскаяның пайымдауынша, Ф.П. Филиннің концепциясы «неғұрлым сенімді болып көрінеді, өйткені ол екі тілді адамның сөйлеуіндегі тілдер арасындағы байланыстың сипатын ескере отырып, талданатын құбылысты объективті түрде көрсетеді және бұл құбылысты толық және жан-жақты ашуға мүмкіндік береді» [5, 6.16].

Өз кезегінде, билингвизм қазіргі әлеуметтік-мәдени құбылыс ретінде келесі факторлардың әсерінен дамиды:

- әлеуметтік-мәдени компоненттің рөлін күшейту-басқа елдердің мәдениетін зерттеу және өз мәдениетін тереңірек түсіну, "мәдениеттер диалогына" қатысу;
- бірыңғай білім беру кеңістігін (жалпыеуропалық білім беру кеңістігін, халықаралық білім беру кеңістігін) құру және соның салдарынан адамдардың шет тілдерін меңгерудің жалпыеуропалық деңгейіне жетуге ұмтылуы және студенттер мен оқытушылардың академиялық ұтқырлығын дамыту;
- болашақ мамандарға өз әлеуетін іске асыруға және әлемдік нарықта белсенді жұмыс істеуге мүмкіндік беретін кәсіптік даярлау құралы ретінде екі тілді оқытуға деген қажеттілік, сондай-ақ ХХІ ғасырда кәсіпаралық сипаттағы алмасулардың айтарлықтай өсуі;
- әлемдік ақпараттық кеңістіктің дамуы, теледидар мен Интернет сияқты заманауи ақпараттық және коммуникациялық технологиялардың, түрлі бұқаралық коммуникация құралдарының тез таралуы;
- жаңа ақпараттық-коммуникативтік технологияларды пайдалану, қашықтықтан оқыту нысанын дамыту, on-line режимінде оқыту және т. б.

Билингвизм, ең алдымен тарихи жағдайларға байланысты дамыған. Оның айқын мысалы ретінде КСРО құрамына енген елдердегі тіл саясатын негізге алуға болады. Мәселен, А.В. Гусейнова «Региональный язык в медиапространстве Республики Хакасия» атты мақаласында Хакасияның медиакеңістігіндегі тіл мәселесіне тоқталған. Зерттеудің нәтижесінде ассиметриялы билингвизм деген тоқтам жасады. Мақаланы қорыта келе, жергілікті тілдің уақыты шектеулі екені айтылды. Алайда соңғы жылдары хакас тілін дамыту бағдарламасына сәйкес осы тілдегі бағдарламалар санының жиілігі артып келе жатқанын айтты [6]. Ал, Л.Д. Дряхлова Мордовия баспасөзіндегі қостілділікке талдау жасап, мокша мен эрза тілінің қазіргі жағдайына тоқталған. Жергілікті халықтың тілдік жағдайын ескеру үшін телехабарлардағы билингвизм жақсы әсер етеді дейді. Зерттеудің нәтижесінде Мордовиядағы мокша тіліне деген қажеттіліктің жоқтығын, соған сәйкес бұқаралық ақпарат құралдарындағы хабарлар да бұл тілде өте аз шығатыны анықталды [7].

Т.В. Жеребило билингвизм жағдайындағы публицистикалық стиль жайында сөз қозғайды. Неонимациялар мен түрлі штамптарды мысалға ала отырып, шетелден енген on-line, PR, wi-fi, т.б. сөздердің кейде латын тілінде жазылатынын тілге тиек етті. Бұл жағдай кірме сөздердің тілге қаншалықты енгенінен хабар береді дейді. Бұл сөздер орыс тілінен оңайлықпен кете қойматынын айтып, оларды ауыстыратын жаңа атаулар шығады деген сенімін келтірді. Зерттеуші жекелеген сөздерге тоқталып, оны бұқаралық ақпарат құралдарында кездесетін мысалдармен дәйектеген. Біздің ойымызша,

зерттеуші Т.В. Жеребило қостілділіктің әсерінен өзгерген стильді талдағысы келген [8]. Осы орайда тілші-ғалым А. Алдаш соңғы уақытта функционалды стильдердің араласып келуі жиі кездесетіндігін айтады. Біздің ойымызша, бұл жағдайға қоғамда қалыптасқан қостілділіктің де әсері бар. Зерттеуші Н.Б. Азизова өз зерттеуінде билингвизмнің мемлекеттің консолидациясына оң әсері бар екенін айтады. Тарихи, әлеуметтік жағдайлар елдегі қостілділікті дамыта отырып, нығая түседі екен [9]. С.В. Андреева билингвизмнің лингвистикалық, психологиялық, әлеуметтік, т.б. аспектілерін қарастыра отырып, құбылыстың қоғамға әсерін жан-жақты ашып көрсетті [1]. Жеке адамға қатысты алатын болсақ, бірнеше тілді білу – үлкен жетістік. Алайда жергілікті бұқараға тарайтын ақпараттың қос тілде немесе шұбарланған тілде таралуы – даулы мәселе.

Қазақ тілі – мемлекеттік тіл болғанмен, мемлекеттік маңызы бар іс-шаралардың орыс тілінде жүргізіліп жатқаны қынжылтады. Билингвизмнің қазақ қоғамына орныққанына бірнеше ғасыр болды. С.Х. Абдигази «осы уақытқа дейін көптілді Қазақстанда З.К. Ахметжанова атап өткендей, бірінші тілдің екінші тілге әсер ету ерекшелігіне, тілдердің әртүрлі қызмет салаларын қамтуына және түрлі аймақтарда таралуына қарай билингвизм мен полилингвизмнің түрлері қалыптасты» дейді. Б.Х.Хасанов екі тілділіктің 126 түрін ажыратады. 125 ұлттық және орыс тілдері, жиырмаға жуық орыс-ұлттық және ұлттық-қазақ екі тілділік, ұлттық екі тілділіктің кемінде он түрі, сондай-ақ үш тілділік: қазақ, орыс және ұлттық тіл» деп жік-жікке бөліп берді [10].

Е.О. Опаринаның мақаласында билингвизмді тудырған жайттарды тізбектеп көрсеткен. Ең алдымен қазақ тілімен қатар орыс тілінің қолданысы бірдей, тіпті кейде мемлекеттік жиындарды орыс тілінде өткізетіні белгілі. 2007 жылы Қазақстан Президенті Н. Назарбаев «Тілдердің үштұғырлығы» тұжырымдамасын жариялады, ол үш (басқа тәсілмен оларды төрт деп санауға болады) стратегиялық тұжырымдаманы ұсынды. Тілді дамытудағы мақсаттар: «мемлекеттік [қазақ] тілінің әлеуметтік-коммуникативтік функцияларын кеңейту және нығайту; орыс тілінің мәдени функцияларын сақтау; тілдерді дамыту этникалық топтар және іскерлік қарым-қатынасқа ағылшын тілін енгізу» [11].

Т.А. Поддубская ТМД елдерінің медиакеңістігіндегі орыс тілінің рөліне тоқталған. «2010 жылдың басында орыс халқының саны ел халқының 23,3% құрады [12]. Бұл ретте ел халқының 84,8%-ы орыс тілін меңгерген. Қазақстанда орыс тілі ресми мәртебеге ие, ол Қазақстан Республикасының Конституциясында және "Қазақстан Республикасындағы тілдер туралы" 1997 жылғы Заңда расталған. 2004 жылы Заңның 8-бабына "жұмыс және іс жүргізу тілі" деген түзетулер енгізілді. Қазақстан Республикасының мемлекеттік органдары, ұйымдары және жергілікті өзін-өзі басқару органдары мемлекеттік тіл қазақ тілімен қатар орыс тілін ресми түрде қолданады". Мақала авторы қазақ тілі мен орыс тілінің тығыз байланыстылығын көрсеткен. Мәселе екі тілдің туыстығында емес, керісінше саяси-әлеуметтік себеппен ұзақ жылдар бірге қолданыста екенін айтады. Орыс тілінің қазақ елінде қолданыста болуы заңмен бекітілгенін тілге тиек етті.

Қоғамдық пікірді қалыптастыруда басты үлес алатын ақпарат көздері – телеарналар мен интернет ресурстар. Ең көп қамтылған сала – интернет желісі болып отыр. 6-74 жас аралығындағы халықтың 78,2%-ы интернетті пайдаланады екен, басым бөлігі 14 жас

пен 45 жас аралығында. Жас ерекшелігіне қарай, пайдаланатын контент ерекшеленеді, алайда ақпараттың көбісі орыс тілінде алынады.

2021 жылы қазақстандық 166 телеарнадан сұранысқа ие ондықтың ішіне алтауы (КТК, Qazaqstan, НТК, Первый канал Евразия, Хабар, 31 канал) енді, оның үшеуі мемлекеттік арналар. Қазақстандық телеарналардың басым бөлігі жергілікті телеарналар, олар мемлекеттік гранттар есебінен қызметін жалғастыруда. Қазақстандық арналарға мемлекеттік қолдау көрсете отырып, олардың бәсекеге қабілеттігін арттыру мақсатында жүргізген мемлекеттік бағдарлама оң әсерін тигізуде. Рейтинг бойынша алғашқы отыз арнаның ішіндегі қазақстандық арналар үлесі 2021 жылы 2,9%-ға көбейді. Дегенмен, басым көпшілігі орыс тілді арналарды таңдауда ресейлік арналарға жүгінуде. Демек, отанымыздың территориясында қоғамдық пікірді қалыптастыруда олардың әсері айтарлықтай болып отыр.

Бүгінгі күнде Қазақстанда тіркелген БАҚ саны 5 189, оның 3 676 баспа өнімдері (2180 газет және 1496 журнал), 191 – телеарна, 84 – радио, 959 – ақпараттық агенттіктер мен ғаламтор арналары. 35% өз қызметін екі тілде, 16% – тек орыс тілінде, 13% – тек қазақ тілінде, 22% – үш немесе одан көп тілде жүргізеді. Заңнамаға сәйкес контенттің кем дегенде жартысы мемлекеттік тілде болуы тиіс деген талап бар. Мұндай күшпен енгізудің жағымсыз әсері де жоқ емес. Қазақ тілді контентті толтыру үшін ақпарат орыс тілінен аударылады. Бірақ, аударма барысында қазақ тілінің грамматикалық және сөзорам ережелері ескерілмейді. Содан орыс тілінен тікелей аударылған калька туындайды. Осындай материалды теледидарда оқыған кезде акцентпен сөйлеп тілін бұрап, дұрыс айта алмау да кездесіп жатады, жасандылық пайда болады.

Р.О.Туксайтова Қазақстандағы қазақ-орыс билингвизмінің медиадағы жағдайын, үлесін, 50/50 ұстанымын тілге тиек етті. Орыс тілі ұлтаралық қана емес, бір ұлттың ішіндегі тілдік қарым-қатынаста қолданылатын тілге айналғанын айтты [13]. Қазақстанда екі тілде де кез келген ақпаратты алуға мүмкіндік мол. Телевизия, радио, интернет ресурстарында барлық материал қолжетімді. Ақпараттың бірнеше тілде таралуы сөйлеу тіліндегі кодтардың ауысуын туғызады. Ш.К.Жарқынбекованың зерттеуінде қазақ-орыс тіліндегі кодтардың ауысуы сөйлеушінің бір тілден екінші тілге бірден ауысып кете алуына қатысты ғылыми болжамдар келтірген. Зерттеушінің айтуынша, Қазақстанда қазақ-орыс билингвизмінде қазақ тілі доминатты болып тұр. Сөйлеушінің бір тілден екінші тілге ауысуына тіл байлығының жетіспеуінен немесе тыңдаушыны өз ығына шығару үшін басқа тілді қолданады дейді. Ш.К.Жарқынбекова әлеуметтік желідегі хабарламалар мен фильмдегі диалогтарды талдаған [14].

Қазақстанда билингвизмнің субординативті түрі басым. Адам бір тілді екіншісіне қарағанда жақсы біледі. Сөйлеу әрекетінде бұл бір тілден екінші тілге ауысу арқылы байқалады. Бұл дегеніміз екі тілдік жүйе араласып келеді. Адам екі тілде де дүниенің тілдік суретін құрай алады.

Нәтижелер

Мақаланың мақсаты – орыс, ағылшын тіліндегі элементтердің қазақ тіліндегі медиа мәтіндерде қолданылуын анықтау. М.И.Конюшкевич билингвизмдерді ғылыми тұрғыдан мына белгілер бойынша зерттеу маңызды деп санайды [15]:

- белгілі бір медиа мен журналистің медиа мәтіннің тілін таңдауын анықтайтын факторлар;

- шет тіліндегі элементті медиа дискурса енгізу тәсілдері;

- осындай қосындылардың әсері;

- шеттілдік элементтерді медиа дискурста қолданудағы тілдік, коммуникативтік және этикалық-сөйлеу нормаларынан ауытқулар;

Еліміздегі саясаттың ықпалы ма, әлде басқа да әлеуметтік-тарихи себептер ме біз әлі орыс тілін қолдануды түбегейлі өзгерте алмай отырмыз. Мемлекеттік тіл – қазақ тілі, ана тіліміз – қазақ тілі бола тұра, үлкені де, кішісі де орыс тілінде сөйлесе, енді бірі екі сөздің бірінде бөгде сөзді қосып айтуды әдетке айналдырған. Сөйлеу тілінде қалыптасқан үрдіс болар десек, бұл індет қоғамның үні болған баспасөз беттерінде, ТВ бағдарламаларда, радиоларда, жалпы медиакеңістікте өте жиі кездеседі. «Елдің тілінің бұзылуына, ең алдымен, оқығандары себеп болды» деген ащы шындықты кезінде Х. Досмұхамедов айтқан еді.

Тіл білімінде «Бір тілдің өзінде баламасы бола тұрып, өмірге қажет болмаса да шет тілден орынсыз қолданылған сөздерді варваризм» дейді. Шет тілі дегенде біздің тілдік қолданысымызда орыс тіліндегі сөздер және ішінара орыс тілі арқылы енген ағылшын тіліндегі сөздер кездеседі. Сөйлеу тілінің әсерімен пайда болған варваризмдер күнделікті тілдік қатынаста нормаға айналып бара жатқаны өкінішті. «Қазақ тілі – жаралы тіл. Оған күн сайын жара салатын өзіміз. Атадан қалған рухани байлықты шұбар-шұбар, кедір-бұдыр, мәнсіз, сәнсіз, көріксіз, жұтаң, қаны-сөлі жоқ былжырақ, қойыртпақ бірдеңеге айналдырып келеміз. Сөйтіп жүріп, жалғыз байлығымыз – тілді құртамыз» деген еді академик Ө. Айтбайұлы.

Зерттеу барысында жинақталған деректерге шолу жасайық.

Токио олимпиадасындағы ең танымал тинейджерлердің бірі – ұлыбританиялық Скай Браун. <https://aqzhelken.kazgazeta.kz/news/34191>.

Ұйымдастырушылар хабарлағандай, «Жас өспірімдер күні» алғаш рет 2010 жылы өткізіліп, онда 5 мыңдай алматылық «тинейджерлер» граффити салып, шахмат ойнап, брейк, скейт-шоу көрсеткенді. 06.08.2011. abai.kz. Гугл, хром. <https://abai.kz/post/9868.2021> жылы 19 қыркүйекте aqzhelken.kazgazeta.kz сайтында «Токиодағы тинейджерлер» мақаласы жарық көрген. Мақаланың негізі ұлыбританиялық жасөспірім. Осы тұста лексикалық ауытқу анық көрінеді. Тинейджерлер ағылшын тілінен жақында ғана енген кірме сөз. Соңғы уақытта «жасөспірім» сөзінің орнына тинейджер ұғымын қолдануды жиі байқауға болады. Сөзімнің дәлелі <https://ken-zhyloi.kz/> сайтындағы 2022 жылғы, 20 қарашадағы «Әлеуметтік желілер және сайлау» атты мақалада да «кешегі тинейджерлер бүгінде жақсы табыс табады деп аталмыш ұғымды қолданады. Осы кірме сөзді қолдану жасөспірімдер үшін түсінікті болғанымен егде тартқан кісілер мен ересек оқырман үшін түсініксіз болары сөзсіз.

Тілімізге сіңіп бара жатқан бірліктің бірі – мода. Бұл сөздің аудармасы сән екенін біле тұра, 80-90 пайыз адам мода сөзін қолданады. Мысалы,

Той жасау **«модаға»** айналды ма? 22.08.2015. <http://www.mazhab.kz/kk/maqalalar/din-men-dastur/toi-jasau-modaga-ainaldy-ma-570/> мақаласында қазіргі той жасау дәстүрін сынға алады. Бір қарағанда тақырыпта нақтылық жоқ сияқты. Той жасау бұрыннан

бар дәстүр. Ал «мода» сөзін бұрын болмаған, енді шығып жатқан құбылыс кезінде қолданады. Сондықтан тақырыпты таңдауда да қателік кеткен сияқты. Осы таңқаларлық тақырыптың бірі «Бүкіл әлемде мынандай құбылыс бар: өзге тілде сөйлей білу – бұл мода!» https://mtdi.kz/e/til_sayasaty/id/229/q/1 деп шыққан екен. Иә, өзге тілде сөйлей білу сәнде болғанмен, дәл қазіргі жағдайда – қажеттілік деп қосар едім. Тағы да қазақ тілінде баламасы бар сөзді тақырыпқа апарып бекітеді. Оқырманның назарын аудару үшін қолданған маркетингтік тәсіл деп санауға болады. Өйткені «мода» ұғымы артынан көзсіз еріп отыратын қалың нөпірді көзге елестеді. Адамдары бейсаналы түрде топтық сана басқарып кететіні бар. Сәннен қалмау деген триггерді оятатыны үшін копирайтерлер мода сөзін жиі тақырып үшін қолданады.

Өзінің қазақ тіліндегі баламасымен жарысып қолданылатын тілдік бірліктің бірі – проблема сөзі. Қазақша мәселе, түйіні шешілмеген мәселе, түйткіл, т.б. деген синонимдік қатармен жұмсала береді. Мәселен, Ғаламдық **проблемалар**. Martebe.kz. https://martebe.kz/galamdik_problemlar/ Қазақстандағы экологиялық **проблемалар** мен оларды шешу жолдары. <https://kaz.nur.kz/kaleidoscope/1860409-kazakstandagy-ekologialyk-problemlar-men-olardy-sesu-zoldary/> атты мақалаларда проблема сөзін мәселенің көлеміне қатысты алды ма деген ой келеді.

Барашканың етін жей-жей **барашка** боп кеткен қазақ аузына не салсақ та күйсей береді десе керек, сол жүгіртпе жолдар арқылы сумаңдап, сұңқылдап **фейктетіп**: С. Әбіш қызметтен кеткен жоқ... Қазір **законный** еңбек демалысында жүр, деп соқты. <https://zhasalash.kz/saraptama/nan-bajdyn-zamany-men-zaualy-20545.html>. Жас Алаш газетіне шыққан мына мақалада сөйлеу тіліне сай бірліктер бар екен. Мәтіндегі иронияны көрсету мақсатында бөгде сөздерді алған болар деп санаймыз. Барашканың етін жеп барашка боп кеткен қазақ деген тіркестен мысқылды сеземіз. Логикалық байланысы әлсіздеу мәтінде үш бірдей бөгде сөз жүр. Баран сөзін барашка, фейктетіп – кірме сөзге қазақ тіліндегі қосымшаны жалғаған, законный сөзін сын есім ретінде қолданған. Қарап отырсақ, алынған сөздердің қазақ тілінде баламасы бар.

Тимка ең ақыры, қалт-құлт еткен мүгедек аналардың мардымсыз ризығына сұғанақ «лапасын» салған соң, не дерсің. Ал мына бір мәтінде бірнеше ауытқуды байқадық. Біріншіден, сөйлемде бірнеше стиль араласып келген. Екіншіден, мардымсыз ризық тіркесінің логикалық байланысы дұрыс емес, ризық тек қана ақша түрінде келмейді. Мардымсыз жәрдемақы деп алу керек. Үшіншіден, сұғанақ «лапа» тіркесіндегі лапа сөзі орыс тілінде жануарға қатысты айтылады. Яғни лапа-қол деген мағынада жұмсалады. Сұғанақ қол деген тіркестің өзінде жағымсыз сема бар, оны «лапаға» ауыстырып тіркестің коннотациясын тіптен қалыңдатып жіберген. Автор бір стильдік мақсатты ұстанған десек те, қазақ тілінің мол сөздік қоры жеткілікті деп санаймыз.

Телехабраларды тыңдап, ондағы көріністерді көз алдыңыздан өткізіп отырғанда тіліміздің мол мүмкіндігін: байлығын, оралымдылығын, икемділігін пайдалануда талай олқылықтар бар. Ең алдымен, тілдің шұбарлануын айтпасқа болмайды. Шұбарлану дегенде, орыс сөздерінің көп ретте тіптен орынсыз араласып жүретінін ескертеміз. Егер орыс сөзінің қазақша баламасы болмай, аудармасын таба алмай, қиналатын сәттер болса, оның жөні бір бөлек. Мәселен, мына ток-шоуларда орыс сөзі араласқанымен қоймай, тұтас сөйлем, сұрақ орыс тілінде айтылып тұр. Еркін формат, барынша ашық сұхбат жүргізу үшін тілге қатысты талап та күшті емес болар деген ой қалыптасты.

Как всегда, проста так для интереса, көп та просто, зато шынайы, (Бір болайық, Шахкерім Кәрмен, <https://youtu.be/260bSbfsQLE>).

Бір текспен сопровождениесі болу керек, хейт астында қалып кетем деп ойлаған жоқпын, Сен оны қызықтырмай тұрсаң **зачем ондай қадамдар жасап (Бір болайық, Камила Саян, <https://youtu.be/fef5qdEBxqs>)**

Бренд болмақшы, тренд болмақшы, Ок, круто, өзім лично көрдім, (Астарлы ақиқат, Дина Төлепберген, <https://youtu.be/iAiW8b313rU>)

Так короче беттен ұрмаймыз, **заранее** келісіп алдыңдарға, **бойдан** кейін, камераға көзіңді қысып қойдыңғой, бір жағынан **популярность** дейсіңғо, Не деген **скромный** жігіт (Өзіміз ғой, Еркебұлан Бердалиев, <https://youtu.be/J9e7GwvFgtk>)

Зачем – неге, так короче – қысқаша айтқанда, популярность – танымалдылық, скромный – кішіпейіл, заранее – алдын-ала, круто – мықты, керемет, күшті т.б. орыс сөздерінің біздің күнделікті лексикамызға еніп бара жатқанын айта кеткен жөн. Мысалы, мына репликаны журналист айтып тұр: Как всегда, проста так для интереса, көп та просто, зато шынайы – Әдеттегідей, жай қызық үшін, жай ғана көп екенін айтқым кеп тұр, бірақ шынайы деп қазақ тіліндегі сөздерді қолдануға болады. Төмендегі мысалдан сұхбат бірнеше тілде болып жатыр ма деген ой келеді. Өйткені ағылшын – орыс билингвизмін **face to face-взгляд на взгляд** анықтадық. Сұхбатта үш тілдің элементтері араласып келіп тұр.

Вообще не отвлекаемся, біз **значит** араласып жүрміз, Болды **скоро** қыс, **раз на раз** шық десе, сенің қаның қызып тұрғой, киноны **жару үшін** қазақстанда не істеу керек, қазір спортшы, **красавчик, краш** болып кетті, сонда да **крашсың, face to face. Уо я сказал. взгляд на взгляд, Давай** тұрамыз, Сен Мухаммад әлимен видеозвонокпен **фейс ту фейс** жасасайшы, **фронтальный** камераны қосып алып, **Прогрев, подогрев, разогрев** болады сендерде, Сенің жекпе жектерің өтпес бұрын, біз жаңа айттыққой **разогрев** деп, сол жақсы бір жүретін сияқты, **хайп**. Сен жалпы көңіл аударасың ба **хайпқа?** Болды, **давай, уговорил**, Еркебұлан **Тоқтар краш, красавчик**, секс символ (https://youtu.be/1dj3U_N8JDo Табоо. Анара Батырхан)

Әншейін костюм шалбар емес **необычный**, Демек, сіздер **пара** емессіздер, Жаңа ғана Алматы мен Шымкент деп жатыр еді, **автоматический** ән қосылды, **я все люблю. Самарканд любишь? Самарканд люблю.** Қырғыстанда Ош бар, **Ош любишь, а Ош это самый любимый город.** Ташкентше, **Ташкент любовь, уан лав Ташкент** деп ұра бересің ба, Марат Оралғазин **любой** ситуациядан алып шығады, Қалай бұл списокке Түркістан кіріп кетті, **Ояқта** атмосфера **мощный** болып тұрғо саған, Ақтаудың жігіттері **мощный** болады, Тіпті **красить** еткен кезде хайлайтердің қажеті жоқ, Бұл хабар арнасы **свободно** айта беруге болады, демек олай **шипперить** етудің, қоса берудің қажеті жоқ, **Вот** мен **объявлять** етейін деп жатырмын, осы жерде керек емес арласудың, **Мы тоже особо не любим этот проект, Вообще** ұнамайды бізге ол проект. **Поэтому** бізде есімізге алғымыз келмейді. **Зато** қызықтаймыз бағдарламасына келгеніңді есіңе алуға боладығой иә, **Как раз** ол кезде уже кездесіпсіңдер иә сахна сыртында, Туу Құдай иә дей салшы. Кім бүйтіп **серезный** неғып жатыр. Жай **юморический** проектқой біздікі, **Трендте** нөмір бір жандар, ютубта да **трендте** нөмір бір болу тиіс (Марат Оралғазин, Қызық таймс, <https://youtu.be/dsWpo5ZxalG>).

Психолог, **мудрая, очаровательная, прекрасная Марина** Сәдуақасова, Ай, красавица, **Ты че делаешь, это че такое** деген әңгіме болмасын, **все**, қарапайымдылық осымен бітті,

звезда подключается, құттай бірдеңе болып қалса Аңсарчик деп сразу звондайсызда, ал туған күнін білмейсіз. **Это че такое, че за қайынапашка такая звезданутая,** бұл аты қызық екен өзі **вообще, просто** есіңізге түсіріңіз, Оған тек **задания** беріп қойып, жұмсап отырсаңыз болды, Ойбай **сіз вообще** тұзды білмейсіз ғой **совсем, вот так вот, к сожалению** бар, **уже забыла, я вообще осенила от ваших вопросов. Вообще от ваших этих жауабок, давай** тоқтама, **тужься я в тебя верю, бир, фақат, садеже бир,** кім звезда сонда ортада (<https://youtu.be/-Nwb6-M-kVQ> Жұлдызбысың. Қайрат Әділгерей)

Жоғарыда алынған мысалдардан орыс тіліндегі сөздер, тұтас сөйлемдер, қазақ тіліне орыс тілінің жұрнақтары жалғанған сөздерді және ағылшын тіліндегі бірліктерді анықтадық. Бұл дәл қазіргі қазақ медиасының келбеті десек болады. Статистикаға сүйенсек, теледидар алдында отырған көрермен ығысып, ютуб арнасының тұрақты аудиториясына айналды. Бұл құбылысты Ш.Жаркынбекова «Данный языковой факт – веяние времени, отражающее менталитет казахстанской молодежи, её стремление к диалогу языков и культур» [14] деп тұжырым жасады.

Қорытынды

Билингвизм жеке тұлғаның санасында әлемнің барабар бейнесіне қол жеткізуге ықпал етеді деген қорытынды жасауға болады. Барлық әділеттілікпен айта кету керек, билингвизм әлеуметтік-саяси өмірде қарым-қатынасқа, бірлесіп жұмыс істеуге, жақындасуға және өзара көмектеседі; халықтар арасындағы кең мәдени алмасудың таралуына ықпал етеді; халықтардың өзара оқшаулану мүмкіндігін болдырмайтын құрал ретінде әрекет ете отырып, әртүрлі ұлт өкілдерінің қарым-қатынасындағы тілдік кедергілерді азайтуға мүмкіндік бар; ұлтаралық тілдің кең таралуына ықпал етеді өзара байытуға және өзара әсер етуге, жалпы және біртұтас процеске қатысатын тілдердің әрқайсысының лексикалық қорын толықтыруға және кеңейтуге ықпал етеді.

Қорыта келе, қазақтілді бұқаралық ақпарат құралдарында қазақ-орыс, қазақ-ағылшын билингвизмдері өте жиі кездесетіні анықталды. Әсіресе орыс тілінің кейде доминантты болып кететіні де байқауға болады. Қазақстанда жүздеген этникалық топтар өмір сүретіндіктен орыс тілі ұлтаралық тіл ретінде қолданысқа ие. Бұл жайт медиакеңістіктегі «өзіміз, еркін отырып, ашық сөйлесейік» форматында өтетін ток-шоулар мен бағдарламаның барлығында қостілділік арқылы анық көрінеді. Сонымен қатар, соңғы уақытта орыс сыныбына қазақ балаларының жылдағыдан көбірек баруына орай қостілді контентті тұтынушылар көбейеді деген болжам жасауға болады.

Авторлар үлесі:

Майлыбаева А.И. – Материалдың алғашқы нұсқасын жазып, негізгі тұжырымдарды енгізуге үлес қосып, концепциясын түзуге атсалысты.

Тоқтағазин М.Б. – Мақаланың мәтінін жазу, толық редакциялау, құрылымдауды жүзеге асырды.

Сиязбаев Н.К. – Ғылыми мақалаға қажетті әдебиеттермен жұмыс істеп, негізгі идеяларды сараптады.

Әдебиеттер тізімі

1. Андреева С.В. Билингвизм и его аспекты. Ученые записки ЗабГУ. Серия: Филология, история, востоковедение. – 2009. – №3. – С. 34-38
2. Метлюк А.А. Взаимодействие просодических систем в речи билингва: [Учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр. яз.]. А. А. Метлюк. – Минск: Вышэйш. шк., 1986. – 110 с.
3. Қазақ әдеби тілінің сөздігі. Он бес томдық. 6-том. Құрастырған: Т. Жанұзақ, С. Омарбеков., Ә. Жүнісбеков және т.б. – Алматы, 2011. – 540 б.
4. Янович К.Я. Билингвистические издания в пространстве культуры. Вестник МГУКИ. – 2013. – №3. – С.84-88
5. Вишневская Г.М. Билингвизм и его аспекты: учебное пособие. – Иваново, 1997. – 98 с.
6. Гусейнова А.В. Региональный язык в медиапространстве Республики Хакасия. Вестник ЧелГУ. – 2013. – №29(320). – С.34-36
7. Дряхлова Л.Д. Двухязычие в СМИ Мордовии. Известия РГПУ им. А.И.Герцена. – 2009. – №103. – С. 120-127
8. Жеребило Т.В. Газетно-публицистический стиль в условиях билингвизма. Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2. – С.15-21
9. Азизова Н.Б. Лингвокультурологический аспект билингвизма. Academic research in educational sciences. – 2021. – №4. – С. 130
10. Абдигазы С.Х. О билингвизме как частном многоязычии в Казахстане. JSPR. – 2014. – №2. – С.91-96
11. Опарина Е.О. Взаимодействие языков в современном мире: политические и культурные особенности билингвизма на постсоветском пространстве. Человек: Образ и сущность. Гуманитарные аспекты. – 2018. – №1-2. – С. 32-33
12. Поддубская Т.А. Роль русского языка в медиасистеме стран СНГ в период обострения международных отношений. Преподаватель. – 2015. – №3. – С. 35-40
13. Туксайтова Р.О. Казахско-русский билингвизм как коммуникативная ценность. Аксиологические аспекты современных филологических исследований: тезисы докладов Международной научной конференции. УрФУ, 15–17 октября 2019 г. – Екатеринбург: Издательский дом «Ажур», 2019. – С. 219-222.
14. Жаркынбекова Ш.К., Чернявская В.Е. Казахско-русская билингвиальная практика: смешение кода как ресурс к коммуникативному взаимодействию. Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2022. – №2
15. Конюшкевич М.И. Двухязычное медиапространство. Статья вторая. Влияние русского языка на тексты белорусских СМИ. – [Электронды ресурс] URL: https://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1497713146_8368 (қаралған күні: 25. 03. 2025)

Issues of bilingualism in Kazakhstan's mass communication media

A.I. Mailybayeva¹, M.B. Toktagazin¹, N.K. Siyazbaev²

¹L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

²E.A. Buketov Karaganda University, Karaganda, Kazakhstan

Abstract. The article defines bilingualism and examines the social, political, and cultural factors that influenced its adoption. The extensive usage of bilingualism in modern society is attributed to ethnic and political causes, as well as geographical mobility. Globalisation has made knowledge of multiple languages essential for studying or working in other countries. Bilingualism is especially important in intercultural communication in the current period, when people, languages, and cultures are mingling on an unprecedented scale, and the problem of nurturing tolerance, interest, and respect for foreign cultures is more urgent than ever. The term "bilingualism" is derived from two Latin words: "bi" (two) and "lingua" (language). The concept of bilingualism is not clear, with definitions in the specialised literature differing widely. Bilingualism is characterised as the ability to comprehend information while speaking effectively in both languages, or to communicate well in one language but only answer in the other. Bilingualism might be thought of as a phenomenon that must exist in today's globalised world. Furthermore, the relationship between bilingualism and the media is addressed, as well as the extent to which it is distributed. The potential of old and new media spaces is distinct. The article's goal is to identify and recognise bilingualism in Kazakh-language public communication. Bilingualism in traditional and Internet mass media is examined through examples. The investigation discovered Kazakh-Russian and Kazakh-English bilingualism. Kazakh-Russian bilingualism is particularly prevalent in all forms of mass communication. This is because some official activities in our country are conducted in Russian.

Keywords: bilingualism, media, communication, and media space.

Проблемы билингвизма в казахстанских средствах массовой коммуникации

А.И. Майлыбаева¹, М.Б. Токтагазин¹, Н.К. Сиязбаев²

¹Евразийский национальный университет имени Л.Н.Гумилева,
Астана, Казахстан

²Карагандинский университет им. Е.А. Букетова, Караганда, Казахстан

Аннотация. В статье дается определение двуязычия и рассматриваются социальные, политические и культурные факторы, повлиявшие на его распространение. Широкое распространение двуязычия в современном обществе объясняется этническими и политическими причинами, а также географической мобильностью. Глобализация сделала знание нескольких языков необходимым для учебы или работы в других странах. Двуязычие особенно важно в межкультурной коммуникации в нынешний период, когда люди, языки и культуры смешиваются в беспрецедентных масштабах, а проблема воспитания толерантности, интереса и уважения к иностранным культурам стоит как никогда остро. Термин "билингвизм" происходит от двух латинских слов: "bi" (два) и "lingua" (язык). Понятие билингвизма не совсем ясно, и определения

в специальной литературе сильно различаются. Двоязычие характеризуется как способность воспринимать информацию, эффективно разговаривая на обоих языках, или хорошо общаться на одном языке, но отвечать только на другом. Двоязычие можно рассматривать как феномен, который должен существовать в современном глобализированном мире. Кроме того, рассматривается взаимосвязь между двуязычием и средствами массовой информации, а также степень их распространения. Потенциал старых и новых медиапространств различен. Цель статьи - выявить и признать двуязычие в публичной коммуникации на казахском языке. На примерах рассматривается двуязычие в традиционных и интернет-СМИ. В ходе исследования был выявлен казахско-русский и казахско-английский билингвизм. Казахско-русский билингвизм особенно распространен во всех формах массовой коммуникации. Это связано с тем, что некоторые официальные мероприятия в нашей стране проводятся на русском языке.

Ключевые слова: билингвизм, медиа, коммуникация, двуязычие, медиапространство.

References

1. Andreeva S.V. Bilingvizmi ego aspekty [Bilingualism and its aspects] // [Teaching notes ZabGU. Series: Philology, history, oriental studies]. 3. 34-38(2009) [in Russian].
2. Metljuk A.A. Vzaimo dejstvie prosodicheskikh sistem v rechi bilingva [Interaction of prosodic systems in bilingual speech]: [Ucheb. posobie] in-tov ifak. inostr. jaz.]. (Minsk, 1986, 110 p) [in Russian].
3. Kazak adebi tilinin sozdigi. On bestomdyk. 6-tom. [Kazakh Literature Language. Fifteen volumes. Volume 6] /Kurastyrgan [Conducted by]: T. Zhanuzak, S. Omarbekov, A. Zhynysbekov zhane t.b. (Almaty, 2011. 540 p.) [in Kazakh].
4. Janovich K.Ja. Bilingvisticheskie izdaniya v prostranstve kul'tury [Bilingual publications in the cultural space] // Bulletin of MGUKI. 3.84-88(2013)[in Russian].
5. Vishnevskaja G.M. Bilingvizmi ego aspekty: Uchebnoe posobie. [Bilingualism and its aspects: Textbook]. (Ivanovo, 1997. 98 p.)[in Russian].
6. Gusejnova A.V. Reginal'nyj jazyk v media prostranstve Respubliki Hakasija [Regional language in the media space of the Republic of Khakassia] // Bulletin of Chelyabinsk State University. 29(320).34-36(2013)[in Russian]
7. Drjahlova L.D. Dvujaychie v SMI Mordovii [Bilinguals in the media of Mordovia] // [Bulletin of the Herzen State Pedagogical University]. 103. 120-127(2009) [in Russian]
8. Zherebilo T.V. Gazetno-publicisticheskij stil' v uslovijah bilingvizma [Newspaper and journalistic style in the context of bilingualism] // Sovremennye problem nauki i obrazovanija. 2. 15-21(2015)[in Russian]
9. Azizova N.B. Lingvokul'turologicheskij aspekt bilingvizma [Lingvocultural aspect of bilingualism] // [Academic research in educational sciences]. 4. 130(2021)[in Russian]
10. Abdigazy S.H. O bilingvizme kak chastnom sluchae mnogojazychie a Kazahstane [On bilingualism as a special case of multilingualism in Kazakhstan] 2. 91-96(2014)[in Russian]
11. Oparina E.O. Vzaimodejstvie jazykov v sovremennom mire: politicheskie i kul'turnye osobennosti bilingvizma na postsovetskom prostranstve [Interaction of languages in the modern world: political and cultural features of bilingualism in the post-Soviet space] // Chelovek: Obrazisushhnost'. Gumanitarnye aspekty. 1.32-33(2018) [in Russian]

12. Poddubskaja T.A. Rol' russkogo jazyka v media sisteme stran SNG v period obostrenija mezhdunarodnyh otnoshenij [The role of the Russian language in the media system of the CIS countries during the aggravation of international relations] // [Prepodavatel'] 3. 35-40(2015)[in Russian]
13. Tuksaitova R. O. Kazahsko-russkij bilingvizm kak kommunikativnaja cennost' [Kazakh-Russian bilingualism as a communicative value] / R. O. Tuksaitova // Aksiologicheskie aspekty sovremennyh filologicheskikh issledovanij: tezisy dokladov Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii [Axiological aspects of modern philological studies: abstracts of reports of the International scientific conference](15–17.10. 2019). (Ekaterinburg, 2019, 219-222 p.)[in Russian]
14. Zharkynbekova Sh.K., Chernjavskaia V.E. Kazahsko-russkaja bilingvial'naja praktika: smeshenie koda kak resurs k kommunikativnom vzaimodejstvii [Kazakh-Russian bilingual practice: code mixing as a resource for communicative interaction] // [Bulletin of RUDN. Series: Language Theory. Semiotics. Semantics]. 2. (2022)[in Russian]
15. Konjushkevich M.I. Dvujazychnoe media prostranstvo. Stat'javtoraja.Vlijanie russkogo jazyka na teksty belorusskikh SMI [Bilingual media space. The second article. The Russian language influence on the Belarusian mass media texts] Available at: https://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1497713146_8368(accessed at: 25. 03. 2025)[in Russian]

Авторлар туралы мәлімет:

Майлыбаева А.И. – Журналистика білім беру бағдарламасының докторанты, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Сәтбаев көш. 2, Астана, Қазақстан.

Тоқтағазин М.Б. – хат-хабар авторы, филология ғылымдарының кандидаты, профессор, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Сәтбаев көш. 2, Астана, Қазақстан.

Сиязбаев Н.К. – Әлеуметтік ғылымдар магистрі, Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды, Қазақстан

Information about the authors:

Mailybayeva A.I. – PhD student, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Satpayev str. 2, Astana, Kazakhstan

Toktagazin M.B. – corresponding author, Candidate of Philological Sciences, Professor, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Satpayev str. 2, Astana, Kazakhstan

Siyazbaev N.K. – Master of Social Sciences, Universitetskaya Str. 28, Karaganda, Kazakhstan



ХҒТАР 19.01.11
Ғылыми мақала

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-151-2-108-119>

Сайлау контексінде post-truth манипуляциясы мәселелері

Г.А. Есімова*, Г.Ш. Әшірбекова

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

(E-mail: *gaukharai@bk.ru, ashirbekova_75@mail.ru)

Аңдатпа. Бұл мақалада постшындық (post-truth) ұғымының мәні мен оның қазіргі саяси үдерістерге, соның ішінде сайлау процестеріне әсері кеңінен талданады. Постшындық шынайы ақпарат пен объективті деректерден гөрі эмоциялық риторика мен жеке сенімге сүйенетін қоғамдық қабылдау формасы ретінде сипатталады. Зерттеу еңбегінде постшындықтың теориялық негіздері, сондай-ақ оның саяси коммуникациядағы орнына қатысты ғылыми пікірлер талданады. Автор постшындықты медиалық манипуляция, қоғамдық пікірді бағыттау және электоралдық шешімге ықпал ету құралы ретінде қарастырады. Post-truth-дың сайлаудағы көрінісі әлемдік деңгейдегі нақты мысалдар арқылы ашылады. Атап айтқанда, АҚШ-тағы 2016 және 2020 жылдардағы президенттік сайлаулар Дональд Трамптың қатысуымен постшындық феноменінің айқын үлгісіне айналды. Трамптың кампаниясы шынайы фактілерден гөрі қысқа, есте қаларлық ұрандарға («Make America Great Again») сүйенді [1;112]. Мақалада бұдан бөлек, Қазақстандағы сайлау тәжірибесі де постшындық призмасы арқылы қарастырылады. Соңғы жылдары елімізде де әлеуметтік желілер арқылы кандидаттарға қарсы фейк ақпарат тарату, популистік ұрандарға негізделген науқандар жүргізу, БАҚ-та ақпараттың біржақты берілуі және электораттың медиасауаттылық деңгейінің төмендігі сияқты постшындық белгілері анық байқалады. Зерттеу нәтижесінде постшындық құбылысының демократиялық даму мен ашық сайлау қағидаларына төндіретін қатерлері анықталып, оған қарсы күресу жолдары ұсынылады.

Түйін сөздер: post-truth, манипуляция, популист, эмоция, ақиқат

Кіріспе

XXI ғасырдың ақпараттық дәуірінде жаһандық саясат пен қоғамдық пікірге ықпал ететін жаңа ұғымдар пайда болды. Соның ішіндегі ең өзектілерінің бірі – пост-шындық (post-truth) феномені. Бұл ұғым 2016 жылы Оксфорд сөздігі тарапынан «жыл сөзі» деп

Түсті: 15. 05. 2025; Мақұлданды: 25.05. 2025; Онлайн қолжетімді: 28. 06. 2025

танылып, жаһандық саяси дискурстың ажырамас бөлігіне айналды. Пост-шындық кезеңінде шындықпен фактілерге емес, адамдардың эмоциялық күйіне, жеке сенімдеріне және субъективті қабылдауына басымдық беріледі. Мұндай жағдай, әсіресе, сайлау процестерінде айқын байқалады, себебі сайлау – тек қана саяси бәсеке емес, сонымен қатар қоғамдық сана мен ақпараттық манипуляция үшін күрес алаңы.

Пост-шындық ұғымы қазіргі заманғы саяси коммуникацияның жаңа парадигмасын білдіреді. Ол ақпараттық технологиялардың дамуы мен әлеуметтік желілердің кең таралуымен тығыз байланысты. Ақпарат көздерінің көптігі, дәстүрлі медианың беделінің төмендеуі, жалған жаңалықтардың (fake news) таралуы, эмоцияға құрылған популистік ұрандардың күшеюі – бұлардың барлығы сайлау кезінде электоратты шынайы дерекке емес, сенімге, қорқынышқа, үмітке, тіпті өшпенділікке сүйене отырып, шешім қабылдауға итермелейді.

Бұл мақалада пост-шындық ұғымының теориялық негіздері қарастырылып, әлемдік тәжірибеде, атап айтқанда АҚШ, Ұлыбритания, Ресей секілді елдердегі көріністері мен механизмдері талданады. Сонымен қатар, Қазақстандағы саяси процестердегі пост-шындық элементтері мен оның ұлттық сайлау мәдениетіне ықпалына да назар аударылады. Зерттеу мақсаты – пост-шындықтың саяси процеске әсерін жүйелі түрде ашып көрсету және одан туындайтын тәуекелдерге назар аудару.

Пост-шындық кезінде фактілердің орнына адамдардың жеке сенімдері мен эмоциялары басым түседі. Бұл медианың, әсіресе әлеуметтік желілердің рөлін арттырып, ақпараттық манипуляция мен жалған жаңалықтардың көбеюіне әкеледі. Пост-шындықты жүзеге асырудың басты құралы – дезинформация, мисинформация және эмоциялық мобилизация. Саяси технологиялар пост-шындық жағдайында эмоцияны қозғау арқылы электоратты басқаруға тырысады. Яғни шындықтан маңыздырақ – оны кім, қалай және қандай формада ұсынатыны.

Бұл феномен – заманауи саясаттың ең қауіпті құбылыстарының бірі. Ол сайлау процесін бұрмалап, шынайы ақпараттың беделін түсіреді. Әлемдік тәжірибе оның зиянды салдарын көрсетіп отыр. Қазақстандағы кейбір көріністер бұл феноменнің біздің елде де белсенді бола бастағанын дәлелдейді. Сондықтан пост-шындыққа қарсы кешенді саясат қалыптастырып, азаматтардың медиасауаттылығын арттыру – демократиялық дамудың басты шарты.

Мақалада пост-шындық тек саяси дискурс феномені емес, сондай-ақ заманауи демократиялық институттардың тұрақтылығы мен қоғамның ақпаратты қабылдау қабілетіне әсер ететін жүйелі фактор ретінде бағаланады. Зерттеу нәтижелері сайлау процесінің сапасын арттыру мен электораттың саналы таңдау жасауына жағдай туғызу жолындағы маңызды теориялық әрі практикалық негіз бола алады.

Әдіснама

Бұл мақалада пост-шындық (post-truth) ұғымының сайлау процестеріндегі көріністерін және ақпараттық манипуляция құралдарын ғылыми тұрғыда талдауға бағытталған. Жаһандану, цифрлық медиа және әлеуметтік желілердің дамуымен ақпараттың

шынайылығы мен оның әсері бұрын-соңды болмаған деңгейге көтерілді. Осы жағдайлар аясында жүргізілген зерттеу сапалы және сандық әдістердің үйлесімімен жүзеге асты. Пост-шындық құбылысының негізін таным теориясы, медиа зерттеулер, саясаттану мен әлеуметтану салалары бірігіп зерттейді. Ричард Кейз, Ли МакИнтайр, Мэттью Д'Анкона сынды шетелдік зерттеушілер пост-шындықтың таралуын ақпаратқа қолжетімділіктің артуымен, медианың коммерциялануымен, сондай-ақ саяси элиталар мен билік институттарына сенімнің төмендеуімен түсіндіреді [2; 30].

Зерттеу барысында саяси коммуникация, медиа әсері, ақпараттық кеңістік пен қоғамдық пікірдің қалыптасуы мәселелері қарастырылып, пост-шындық дәуірінің сайлау процесіне ықпалы талданды. Әдіснамада қазіргі заманғы әлеуметтік ғылымдарда кеңінен қолданылатын контент-талдау, дискурс-талдау, салыстырмалы талдау, бақылау сияқты әдістер қолданылды. Зерттеу аясында АҚШ, Ұлыбритания, Ресей және Қазақстан мысалында пост-шындық пен ақпараттық манипуляцияның қалай жүзеге асатыны және оның электоральды таңдау механизмдеріне қалай әсер ететіні қарастырылды.

Зерттеудің негізінде сапалы және сандық талдаулар біріктірілген аралас әдіснамалық тәсіл қолданылды. Бұл әдіс түрлі ақпарат көздерін, медиа мазмұндарды, қоғамдық пікірді, саяси дискурстарды және сарапшылардың көзқарастарын жүйелі талдауға мүмкіндік берді.

Контент-талдау әдісі пост-шындық құбылысының медиа кеңістікте қалай көрініс табатынын анықтау үшін пайдаланылды. Нақтырақ айтқанда, сайлау алдындағы кезеңде жарияланған жаңалықтар, әлеуметтік желідегі жазбалар, кандидаттардың мәлімдемелері мен БАҚ-тағы талқылаулар талданды. Талдауға Facebook, Twitter, Instagram әлеуметтік желілері, Tengrinews, Azattyq, Informburo және шетелдік BBC, CNN ақпарат порталдары, YouTube арналарындағы саяси-талдамалық видеолар сынды бірнеше ақпараттық платформа таңдалды. Контент-талдау барысында жалған ақпарат (fake news), эмоцияға құрылған хабарламалар, манипулятивті сөз қолданыстары, фактінің бұрмалануы сияқты критерийлер бойынша мазмұндар жіктелді.

Дискурс-талдау әдісі арқылы саяси тұлғалардың риторикасы зерттелді. Бұл әдіс пост-шындық құбылысының тілі мен мәнерін түсіну үшін аса маңызды. Сайлау алдындағы үгіт-насихат науқандарында жиі қолданылған қорқыту риторикасы, дерексіз уәделер, эмоциялық гипербола зерттеу нысанынан қалыс қалмады. Сөз сөйлеулер мен жазбаша үндеулердегі дискурстар осындай категориялар бойынша жіктеліп, олардың ақпараттық манипуляция құралы ретіндегі рөлі талданды.

Зерттеу нысаны ретінде пост-шындық феномені мен оның сайлау процестеріндегі көріністері алынды.

Зерттеу пәні – саяси коммуникациядағы ақпараттық манипуляция түрлері, олардың электоральды таңдауға әсер ету тетіктері, әсіресе, әлеуметтік медиа мен дәстүрлі БАҚ арқылы таралған дискурстар.

Зерттеу негізінен шетелдік және отандық соңғы президенттік және парламенттік сайлау процестері аясында жүргізілді. Сонымен қатар салыстырмалы талдау мақсатында АҚШ-тағы 2016 және 2020 жылдардағы сайлау науқандарынан да мысалдар келтірілді. Сонымен қатар ғылыми мақала жазылу барысында барлық этикалық нормалар сақталды.

Зерттеу әдіснамасы пост-шындық құбылысын жан-жақты талдау үшін түрлі әдістерді біріктіруге бағытталды. Контент-талдау мен дискурс-талдау арқылы ақпарат мазмұнындағы манипулятивті элементтер анықталса, бақылау салыстырмалы әдіс-тәсілдер арқылы қоғамның оған деген реакциясы мен қабылдауы зерттелді. Мұндай кешенді тәсіл пост-шындық дәуіріндегі ақпараттық кеңістіктің күрделілігін жақсырақ түсінуге мүмкіндік береді.

Бұл әдіснамалық негіз пост-шындық құбылысын тек жекелеген елдер деңгейінде ғана емес, оның трансұлттық сипатында қарастыруға мүмкіндік береді. Сапалы және сандық әдістерді үйлестіре отырып, зерттеу аясында жалған ақпараттың, эмоцияға құрылған дискурстың және электоралды манипуляцияның қазіргі саяси процестерге әсері анықталды. Пост-шындық тек ақпараттың шынайылығына ғана емес, сонымен қатар қоғамдық қабылдаудың құрылымына, халықтың когнитивтік фильтрлеріне де байланысты. Бұл зерттеу болашақта медиа сауаттылықты арттыру, этикалық журналистиканы нығайту және саяси мәдениетті қалыптастыру жолында әдіснамалық құрал бола алады.

Нәтиже мен талқылау

Пост-шындықтың сайлаудағы көріністері бірқатар елдерде кеңінен байқалды. Мысалы, АҚШ-та 2016 жылы Дональд Трамптың жеңісі, Ұлыбританиядағы Brexit референдумы, Бразилиядағы Жаир Болсонарудың сайлаудағы жетістігі, Филиппин мен Венгриядағы популистік толқындар – осы құбылыстың жарқын мысалдары [3; 9].

Трамп сайлау кампаниясында фактілерге емес, эмоцияға, қорқынышқа және бөлу стратегиясына иек артты. Оның жақтастары жалған ақпаратты бірнеше рет теріске шығарылғанына қарамастан, оны шындық ретінде қабылдады. Бұл жағдайды экономикалық теңсіздік, элиталарға деген наразылық, жүйеге деген сенімсіздік күшейтті. Brexit кезінде де Еуроодаққа мүше болудың салдары жөніндегі экономикалық-саяси аргументтерден гөрі, уайым, иммиграция және егемендік туралы популистік ұрандар басым болды. Ақпараттық технологиялардың дамуы, әлеуметтік желілердің белсенділігі, фейк жаңалықтардың таралуы және фактчекинг құралдарының әлсіздігі бұл феноменнің сайлау алаңында кең таралуына себеп болып отыр.

АҚШ-тағы 2016 және 2020 жылдардағы президенттік сайлаулар Дональд Трамптың қатысуымен пост-шындық феноменінің айқын үлгісіне айналды. Трамптың кампаниясы шынайы фактілерден гөрі қысқа, есте қаларлық ұрандарға («Make America Great Again») сүйенді. Әлеуметтік желілерде таралған жалған ақпарат пен конспирология (мысалы, «Пиццагейт» немесе «Обама – мұсылман» деген қауесеттер) электораттың нақты дерекке емес, сенім мен эмоцияға сүйене отырып, шешім қабылдауына ықпал етті. Трамптың қарсыласы Хиллари Клинтонға қарсы бағытталған «Crooked Hillary» сынды жеке жала жабу кампаниясы саяси дискурстың поляризациясын арттырды. 2020 жылғы сайлаудан кейін Трамптың «сайлау ұрланды» деген дәлелсіз мәлімдемелері АҚШ-тағы демократиялық институттарға деген сенімге қатты соққы берді, пост-шындықтың саяси тұрақтылыққа төндіретін қаупін айқын көрсетті [4; 40].

2016 жылы Дональд Трамп пен Хиллари Клинтон арасындағы сайлау пост-шындықтың классикалық мысалы ретінде зерттеліп жүр. Осы сайлауда «fake news» түсінігі кеңінен қолданылып, Facebook пен Twitter арқылы тараған жалған ақпараттар сайлау нәтижесіне едәуір әсер етті. Д.Трамп өзінің кампаниясында фактілерден гөрі, қарапайым халықтың сезіміне әсер ететін популистік риториканы қолданды. «Америка қайтадан ұлы болсын» секілді ұрандар нақты бағдарламалардан гөрі әсерлі көрінді.

Пост-шындықтың негізгі белгілері – эмоциялық мобилизация, жалған ақпараттың таралуы, сенімді бұрмалау, сараптамалық пікірлерге сенбеу, элиталарға қарсы популизм. Дональд Трамптың сайлау кампанияларында толық көрініс тапты [5]. Трамптың риторикасы шынайы дәлелдер мен дәйектерге емес, халықтың сезіміне, қорқынышы мен үмітіне бағытталды. Бұл пост-шындықтың ең басты сипаттарының бірі. 2016 жылғы сайлауда Facebook, Twitter және YouTube сияқты платформаларда таралған жалған жаңалықтар бұрын-соңды болмаған деңгейге жетті. Harvard Kennedy School зерттеулеріне сәйкес, сайлауалды кезеңде Facebook-та таралған ең көп қаралған 20 жаңалықтың 38%-ы жалған немесе манипуляциялық сипатта болған.

Хиллари Клинтон туралы жалған мәліметтерді (мысалы, «Пиццагейт» теориясы, яғни оның балалар саудасына қатысы бар деген жорамал) кеңінен тарату, «Crooked Hillary» секілді жеке тұлғаны жағымсыз сипатта бейнелейтін атауларды сайлауалды риторикада қолдану, сарапшылардың немесе БАҚ-тың ұстанымына қарсы «mainstream media – өтірік айтады» деген тезис арқылы сенімге қарсы күрес жүргізу сынды әрекеттер Трамп кампаниясының негізгі жұмыс бағытына айналды. Оның ең көп қолданған әдістерінің бірі – қорқынышқа негізделген популизм. Трамп иммигранттарға, мұсылмандарға, Қытайға қарсы пікірлер айту арқылы «жау бейнесін» қалыптастырды. Бұл электораттың қорқынышын күшейтіп, оның қолдауына ие болудың бір формасы болды.

Пост-шындық кезеңінің бір белгісі – сарапшылар мен кәсіби білім иелеріне сенімнің төмендеуі. Климаттың өзгеруіне сенбейтінін мәлімдеу, COVID-19 туралы жалған немесе дәлелсіз ақпарат тарату сынды тәсілдер Трамптың жақтастары арасында тек бір ақпараттық ортада қалуға итермеледі. Сайлау кезеңінде көптеген фактчекинг агенттіктер Трамптың айтқандарын теріске шығарғанымен, оның жақтастары бұл деректерге сенбеді. Pew Research Center деректеріне сәйкес, Трамптың жақтаушыларының 60%-дан астамы CNN, The New York Times сияқты дәстүрлі БАҚ-қа сенбейтінін көрсеткен.

Трамптың риторикасы америкалық электораттың бір бөлігінің поштамен дауыс беруге, сайлау комиссияларына және сот жүйесіне сенімсіздікпен қарауына себеп болды [6]. Бұл демократиялық ел үшін аса қауіпті тенденция. Дональд Трамптың сайлау кампаниялары фактілерден гөрі эмоцияға негізделді, қарсыласты жекелендіріп жоюға бағытталды, БАҚ пен сарапшыларды жау ретінде көрсетті. Аталмыш тәжірибе пост-шындықтың саяси процестерге тигізетін теріс әсерін нақты көрсетті. АҚШ-тың өзі демократиялық институттары мықты ел бола тұра, пост-шындықтың салдарынан тұрақсыздыққа ұшырай жаздады. Қазақстандағы сайлау процестерінде де пост-шындықтың белгілі бір элементтері байқалады. Әсіресе соңғы жылдары әлеуметтік желілерде жалған ақпарат тарату, кандидаттарға қарсы фейк видео мен хабарламалар жасау, тұлғалық шабуылдарға негізделген ақпараттық шабуылдар, электоратты

эмоциямен басқару, мемлекеттік медианың үгіт-насихат құралдарына айналуы – бұл құбылыстың кеңейіп келе жатқанын көрсетеді.

2021 және 2023 жылдардағы сайлау науқандары кезінде әлеуметтік желілердегі дискуссияларда объективтілік емес, эмоция басым болды. Кандидаттардың сайлауалды бағдарламаларын талдауға қарағанда, олардың бейнесіне, сөз саптауына, діни көзқарасына немесе этностық ерекшелігіне қатысты пікірталастар жиі кездесті. Бұл – пост-шындықтың ақпараттық шындықты бұрмалау арқылы саяси шешімдерге әсер етуін көрсететін белгі.

Пост-шындық қазіргі сайлау жүйесінің сенімділігіне және демократиялық процеске айтарлықтай қауіп төндіріп отыр. Фактілердің беделінің түсуі, эмоцияға құрылған саяси шешімдер, ақпараттық манипуляция – бұлардың барлығы азаматтардың саналы түрде шешім қабылдауына кедергі келтіреді. Сондықтан пост-шындық феноменін ғылыми тұрғыдан түсініп, оған қарсы күресудің жолдарын табу – заманауи саясаттанудың басты міндеттерінің бірі.

Сайлау процесінің әділетті, ашық және ақпараттық тең жағдайда өтуі үшін азаматтардың медиасауаттылығын арттыру, фактчекингті күшейту, саяси мәдениетті дамыту және ақпарат құралдарын плюралистік және бейтарап етуге ерекше назар аудару қажет. Пост-шындық дәуірінде шындықтың беделін қайта қалпына келтіру – қоғам үшін ғана емес, демократияның өзі үшін күрес.

2016 жылы өткен Ұлыбританиядағы Brexit референдумында да пост-шындықтың рөлі зор болды. «Еуроодаққа аптасына 350 млн фунт төлейміз» деген жалған мәліметтер Leave кампаниясында басты құрал ретінде қолданылды. Сарапшылар бұл санның шындыққа жанаспайтынын көрсетсе де, ол электоратқа қатты әсер етті. Нәтижесінде сайлаушылар ұлттық сезімге, тәуелсіздікке шақыруға және иммиграциядан туындаған қорқынышқа негізделген шешім қабылдады.

Ресейде мемлекеттік БАҚ арқылы қоғамдық пікірді бағыттап отыру, альтернативті пікірлерді маргинализациялау – кең таралған тәжірибе [7]. Сайлау кезінде кандидаттардың шынайы бейнесінен гөрі, мемлекеттік риторикамен қалыптасқан образдар ұсынылады.

Қазақстандағы пост-шындық феномені дамушы сатыда. Мемлекеттік және тәуелсіз ақпарат көздері арасындағы сенім дағдарысы, әлеуметтік желілердің белсенділігі, блогерлердің саяси процестерге араласуы – пост-шындық элементтерінің негізін қалайды. 2021 жылғы Мәжіліс сайлауында кейбір партиялар нақты бағдарламалардан гөрі популистік риториканы таңдады. «Халыққа жақын», «Әділет үшін» деген ұрандармен сайлауалды науқандар жүргізілді. Сайлау науқаны кезінде әлеуметтік желілерде жалған жаңалықтардың таралуы жиілейді. Кей кандидаттар туралы шындыққа жанаспайтын пікірлер, фотомонтаждар, манипуляциялық жазбалар жиі кездеседі [8].

Қазақстанда медиасауаттылық деңгейі әрқелкі. Әсіресе ауылдық жерлерде жалған ақпаратты ажырату мүмкіндігі төмен. Бұл пост-шындықтың таралуына қолайлы орта қалыптастырады. Осы тұрғыдан алғанда, сайлау мәдениетін арттыру үшін медиасауаттылықты жүйелі түрде енгізу қажет.

Пост-шындық саяси жүйеге бірқатар қауіп төндіреді. Атап айтсақ, электораттың фактілерге сену қабілеті төмендейді, саяси популизм күшейеді және шынайы саяси бәсеке бұзылады. Мұның салдары саяси тұрақтылыққа, заң үстемдігі мен азаматтық сенімге кері әсер етеді. Халықаралық тәжірибелерге шолу жасасақ, кей елдер пост-шындықпен күресте нақты қадамдар жасауда. Мысалы, Францияда сайлау алдында жалған жаңалықтармен күресу туралы заң қабылданды, Германияда Facebook пен YouTube контентіне қатаң бақылау орнатылды, Еуроодақ ақпараттық кеңістікті реттеу бағытында Digital Services Act сияқты құжаттарды қабылдады.

Пост-шындық – заманауи саясаттың ең қауіпті құбылыстарының бірі. Ол сайлау процесін бұрмалап, шынайы ақпараттың беделін түсіреді. Әлемдік тәжірибе оның зиянды салдарымен бетпе-бет келді. Қазақстандағы кейбір көріністер бұл феноменнің біздің елде де белсенді бола бастағанын дәлелдейді. Сондықтан пост-шындыққа қарсы кешенді саясат қалыптастырып, азаматтардың медиасауаттылығын арттыру – демократиялық дамудың басты шарты [9].

Пост-шындықтағы басты мәселе – шынайы ақпарат емес, кез келген ақпарат түрінің кең таралуында және санаға сіңіру үшін қаншалықты жиі айтылатындығында. Яғни, халық көп естіген ақпаратты шындық деп қабылдай бастайды.

Соңғы жылдары Қазақстандағы кейбір саяси партиялар нақты бағдарламалар ұсыну-дың орнына популистік, жалпылама ұрандарға көбірек жүгінеді. Бұл сайлаушылардың нақты фактілерден гөрі, эмоция мен үмітке негізделіп дауыс беруіне әкеледі. Мәселен, «Халық үшін жұмыс істейміз», «Әділетті Қазақстан құрамыз», «Халықтың мұңын тыңдайтын мемлекет боламыз» деген сынды риторика сайлаушының көңіл-күйіне әсер етеді, бірақ нақты дерек пен жоспар ұсынбайды. Бұл да өз кезегінде пост-шындықтың белгісіне жатады.

Қазақстанда соңғы жылдары әлеуметтік желілер негізгі ақпарат көзіне айналды. Мысалы, 2021 жылғы Мәжіліс сайлауында және 2023 жылғы жергілікті сайлауда Telegram арналар мен Facebook топтарында кандидаттарға қатысты түрлі манипуляциялық материалдар тарағаны байқалды. Бұл электораттың шешіміне әсер етті.

2021 жылғы Мәжіліс сайлауы барысында «Нұр Отан» партиясы мемлекеттік БАҚ-та басым позицияда болды, ал «Адал», «Ақ жол», «Халық партиясы» сынды партиялардың бағдарламалары халыққа толық жеткізілмеді. Әлеуметтік желілерде партиялардың рөлі біржақты, кейде шындыққа жанаспайтын формада бейнеленді. 2023 жылғы мәслихат және аудандық сайлауларда көптеген кандидаттар эмоциялық бейнелер мен уәделер арқылы сайлауға түсті, түрлі Telegram арналары арқылы бәсекелестерді қаралау, фейк статистика тарату сияқты пост-шындық элементтері байқалды. Ең өкініштісі, сайлаушылар арасында шынайы бағдарлама емес, «кім танымал?», «кім жақсы сөйлейді?» деген факторлар шешуші болды.

Зерттеу нәтижесінде пост-шындық құбылысының демократиялық даму мен ашық сайлау қағидаларына төндіретін қатерлері анықталды. Азаматтардың медиасауаттылығын арттыру, фактчекинг құралдарын кеңінен қолдану, ашық саяси дебат мәдениетін қалыптастыру, ақпараттық теңдік пен БАҚ-тың бейтараптығын қамтамасыз ету бағыттарын қолға алу постшындықтың салдарымен күресуге жол ашады.

Қорытынды

XXI ғасырда ақпарат тарату жылдамдығы мен қолжетімділігі адамзат тарихында айтарлықтай сатыға көтерілді. Бұл өзгерістер ақпаратты тұтыну тәсілдеріне ғана емес, оның шынайылығы мен сенімділігіне деген көзқарасты да түбегейлі өзгертті. Осындай жағдайда пост-шындық (post-truth) ұғымы пайда болып, саяси коммуникация мен электоральды процестерге әсер ететін басты факторлардың біріне айналды. Аталмыш ғылыми зерттеу пост-шындықтың сайлау үдерісіндегі көріністерін және ақпараттық манипуляция құралдарын талдап, оның АҚШ, Ұлыбритания, Ресей және Қазақстан мысалдарындағы ерекшеліктерін саралауға бағытталды.

Пост-шындықтың саяси процеске әсерін толық түсіну үшін, алдымен оның құрылымдық сипатын ескеру қажет. Біріншіден, бұл құбылыс цифрлық медианың, әсіресе әлеуметтік желілердің рөлімен тікелей байланысты. Ақпараттың көптігі мен жылдам таралуы шынайы мен жалған арасындағы шекараны жойып, қабылдаушының эмоциялық реакциясын маңызды етіп қойды. Екіншіден, қазіргі заманғы саяси риторика көбіне фактілерге емес, сенім мен қорқыныш секілді эмоциялық күйзелістерге сүйенеді. Үшіншіден, ақпараттық манипуляция әдістері күрделеніп, тек жалған ақпарат тарату емес, сонымен қатар, шынайы мәліметтерді бұрмалау, контекстен үзіп алу немесе біржақты көрсету арқылы әсер ету сипатында көрініс табады.

АҚШ-тағы 2016 жылғы президенттік сайлау осы құбылыстың көрнекі мысалына айналды. Дональд Трамптың сайлауалды риторикасы популистік және ұлтшылдық сарындарға негізделді. Ол өзінің саяси қарсыластарына қарсы жиі жалған немесе расталмаған мәлімдемелер жасады. Бұл мәлімдемелердің біршамасы кейін ресми дереккөздермен теріске шығарылса да, Трамптың электоралды қолдауына елеулі әсер еткені байқалды. Оның Twitter желісін белсенді пайдалануы, дәстүрлі БАҚ-ты айналып өтіп, тікелей электоратпен байланыс орнатуға мүмкіндік берді. Осы тәсіл оның мәлімдемелерін ешқандай сүзгіден өткізбей, эмоциялық қабылдауға ықпал етті.

Ұлыбританиядағы Brexit референдумы да пост-шындықтың саяси шешімдер қабылдауға ықпалын көрсеткен тағы бір мысал болды. Референдум науқаны кезінде қоғамдық дискурста эмоциялық, тіпті кейде үрей тудыратын тақырыптар басым болды [10]. «Vote Leave» науқанының NHS-қа қатысты белгілі мәлімдемесі (Ұлыбритания Еуроодаққа апта сайын 350 млн фунт төлейді) кейін жалған деп танылса да, сайлаушылар арасында резонанс тудырды. Cambridge Analytica сынды дербес мәліметтерді заңсыз пайдалану арқылы жеке тұлғаларға бағытталған жарнама мен хабарламалар электораттың мінез-құлқына ықпал етті. Мұндай әрекеттер саясатта деректерді пайдалану этикасы мен ақпараттық қауіпсіздік мәселелерін қайта қарауға себеп болды.

Ресейде пост-шындық элементтері билік тарапынан орталықтандырылған түрде қолданылатыны байқалады. Мемлекеттік БАҚ-тың басымдығы және оппозициялық пікірлердің шектелуі ақпараттық кеңістікті біржақты етуге жағдай жасайды. Бұл елдегі саяси риторикада «сыртқы жау» образы жиі пайдаланылады, әсіресе Батыс елдеріне қатысты жағымсыз бейне қалыптастыру арқылы халықтың ішкі қолдауын нығайту көзделеді. Сонымен қатар, жалған ақпараттар мен дезинформацияның таралуы тек ішкі

саясатпен шектелмей, халықаралық деңгейде де ақпараттық соғыстың құралы ретінде қолданылып келеді. Бұл Ресейдің пост-шындықты мемлекеттік идеология құралына айналдырғанын көрсетеді.

Қазақстан жағдайында пост-шындықтың көріністері қалыпты демократиялық жүйелермен салыстырғанда жұмсақ формада кездескенімен, саяси науқандар кезінде ақпараттық манипуляцияның нақты мысалдары байқалады. Мемлекеттік БАҚ-та көбіне билік өкілдерінің жетістіктері мен «тұрақтылық», «даму» сияқты абстрактылы ұғымдарға негізделген риторика таратылады. Бұл ретте саяси балама көзқарастар мен оппозициялық үміткерлерге қатысты ақпарат көлемі аз немесе теріс сипатта беріледі. Әлеуметтік желілерде жалған аккаунттар мен боттар арқылы қоғамдық пікірге әсер ету әрекеттері тіркеліп отыр. Сонымен қатар, халықтың ақпаратты тексеру дағдысының әлсіздігі де пост-шындық феноменінің кең таралуына себеп болуда.

Саяси коммуникациядағы пост-шындықтың таралуына ықпал ететін негізгі факторлардың бірі – эмоцияға негізделген риторика. Электораттың көңіл-күйі, қорқынышы, ашуы мен үміті – олардың саяси шешім қабылдауына әсер ететін басты қозғаушы күшке айналды. Бұл жағдай саяси тұлғалар мен медиа құрылымдардың халықтың сезіміне әсер ету арқылы электоралды артықшылық алуға тырысатын стратегияларына жол ашты. Эмоцияға негізделген ақпараттар фактіге негізделген ақпараттарға қарағанда тез таралады және жадыда жақсы сақталады. Бұл құбылысты психологиялық тұрғыда когнитивті бейтараптық пен расталуды іздеу (confirmation bias) арқылы түсіндіруге болады.

Ақпараттық манипуляция тәсілдері де күрделене түсті. Тек жалған ақпарат емес, шынайы мәліметті контекстен үзіп беру, қарсыластың айтқанын бұрмалау, белгілі бір сөздерді ерекше интонациямен қайталау сияқты әдістер сайлау науқандарында жиі қолданылады. Сонымен қатар, deepfake технологиялары мен жасанды интеллект көмегімен дайындалған визуалды контенттер шынайы мен жалған арасындағы шекараны тіпті де бұлыңғыр етеді.

Зерттеу нәтижелерін негізге ала отырып, бірнеше маңызды қорытынды жасауға болады. Біріншіден, пост-шындық – тек уақытша немесе кездейсоқ құбылыс емес, ол қазіргі ақпараттық қоғамның терең құрылымдық сипатына айналған. Екіншіден, бұл феномен тек Батыс елдерінде емес, түрлі саяси жүйелерде (авторитарлық, гибридік және демократиялық елдерде) де әртүрлі формада көрініс табады. Үшіншіден, ақпаратты тұтыну мәдениетін жаңғырту – пост-шындықпен күрестің негізгі жолы.

Қорытындылай келе, пост-шындық – қазіргі әлемнің саяси, ақпараттық және мәдени шындығын сипаттайтын кешенді құбылыс. Ол қоғамның ақпаратты қабылдау, өңдеу және оған жауап беру механизмдеріне түбегейлі әсер етіп отыр. Бұл жағдай сайлау сияқты демократиялық институттардың тиімділігі мен легитимдігіне тікелей ықпал етеді. Сондықтан ақпараттық манипуляцияға қарсы тұру – тек медиа мамандар мен саясаткерлердің ғана емес, бүкіл қоғамның ортақ жауапкершілігі.

Авторлардың қосқан үлесі.

Есімова Г.А. – концепция әзірлеу, зерттеу жүргізу, мақала жазу.

Әшірбекова Г.Ш. – зерттеу жұмысында қолданылған әдіс-тәсілдерді, зерттеу нәтижелерін сараптау, талдау

Әдебиеттер тізімі

1. D'Ancona M. Post-truth: The new war on truth and how to fight back. – London: Ebury Press, 2017. – 208 б.
2. McIntyre L. Post-truth. – Cambridge, MA: MIT Press. 2018. – 123 б.
3. Laclau E. On populist reason. – London: Verso, 2005. – 250 б.
4. Mudde C., Rovira Kaltwasser, C. Populism: A very short introduction. – Oxford: Oxford University Press, 2017. – 160 б.
5. Vosoughi S., Roy D., & Aral S. The spread of true and false news online. Science. – 2018. – №359(6380). – Б.1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
6. Pennycook G., Rand D. G. Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. Cognition. – 2019. - №188. – Б. 39–50. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.06.011>
7. Kazakov A. Information manipulation in authoritarian regimes: The case of Russia. Russian Politics. – 2020. – №5(4). – Б. 502–523. <https://doi.org/10.30965/24518921-00504006>
8. Азаттық радиосы. Қазақстандағы сайлау кезіндегі ақпараттық кеңістікке шолу. 2023. URL: <https://www.azattyq.org> (Қаралған күні: 21.04.2025)
9. Informburo.kz. Президенттік сайлау: БАҚ-тағы үгіт және жалған ақпарат мәселелері. 2023. URL: <https://www.informburo.kz> (Қаралған күні: 22.04.2025)
10. Wardle C., Derakhshan H. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Council of Europe, 2017. URL: <https://rm.coe.int/information-disorder-report> (Қаралған күні: 20.02.2025)

Г.А. Есимова, Г.Ш. Аширбекова

Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Казахстан, Астана

Проблемы post-truth манипуляций в контексте выборов

Аннотация. В данной статье подробно рассматривается понятие постправды (post-truth) и его влияние на современные политические процессы, включая избирательные кампании. Постправда описывается как форма общественного восприятия, в которой эмоциональная риторика и личные убеждения преобладают над достоверной информацией и объективными фактами. В исследовании анализируются теоретические основы постправды, а также мнения ученых о ее роли в политической коммуникации. Автор рассматривает постправду как инструмент медийной манипуляции, воздействия на общественное мнение и влияния на электоральные решения. Проявления постправды в избирательных процессах раскрываются через конкретные мировые примеры. В частности, президентские выборы в США в 2016 и 2020 годах с участием Дональда Трампа стали наглядной иллюстрацией феномена постправды. Кампания Трампа опиралась не столько на факты, сколько на короткие и запоминающиеся лозунги («Make America

Great Again») [1]. Кроме того, рассматривается электоральный опыт Казахстана через призму постправды. В последние годы в стране отчетливо прослеживаются такие признаки постправды, как распространение фейковой информации о кандидатах через социальные сети, проведение кампаний на основе популистских лозунгов, одностороннее освещение событий в СМИ и низкий уровень медиаграмотности электората. В результате исследования выявлены угрозы, которые феномен постправды представляет для демократического развития и принципов открытых выборов, а также предложены пути противодействия этому явлению.

Ключевые слова: Post-truth, манипуляция, популист, эмоции, правда

G.A. Yessimova, G.Sh. Ashirbekova

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Kazakhstan, Astana

Problems of post-truth manipulation in the context of elections

Abstract. This article explores the concept of post-truth and its influence on contemporary political processes, particularly in the context of elections. Post-truth is described as a form of public perception in which emotional rhetoric and personal belief outweigh factual and objective information. The study examines the theoretical foundations of post-truth and reviews scholarly perspectives on its role in political communication. The author views post-truth as a tool of media manipulation, shaping public opinion and influencing electoral decisions. Manifestations of post-truth in electoral processes are illustrated through global case studies. In particular, the 2016 and 2020 U.S. presidential elections, involving Donald Trump, are presented as prominent examples of the post-truth phenomenon. Trump's campaign relied more on catchy, emotionally resonant slogans (such as «Make America Great Again») than on factual accuracy [1]. The article also analyzes Kazakhstan's recent electoral experience through the lens of post-truth. In recent years, the country has seen signs of post-truth politics, including the spread of fake news against candidates on social media, populist campaign slogans, one-sided media coverage, and low levels of media literacy among the electorate. The study concludes by identifying the risks post-truth poses to democratic development and open electoral principles, and proposes strategies to counteract its effects.

Keywords: Post-truth, manipulation, populist, emotions, truth

References

1. D'Ancona M. Post-truth: The new war on truth and how to fight back. (London, 2017, 208 p.)
2. McIntyre L. Post-truth. (Cambridge, 2018, 123 p.)
3. Laclau E. On populist reason. (London, 2005), 250 p.)
4. Mudde C., Rovira Kaltwasser C. Populism: A very short introduction. (Oxford, 2017, 160 p.)
5. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online. *Science*. 359(6380).1146–1151(2018). <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
6. Pennycook G., Rand, D. G. (2019). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*. 188. 39–50(2019). <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.06.011>

7. Kazakov A. Information manipulation in authoritarian regimes: The case of Russia. Russian Politics. 5(4). 502-523(2020). <https://doi.org/10.30965/24518921-00504006>
8. Azattyq radiosy. Qazaqstandaғы sailaу kezindegi aqparattyq keńistikke sholý[Overview of the information space during the elections in Kazakhstan]. Available at: <https://www.azattyq.org> (accessed at: 21.04.2025) [in Kazakh]
9. Informburo.kz. Prezidenttik sailaу: BAQ-taғы úgit jáne jalған aqparat máseleleri[Presidential Election: Issues of Media Propaganda and Disinformation]. Available at: <https://www.informburo.kz> (accessed at: 22.04.2025) [in Kazakh]
10. Wardle C., Derakhshan H. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Council of Europe. Available at: <https://rm.coe.int/information-disorder-report> (accessed at: 20.02.2025)

Авторлар туралы мәлімет

Есімова Г.А. – хат-хабар авторы, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің «Журналистика» білім беру бағдарламасының 3-курс докторанты, А.Янушкевич көшесі, 6, 010000, Астана, Қазақстан

Әшірбекова Г.Ш. – филология ғылымдарының кандидаты, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, журналистика және әлеуметтік ғылымдар факультеті, баспасөз және баспа ісі кафедрасының доценті.

Information about the authors:

Yessimova G.A. – corresponding author, 3rd year doctoral student, educational program «Journalism» of the L.N.Gumilev Eurasian National University, 6 Yanushkevich street, 010000, Astana, Kazakhstan

Ashirbekova G.Sh. – candidate of philological sciences, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Faculty of Journalism and Social Sciences, Associate Professor, Press and publishing department, Astana, Kazakhstan.



XҒТАР 19.01.11
Ғылыми мақала

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-151-2-120-133>

Литературные блоги как феномен цифровой культуры в информационном пространстве

А.О. Есдаулетов^{id}, А.М. Шурентаев*^{id}, А.Е. Ыскак^{id}

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

(E-mail: [aitken57@mail.ru](mailto:airken57@mail.ru), *shurentaev@mail.ru, sinainura07@outlook.com)

Аннотация. В эпоху цифровизации литературные блоги приобретают значимость как элементы культурного пространства, оказывая влияние на читательскую культуру и издательскую экосистему. В статье рассматриваются литблоги и их роль в популяризации литературы, формировании читательских предпочтений и продвижении книг. Цель исследования охарактеризовать литературные блоги как феномен цифровой культуры в информационном пространстве. Научная и практическая значимость статьи заключается в рассмотрении механизмов влияния блогеров на книжный рынок и возможностей их эффективного взаимодействия с издательствами. Литературные блоги, несмотря на их возрастающую популярность и влияние на читательскую аудиторию, остаются крайне малоисследованным сегментом. В материале показывается знакомство с историей вопроса, перечисляются основные труды ученых и специалистов, ближайшие по тематике, выясняются предметы этих исследований. Методология исследования включает контент-анализ блогов, изучение взаимодействия с читателями в социальных сетях и анализ примеров продвижения книг. Основные результаты, анализ и выводы исследовательской работы заключаются в том, что литературные блоги как новые игроки в книжном маркетинге играют важную роль в продвижении литературы в условиях цифровизации и расширению их читательской аудитории. Ценность проведенного исследования заключается в выявлении возможностей использования блогеров для развития книжной индустрии. Практическая значимость заключается в рекомендациях для издателей и авторов по эффективному сотрудничеству с блогерами для продвижения литературы.

Ключевые слова: литературные блоги, цифровизация, издательство, читательская культура, книжный блог, букток, блогосфера.

Введение

Современный мир невозможно представить без цифровизации, которая оказывает существенное влияние на все сферы жизни общества. Если обратить внимание на литературный процесс, то ранее критические статьи, рецензии и обсуждение книг печатали литературных, общественно-политических изданиях, но с появлением цифровых платформ каждый читатель может стать активным участником литературного процесса, выступить в роли критика. С развитием социальных сетей литературные блоги заняли особое место в медиасреде, создавая пространство для обсуждения книг, формирования читательских сообществ и популяризации литературного интереса. Блогосфера – одно из наиболее развивающихся направлений в современном интернет-пространстве. На сегодняшний день появляются такие термины, как букток, букстаграм, буктюб, нашедшие свое применение в каждой из самых используемых социальных сетей. Книжные блогеры становятся лидерами мнений в литературной среде, влияя на читательские предпочтения. В этом заключается актуальность данной темы.

Актуальность рассматриваемой темы обусловлена также растущей популярностью блогов как инструмента коммуникации и трансляции ценностей, связанных с чтением и литературой. В условиях доминирования социальных сетей литературные блоги становятся мощным инструментом влияния на читательские интересы и потребности и способствуют развитию литературного рынка. Несмотря на все положительные стороны влияния на аудиторию по повышению их качества и количества, литературные блоги остаются крайне малоисследованной в отечественном информационном пространстве и поэтому назрела необходимость более глубокого изучения и анализа данной сферы. Значительную роль в росте популярности социальных сетей как основного источника для любителей литературы сыграли горизонтальные связи между пользователями, то есть сама природа сети, в которой все участники связаны между собой и способны свободно принимать и передавать информацию. Вместе с тем литературные блоги представляют собой важный феномен, требующий дальнейшего их взаимодействия с издательствами, авторами книг, что открывает широкие возможности для продвижения литературы и укрепления связи между автором, книгой и читателем. Наиболее вероятным объяснением беспрецедентно успешной роли социальных сетей в период цифровизации представляется их направленность на конкретную целевую аудиторию: образованных пользователей Интернета, проявляющих интерес к литературе в большей степени в цифровом формате. На этом фоне социальные сети стали наиболее эффективным средством воздействия на аудиторию, которую интересуют литературные процессы в стране и мире.

Предметом исследования является влияние книжных блогеров на популяризацию литературы, формирование читательских предпочтений и развитие литературной культуры.

Объект исследования – деятельность книжных блогеров в социальных сетях и их взаимодействие с аудиторией, читательскими сообществами, издательствами и авторами.

Цель данного исследования – охарактеризовать сотрудничество издательств с литературными блогами как в отечественном, так и зарубежном информационном пространстве.

Для достижения цели следует решить следующие **задачи**:

- выявить основные признаки литературных блогов и их отличие от других литературных цифровых платформ;
- проанализировать содержание литературных блогов, их читательскую аудиторию и формы взаимодействия между блогерами, авторами и читателями;
- выявить роль блогов в продвижении книг и формировании культуры чтения.

Методологическая основа исследования включает контент-анализ публикаций по рассматриваемой теме и комментариев аудитории, а также сравнительный анализ контекста литературных блогов и различных социальных сетей.

Для достижения поставленных целей и решения задач исследования был использован комплексный подход, включающий в себя несколько взаимодополняющих методов. Первой составляющей методологической базы стало изучение и анализ существующей литературы по теме литературных блогов. Данный метод позволил выявить основные направления исследований в данной области, определить их недостатки и подчеркнуть актуальность дальнейшего изучения. Анализ научных работ помог определить ключевые понятия, такие, как «литературный блог», «цифровая читательская культура» и «влияние блогов на издательский бизнес».

Вторым важным этапом стал контент-анализ публикаций в блогосфере, контента ведущих литературных блогов на различных платформах, включая Instagram, YouTube и TikTok. Были выбраны блоги с широкой аудиторией, активным взаимодействием читателей и значительным числом книжных рекомендаций. Контент-анализ позволил выявить основные жанровые и тематические особенности литературных блогов, наиболее популярные форматы взаимодействия с аудиторией и способы продвижения книг.

Кроме того, были изучены случаи в интернет-среде, которые способствовали превращению определённых книг в бестселлеры. Были рассмотрены кейсы как казахстанских блогеров, так и зарубежных, чтобы выявить их влияние на читательские предпочтения и покупательское поведение. Также проведен сравнительный анализ популярных литературных блогеров, что позволило определить сходства и различия в стратегиях контентного продвижения литературы в разных культурных контекстах.

Таким образом, исследовательская работа опирается на многоступенчатый подход, сочетая анализ научной литературы и эмпирические методы, что, в свою очередь, обеспечивает всестороннее понимание феномена литературных блогов в контексте цифровизации и их влияния на читательскую культуру и книжный рынок.

Обзор литературы

Литературные блоги, несмотря на их возрастающую популярность и влияние на читательскую культуру, остаются крайне малоисследованной темой в отечественной научной среде. Многие аспекты этой области, включая жанровую специфику, роль блогеров

в формировании литературных предпочтений и их взаимодействие с издательской индустрией, требуют более глубокого исследования. В эпоху цифровизации, где блоги становятся важной частью медиапространства, недостаток академических работ приводит нас к довольно ограниченному пониманию их воздействия на культурные процессы и читательские интересы.

Среди существующей литературы, тем не менее, можно выделить несколько исследований, которые проливают свет на некоторые важные аспекты рассматриваемой темы. Например, в статье Ю.В. Булдаковой «Литературный блог в системе медиа» исследуются жанровые и дискурсивные особенности литературных блогов. Она отмечает, что литературные блоги представляют собой маргинальные жанрово-стилевые явления, отходящие от традиционных форм и демонстрирующие процессы трансгрессивности и трансмедийности. Булдакова подчеркивает, что такие блоги требуют комплексного анализа, включая филологический, социологический и медийный подходы [1].

В работе В.В. Власенко «Книжный блогер как актер» акцент делается на роли блогеров в современном литературном поле. Автор утверждает, что блогеры формируют новые формы взаимодействия между читателем и издательствами, создавая платформы для обсуждения и продвижения книг. Особое внимание уделяется проблеме институционализации блогеров, так как их роль остаётся неформализованной. Автор четко определяет такие понятия, как литературный критик, книжный обозреватель и книжный блогер, подробно описывая их различия. Власенко делает вывод, что «книжный блогер как актер является активным читателем, который идентифицирует себя через чтение как социальное действие, публично выражает это, используя новые практики массовой само коммуникации (создает контент в персональном медиаполе) и имеет постоянную аудиторию потребителей этого контента» [2].

В свою очередь, О.И. Колесникова в своей работе «Медиакоммуникация в сфере продвижения литературно-художественной книги и чтения: проблемы воздействия на читателя» рассматривает как рекламные, так и педагогические аспекты воздействия на читателей, анализируя роль различных медиаплатформ, включая блоги, в формировании читательских предпочтений. Монография посвящена исследованию медиа коммуникаций в контексте продвижения художественной литературы. Автор отмечает: «Рекламно-информационная деятельность, направленная на пропаганду книги, привлечение интереса к ней потребителей как потенциальных читателей, требует постоянного изучения и оптимизации» [3].

Таким образом, несмотря на ограниченное количество научных работ в этом направлении, существующие исследования отчетливо демонстрируют актуальность изучения литературных блогов. Эта область требует дальнейшего анализа, исследования, чтобы глубже понять её влияние на читательские предпочтения и издательскую индустрию в большей степени в отечественном информационном пространстве в условиях цифровизации.

Результаты и обсуждение

Мир привык к медиасреде, которая основывалась, как принято сейчас говорить, на «твердых» носителях, которые можно воспринимать в физическом, то есть бумажном

варианте. С цифровизацией информационного пространства основная масса читателей постепенно отказываются от привычных книг. На смену традиционным бумажным изданиям приходят электронные, книжный рынок меняет сложившиеся модели работы и это происходит почти вслепую. Традиционные модели работы с книгой переходят в цифровой формат. Отдельные представители аудитории могут вести блоги для удовольствия и в качестве хобби, чтобы делиться своими мыслями, чувствами, воспоминаниями, доносить информацию, которую считают важной, находить единомышленников. В случае обретения популярности блог может стать для автора дополнительным или основным источником дохода. Процесс создания и ведения своего блога – это блоггинг (blogging), деятельность, которая направлена на привлечение заинтересованной аудитории путем регулярной публикации контента [4].

Блоги помогают экспертам продвигать личный бренд, демонстрировать свои достижения, привлекать клиентов, партнеров и работодателей. В экспертных блогах, как правило, публикуют полезный образовательный контент, дают рекомендации по темам, в которых автор блога хорошо разбирается. Селебрити ведут блоги для того, чтобы поддерживать связь с поклонниками. На своих личных страницах они делятся мыслями и событиями, которые происходят в жизни, анонсируют мероприятия [4].

Важно отметить такую особенность блогов, как многоформатность. В интернет-пространстве блоги существуют в виде текстовых публикаций, видеороликов и аудиофайлов, что позволяет охватить различные части аудитории с учетом их предпочтений. Например, текстовые блоги, размещаемые на таких платформах, как Telegram, популярны среди тех, кто предпочитает подробный анализ книг. Видеоблоги на YouTube, такие, как «Калинкин!», привлекают визуально ориентированных пользователей. Подкасты, такие, как казахстанский «Книгометр», ориентированы на слушателей, которые предпочитают получать информацию в аудиоформате и совмещать прослушивание с повседневными делами. TikTok же, благодаря своим коротким и эмоциональным видеороликам, стал наиболее интересной площадкой для популяризации книг среди молодых читателей. Рассматриваемая нами Instagram является одной из самых популярных платформ за счет своей визуальной направленности, где блогеры создают эстетически привлекательные публикации, сопровождаемые краткими рецензиями, так называемые литблоги.

В цифровую эпоху литературные блоги (литблог) представляют собой уникальную форму коммуникации, став важным элементом в формировании читательской культуры, благодаря своей уникальной специфике. В отличие от традиционных литературных критиков, которые основываются на объективном анализе текста, блогеры опираются на субъективное мнение и используют персонализированный подход к созданию контента чаще. Их мнения и рецензии часто основываются на личных впечатлениях, что делает такие отзывы более доступными и понятными для широкой аудитории. Такая вовлечённость способствует формированию эмоциональной связи с аудиторией, что, в свою очередь, увеличивает доверие к рекомендациям. Еще одной особенностью литературных блогов является интерактивность. Социальные сети предоставляют блогерам возможность взаимодействовать с подписчиками через комментарии, лайки,

опросы и прямые эфиры. Это также усиливает доверие между автором контента и аудиторией и, вместе с тем, формирует активное сообщество вокруг блога. Подписчики получают возможность не только читать рецензии, но и участвовать в обсуждениях книг, дискуссиях и делиться своими впечатлениями [5].

Классификация литературных блогов может основываться на нескольких главных направлениях: формат подачи контента, тематика и платформа размещения. Контент (content) – это определенные данные, информация, предназначенная для пользователей. Под понятие «контент» подпадает все, что несет в себе информацию. Это может быть текст, видео, аудио, инфографика, фотографии (или какие-то другие изображения). Простыми словами, контент – это содержание, которое распространяется через сайты, литературу, музыку и видео. Общим определением для любого вида контента будет – содержимое, наполнение, информация [6].

С точки зрения форматов контента выделяют следующие разновидности: **текстовый контент** – всё, что связано с текстом: интервью, лицензии, кейсы, заметки, посты – любой материал в текстовой форме; **видео контент** – всё, что касается вебинаров, онлайн-трансляций, Тик-Тока, интервью, обзоры и руководства, видеоблоги, рекламные видео; **аудиоконтент** – всё, что связано с воспроизведением аудиодорожек: записи проведенных вебинаров, подкасты, заметки, голосовые сообщения; **графический контент** – всё, что касается иллюстраций или графики в целом. Это могут быть картинки, фотографии, мемы, инфографика, карты и схемы, анимация; **пользовательский контент (англ. user-generated content)** – популярное направление, то, что создают сами пользователи. Этот контент также может быть текстовым, графическим, аудио или видео: представлен в виде отзывов, комментариев, сторис, видеобзора, фотографий или подкаста [7].

Платформы, на которых размещаются литературные блоги, также играют важную роль в их популярности. Тематика книжных блогов разнообразна, от узкоспециализированных до универсальных. Некоторые блоги сосредоточены на популяризации определенных жанров, таких, как нонфикшн, фэнтези или классическая литература. Многие охватывают широкий диапазон произведений, включая малоизвестные книги и авторов, что позволяет блогерам удовлетворять запросы различных сегментов аудитории. Если все знают о фэнтези или классической литературе, то «нон-фикшн», который переводится как «не вымысел», для одних что-то новое. Под этим понятием подразумевается нехудожественная литература, в сюжете которой нет вымышленных событий или персонажей. Только правда и ничего, кроме правды. Парадоксально, но нон-фикшн, как и художественная литература, воздействует на эмоции читателей. Это и делает жанр таким уникальным: отклик вызывают не вымышленные персонажи или придуманные сюжеты, а те люди, события или действия, которые произошли в реальной жизни [8].

В литературных блогах авторы активно используют такие инструменты, как: читательские марафоны – это проведение тематических мероприятий, стимулирующих чтение определенной категории книг; видеоформат – то есть создание рецензий на YouTube или коротких видео на TikTok, что позволяет охватить более широкую аудиторию; интерактив с подписчиками – это проводить опросы, конкурсы, обсуждения книг. Так книжные блоги оказывают значительное влияние на читательскую культуру.

Они формируют читательские предпочтения аудитории, популяризируют культуру чтения и создают сообщества единомышленников, что особенно важно в условиях падения интереса аудитории к традиционным форматам литературы и критики.

Книжные блогеры по возможности стараются разнообразить виды публикуемого контента, чтобы обеспечивать вовлеченность аудитории и поддерживать ее интерес. Наиболее популярные виды контента, представленные в литературных блогах, это такие, как рецензии на книги, списки книг, видеообзоры, читательские марафоны, посты о произведениях в контексте личной жизни, развлекательный контент, обзоры книжных магазинов и событий.

Следует отметить, что рецензии на книги, безусловно, являются основным видом контента в книжных блогах. Их можно разделить на две категории: аналитические и эмоциональные. Аналитические рецензии подразумевают глубокий анализ текста. Такие публикации зачастую включают в себя разборы сюжета, персонажей, стиля автора и подтекста произведения. Они обычно публикуются в Instagramme или Telegram-каналах. Но примером могут также служить такие блоги на платформе YouTube, как «Полина Парс», где автор детализирует сильные и слабые стороны книг, сравнивая их с другими произведениями. Эмоциональные рецензии ориентированы на передачу личного впечатления. В них блогеры делятся своими эмоциями, возникающими при чтении, что делает их рекомендации близкими и понятными для аудитории. Чаще всего, блоги в TikTok регулярно публикуют подобные видеоотзывы, что помогает читателям ощутить личную вовлеченность автора.

Второй вид контента «Списки книг (топы)» пользуются большой популярностью благодаря своей простоте, универсальности и информативности. В литературных блогах часто можно встретить такие тематические подборки, как: «Книги, которые стоит прочитать этой зимой», «Книжные итоги месяца», «Классика казахской литературы». К примеру, казахстанская блогерка Фаризат в своем блоге «Tezoqu» создает подборки различной литературы, акцентируя внимание на книгах, которые помогут читателям в саморазвитии [9]. Такие списки становятся полезными ориентирами для аудитории, особенно для тех, кто ищет новое в литературе.

Видеообзоры как вид контента являются неотъемлемой частью литературных блогов, особенно на таких платформах, как YouTube и TikTok. Их популярность обусловлена визуальной привлекательностью и возможностью передать эмоции. Тогда как на YouTube можно найти содержательные обзоры, в которых блогеры подробно разбирают книги, в TikTok, напротив, преобладают короткие, но динамичные видео. Блогеры создают яркий контент, сопровождая обзоры визуальными эффектами и музыкой, что особенно привлекает молодую аудиторию.

Читательские марафоны являются интерактивным форматом, который активно используют для вовлечения аудитории. Блогеры предлагают своим подписчикам прочитать определённое количество книг за ограниченное время или сосредоточиться на книгах определённой тематики. В казахстанской медиасреде Карина Аманкулова в своем блоге «Aman-kulovak» регулярно проводит такие марафоны с целью популяризации читательской культуры и развития литературного интереса в обществе [10].

Посты напроиизведения личной жизни являются ещё одной популярной формой для привлечения аудитории, где книги рассматривают через призму личного опыта блогера. Такой подход делает блоги более человечными и эмоционально близкими для аудитории. Блогеры часто делятся историями о том, как та или иная книга повлияла на их жизнь или мировоззрение. В публикациях различных блогеров можно найти примеры, где автор рассказывает, как произведения помогли ему в сложные периоды жизни. В таких постах важную роль играет искреннее отношение блогера, что укрепляет доверие аудитории и способствует росту лояльности.

Развлекательный контент – этот вид в блогосфере используют для разнообразия контента и удержания внимания аудитории. Это могут быть: мемы на литературную тематику; тесты (например, «Какой литературный персонаж лучше всего описывает ваш характер?»); литературные викторины; интересные факты о книгах или писателях. Такой контент также может быть информативным и интересным и повышает вовлечённость аудитории, увеличивая количество обратной связи.

Обзоры книжных магазинов и событий – в этом видеблогеры освещают деятельность книжных магазинов, библиотек и литературных мероприятий, что помогает популяризировать не только книги, но и читательскую культуру в целом. В отечественной среде блогеры активно поддерживают местные книжные магазины, такие, как «Меломан», публикуя обзоры на их ассортимент и акции.

Таким образом, подобное разнообразие видов контента делает литературные блоги важной частью современного медиа- и культурного пространства. Благодаря рецензиям, видеообзорам, читательским марафонам и другим форматам блогеры привлекают к литературе внимание широкой аудитории, популяризируют чтение и способствуют росту интереса к книгам. Казахстанские блогеры также активно интегрируют локальные особенности в свои публикации, популяризируя национальную литературу и укрепляя её позиции на книжном рынке. Исходя из этого, важно отметить, что данный феномен требует еще дальнейшего изучения, так как его влияние на читательскую культуру и книжную индустрию продолжает расти с каждым годом.

В цифровую эпоху на популярность книг влияет множество факторов. Так, книга малоизвестного автора Джима Мерфи «Внутренне совершенство» за один день заняла лидирующее место в рейтинге бестселлеров Amazon после десятисекундного отрывка эфира американского футбольного матча, где одного из игроков заметили читающим данную книгу на скамье [11]. Еще один наглядный пример, когда книга начинающей английской писательницы – Вики Болл вошла в список бестселлеров Amazon, после поста писательницы в социальных сетях, где она написала, что продала всего две книги на прошедшей литературной встрече. Ее публикация стремительно стала вирусной и набрала более 24 млн просмотров за несколько дней, тем самым значительно увеличив продажи книги [12]. Несмотря на то, что данные примеры не относятся к литературным блогам, они отчетливо демонстрируют влияние интернет-среды и лидеров мнений на популярность и продажи книг.

Точно также роль блогеров становится особенно заметной в процессе трансформации книг в бестселлеры. В этом вопросе следует выделить, что после пандемии направление

буктока на платформе TikTok стало стремительно развиваться. На тот период наиболее популярным среди молодежи автором на просторах TikTok была Колин Гувер. В соответствии с данными BookScan, из десяти самых продаваемых в США печатных книг на тот момент четыре были написаны Гувер. Множество литературных блогеров и простых читателей способствовали этому, снимая короткие ролики в популярной социальной сети, где в эмоциональной форме делились своими впечатления от прочитанного [13]. Таким же образом, роман современной писательницы Али Хейзелвуд «Гипотеза любви» стремительно стал популярным и часто обозреваемым книжными блогерами, после чего первый тираж книги был раскуплен за два дня. Так, книжный обозреватель газеты The New York Times Элизабет Харрис отмечает: «Вероятно, один из секретов Буктока в том, что моду здесь диктуют не издатели и авторы, а сами читатели» [13]. Из вышеперечисленных примеров вытекает, что сотрудничество издательств с литературными блогами открывает новые возможности для популяризации книг. Зарубежные издательства все чаще привлекают блогеров к своим маркетинговым стратегиям, предоставляя им книги для обзоров или организуя совместные проекты.

В казахстанских издательствах данная пиар-стратегия применяется крайне редко и требует должного развития. Ведь такое взаимодействие позволяет издательствам не только увеличить продажи книг, но и привлечь потенциальную аудиторию. Одним из ярких примеров пиар-стратегии в отечественном медиапространстве является Айша Байдильдаева, известная в TikTok под ником @aisha.bookpies. Ее аккаунт насчитывает более 314 тысяч подписчиков, которым она предлагает обзоры книг, делится методами чтения и создаёт атмосферные видео с элементами ASMR. Айша не только популяризирует зарубежную литературу, но и обращает внимание своей аудитории на казахстанские произведения. Например, в одном из своих обзоров она рассказала о романе Мыржақыпа Дулатова «Бақытсыз Жамал», подчеркнув его актуальность и значимость для современного читателя. Данная публикация набрала 1,3 млн просмотров, что показывает увлеченность аудитории контентом блогера и интерес к отечественной литературе.

Таким образом, литературные блоги выполняют ряд основных функций: просветительская – популяризация чтения и расширение литературного кругозора аудитории; коммуникативная – формирование активного сообщества читателей и создание площадки для обмена мнениями; критическая – представление альтернативной точки зрения на литературные произведения; коммерческая – продвижение новых и малоизвестных книг, сотрудничество с издательствами и авторами; социальная – формирование культуры чтения в обществе.

Заключение

Литературные блоги являются важным инструментом популяризации книг, создавая новые формы взаимодействия между авторами, издательствами и читателями. Как отмечают исследователи, такие блоги помогают не только увеличивать продажи книг, но и формируют новую культуру чтения, ориентированную на цифровую аудиторию.

Исследование феномена литературных блогов, проведенное посредством анализа существующей литературы, контент-анализа публикаций блогеров и сравнительного анализа популярных аккаунтов, выявило ключевые особенности и подходы в работе литературных блогеров. Также были установлены закономерности влияния блогеров на продажи книг, формирование читательских предпочтений и популяризацию новых и малоизвестных произведений. Блогеры, выступая в роли лидеров мнений, также организуют мероприятия, такие, как книжные марафоны и челленджи, что способствует развитию читательской активности.

Перспективы развития литературных блогов связаны с интеграцией новых технологий и расширением форматов взаимодействия с аудиторией и издательствами. Кроме того, ожидается дальнейшее развитие видеоконтента и подкастов, что позволит охватить еще более широкую аудиторию.

Таким образом, литературные блоги представляют собой важный феномен, требующий дальнейшего изучения и анализа. Их взаимодействие с издательствами открывает широкие возможности для продвижения литературы и укрепления связи между автором, книгой и читателем. А их уникальная роль в медиапространстве и взаимодействии с аудиторией делает их значимым элементом современного литературного процесса.

Вклад авторов

Есдаулетов А.О. – руководство исследовательской работой, выбор методики, написание основной части, редактирование.

Шурентаев А.М. – переписка с редакцией, работа с литературой, сбор материалов.

Ыскак А.Е. – сбор материалов, оформление статьи в соответствии с требованиями.

Список литературы

1. Булдакова Ю.В. Литературный блог в системе медиа. Журналистика цифровой эпохи: антропологический поворот: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2022. - С. 44-46.
2. Власенко Е. Книжный блогер как актер: трансформация социальных ролей в литературе. Новое литературное обозрение. – 2022. – № 176. – С. 360-376. DOI: 10.53953/08696365_2022_176_4_360
3. Колесникова О.И. Медиакоммуникация в сфере продвижения литературно-художественной книги и чтения: проблемы воздействия на читателя: [монография] – Киров: Науч. изд-во ВятГУ, 2016. — 223 с.
4. Блоггинг: что это такое, виды, цели ведения блога. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-blogging-vidy-celi-sposoby-monetizacii/#anchor-1> (дата обращения: 28.02.2025).
5. Лев, мартышка и книжный человек: литературные блоги, которые у нас есть [Электронный ресурс]. URL: <https://mnogobukv.hse.ru/news/790442065.html> (дата обращения: 28.02.2025).
6. Что такое контент в общем понимании и откуда он берется [Электронный ресурс] — URL: <https://neiros.ru/blog/content/chto-takoe-kontent-v-obshchem-ponimanii-i-otkuda-on-beretsya/> (дата обращения: 28.02.2025).

7. Гид по основным видам контента [Электронный ресурс]. URL: <https://practicum.yandex.ru/blog/osnovnye-vidy-kontenta/> (дата обращения: 28.02.2025).
8. Что такое нон-фикшн [Электронный ресурс]. URL: https://www.chitai-gorod.ru/articles/chto_takoye_nonfikshn-3221?srsId=AfmBOopZBLNSJYH-Ydp7a5X3zzbRjKy6sIA3twck3h5Jz3KeEmUBns9c (дата обращения: 28.02.2025).
9. Фаризат, та, что tezoqu [Электронный ресурс]. URL: https://www.instagram.com/reel/DEK_ea_tOWZ/?igsh=Nm8wZ24wOHh0dDlj (дата обращения: 28.02.2025).
10. Аманкулова К., amankulovak [Электронный ресурс]. URL: https://www.instagram.com/aman_kulovak?igsh=YXYwbmdrbW56NzVr (дата обращения: 28.02.2025).
11. Внутреннее совершенство: как игрок НФЛ сделал бестселлером малоизвестную книгу. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.ru/sport/529028-vnutrennee-sovershenstvo-kak-igrok-nfl-sdelal-bestsellerom-maloizvestnuu-knigu> (дата обращения: 28.02.2025).
12. Книги начинающей писательницы попали в списки бестселлеров из-за одного завирусившегося твита [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pravilamag.ru/news/offtop/08-12-2024/737573-knigi-nachinayushchei-pisatelnicy-popali-v-spiski-bestsellerov-iz-za-odnogo-zavirusivshegosya-tvita/> (дата обращения: 28.02.2025).
13. Сила Буктока. Как рекомендации в соцсетях меняют книжный рынок [Электронный ресурс]. URL: <https://blog.mann-ivanov-ferber.ru/2023/08/15/sila-buktoka-kak-rekomendacii-v-socsetyax-menyayut-knizhnyj-rynok/> (дата обращения: 28.02.2025).

А.О. Есдаулетов, А.М. Шурентаев, А.Е. Ысқақ

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

Ақпараттық кеңістіктегі әдеби блогтар: цифрлық мәдениет феномені

Аңдатпа. Цифрландыру дәуірінде әдеби блогтар мәдени кеңістіктің маңызды элементтеріне айналып, оқу мәдениетіне және баспа индустриясына әсер етуде. Бұл мақалада әдеби блогтар және олардың әдебиетті насихаттаудағы, оқырмандардың талғамын қалыптастырудағы және кітаптарды ілгерілетудегі рөлі қарастырылады. Зерттеудің мақсаты – баспалар мен әдеби блогтардың отандық және халықаралық ақпараттық кеңістіктегі өзара әрекетін сипаттау. Мақаланың ғылыми және практикалық маңызы – блогерлердің кітап нарығына ықпал ету механизмдерін қарастыру және олармен баспалардың тиімді өзара әрекеттесу мүмкіндіктерін анықтау. Әдеби блогтардың танымалдығы мен оқырман аудиториясына ықпалы артып келе жатқанына қарамастан, бұл сегмент әлі де жеткілікті түрде зерттелмеген. Материалда зерттеу тарихына шолу жасалып, осы тақырыпқа жақын ғалымдар мен мамандардың негізгі еңбектері аталып өтіледі және олардың зерттеу нысандары айқындалады. Зерттеу әдістемесіне блогтардың контент-талдауы, әлеуметтік желілердегі оқырмандармен өзара әрекеттестігін зерттеу және кітаптарды ілгерілету мысалдарын талдау кіреді. Зерттеудің негізгі нәтижелері мен қорытындылары әдеби блогтар кітап маркетингіндегі жаңа ойыншылар ретінде цифрландыру жағдайында әдебиетті ілгерілетуде және оқырмандар аудиториясын кеңейтуде маңызды рөл атқаратынын көрсетеді. Бұл зерттеудің құндылығы – блогерлерді кітап индустриясын дамытуға пайдаланудың әлеуетін анықтауында. Практикалық маңыздылығы – әдебиетті насихаттау үшін

блогерлермен тиімді ынтымақтастық орнату бойынша баспагерлер мен авторларға арналған ұсыныстар беруінде.

Түйін сөздер: әдеби блогтар, цифрландыру, баспа ісі, оқу мәдениеті, кітап блогы, BookTok, блогосфера.

A.O. Yesdauletov, A.M. Shurentayev, A.E. Yskak

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

Literary blogs as a phenomenon of digital culture in the information space

Abstract. In the digitalization era, literary blogs have gained significance as elements of the cultural space, influencing reading culture and the publishing ecosystem. This article examines literary blogs and their role in popularizing literature, shaping readers' preferences, and promoting books. The study aims to characterize the collaboration between publishing houses and literary blogs in both domestic and international information spaces. The scientific and practical significance of the article lies in examining the mechanisms of bloggers' influence on the book market and the possibilities of their effective interaction with publishers. Despite their growing popularity and impact on the reading audience, literary blogs remain a largely unexplored segment. The material provides an overview of the historical background, lists key academic works and specialist studies on related topics, and identifies the research subjects. The research methodology includes content analysis of blogs, the study of reader interactions on social media, and an analysis of book promotion examples. The main findings, analysis, and conclusions of the study suggest that literary blogs, as new players in book marketing, play an essential role in promoting literature in the digital era and expanding readership. The value of this research lies in identifying the potential use of bloggers for the development of the book industry. The practical significance includes recommendations for publishers and authors on effective collaboration with bloggers for book promotion.

Keywords: literary blogs, digitalization, publishing, reading culture, book blog, BookTok, blogosphere.

References

1. Buldakova Ju.V. Literaturnyj blog v sisteme media [Literary blog in the media system]. Zhurnalistika cifrovoj jepohi: antropologicheskij povorot: sbornik materialov Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii s mezhdunarodnym uchastiem [Journalism of the digital age: anthropological turn: collection of materials of the All-Russian scientific and practical conference with international participation]. (Ekaterinburg, 2022, 44-46) [in Russian]
2. Vlasenko E. Knizhnyj blogger kak aktor: transformacija social'nyh rolej v lite-rature [Book blogger as an actor: transformation of social roles in literature]. Novoe literaturnoe obozrenie [New literary review]. 176. 360-376(2022), DOI: 10.53953/08696365_2022_176_4_360[in Russian]
3. Kolesnikova O.I. Mediakommunikacija v sfere prodvizhenija literaturno-hudozhestvennoj knigi i chtenija: problemy vozdejstvija na chitatelja: [monografija] [Media communication in the field of promotion of literary and fiction books and reading: problems of influencing the reader: [monograph]. (Kirov, 2016, 223) [in Russian]

4. Blogging: chto jeto takoe, vidy, celi vedenija bloga [Blogging: what is it, types, goals of blogging]. Available at: <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-blogging-vidy-celi-sposoby-monetizacii/#anchor-1> (accessed: 28.02.2025). [in Russian]
5. Lev, martyshka i knizhnyj chelovek: literaturnye blogi, kotorye u nas est' [The Lion, the Monkey, and the Book Man: Literary Blogs We Have]. Available at: <https://mnogobukv.hse.ru/news/790442065.html> (accessed: 28.02.2025). [in Russian]
6. Chto takoe kontent v obshhem ponimanii i otkuda on beretsja [What is content in the general sense and where does it come from]. Available at: <https://neiros.ru/blog/content/chto-takoe-kontent-v-obshchem-ponimanii-i-otkuda-on-beretsya/> (accessed: 28.02.2025). [in Russian]
7. Gid po osnovnym vidam kontenta [Guide to the main types of content]. Available at: <https://practicum.yandex.ru/blog/osnovnye-vidy-kontenta/> (accessed: 28.02.2025). [in Russian]
8. Chto takoe non-fikshn [What is non-fiction]. Available at: https://www.chitai-gorod.ru/articles/chto_takoe_nonfikshn-3221?srltid=AfmBOopZBLNSJYH-Ydp7a5X3zzbRjKy6sIA3twck3h5Jz3KeEmUBns9c (accessed: 28.02.2025). [in Russian]
9. Farizat, ta, chto tezoqy. Available at: https://www.instagram.com/reel/DEK_ea_tOWZ/?igsh=Nm8wZ24wOHh0dDlj (accessed: 28.02.2025). [in Russian]
10. Amankulova K., Amankulovak. Available at: <https://www.instagram.com/amankulovak?igsh=YXWbmdrbW56NzVr> (accessed: 28.02.2025). [in Russian]
11. Vnutrennee sovershenstvo: kak igrok NFL sdela bestsellerom maloizvestnuju knigu [Inner perfection: how an NFL player made a little-known book a bestseller]. Available at: <https://www.forbes.ru/sport/529028-vnutrennee-sovershenstvo-kak-igrok-nfl-sdelal-bestsellerom-maloizvestnuu-knigu> (accessed: 28.02.2025). [in Russian]
12. Knigi nachinajushhej pisatel'nicy popali v spiski bestsellerov iz-za odnogo za-virusivshegosja tvita [Books by an aspiring writer hit bestseller lists because of one viral tweet]. Available at: <https://www.pravilamag.ru/news/offtop/08-12-2024/737573-knigi-nachinayushchei-pisatel'nicy-popali-v-spiski-bestsellerov-iz-za-odnogo-zavirusivshegosya-tvita/> (accessed: 28.02.2025). [in Russian]
13. Sila Buktoka. Kak rekomendacii v socsetjah menjajut knizhnyj rynok [The Power of BookTok. How Social Media Recommendations Are Changing the Book Market]. Available at: <https://blog.mann-ivanov-ferber.ru/2023/08/15/sila-buktoka-kak-rekomendacii-v-socsetyax-menyayut-knizhnyj-rynok/> (accessed: 28.02.2025). [in Russian]

Авторлар туралы мәлімет:

Есдаулетов А.О. – филология ғылымдарының кандидаты, Баспасөз және баспа ісі кафедрасының доценті, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан.

Шурентаев А.М. – PhD, Баспасөз және баспа ісі кафедрасының меңгерушісі, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан.

Ысқақ А.Е. – «7М02124-Медиаөнер» білім беру бағдарламасының магистранты, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан.

Сведения об авторах:

Есдаулетов А.О. – кандидат филологических наук, доцент кафедры «Печать и издательское дело», Евразийский национальный университет имени Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан.

Шурентаев А.М. – заведующий кафедрой «Печать и издательское дело», Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан.

Ыскак А.Е. – магистрантка образовательной программы «7М02124-Медиаискусство», Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан.

Information about the authors:

Yesdauletov A.O. – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Printing and Publishing at the L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.

Shurentaev A.M. – PhD, Head of the Department of Printing and Publishing, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.

Yskak A.E. – master's student in «7M02124 - Media Art», L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.



ГРНТИ 19.71
Научная статья

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-151-2-134-144>

Гибридные технологии подачи информации в интернет пространстве Казахстана: синергия и противоречия

А.А. Абдрасилов*^{ORCID}, А.Б. Альжанова^{ORCID}

КазНУ им. аль-Фараби, Казахстан, Алматы

(E-mail: *aben.abdrassilov@gmail.com; aljanova.aigerim@gmail.com)

Аннотация. Эволюция средств массовой информации имела своим следствием формирование сетевого общества, такой социальной структуры, которая опирается на сети, управляемые информационно-коммуникационными технологиями, что позволяет концентрировать, обрабатывать и передавать информацию через сетевые системы. Это сопровождается не только преобразованием коммуникативных форматов, но и метаморфозами жизни всего человечества. Так, возникают новые формы взаимодействия между субъектами в социуме. Благодаря развитию онлайн-СМИ, социальных сетей утверждаются альтернативные медиа, такие, как гражданская журналистика, преобразуется система и понимание общественных приоритетов и человеческих ценностей. Развитие Интернета привело к синтезу различных жанров, форматов и методов в журналистике, общему функционированию всевозможных типов подачи информации. Теперь мы слушаем новости, читаем информацию или просматриваем в наглядном формате инфографики, не ожидая утренних или вечерних информационных выпусков, а синхронно потребляя информацию, которая доставляется при помощи новейших мультимедийных ресурсов или интернет-ресурсов. Преобразилось содержание, характер, форма воплощения информации, трансформировались традиционные текстовые формы. Цель обусловила применение таких методов, как сравнительный анализ, системный и структурно-семиотический подход, анализ содержания и дискурса, а также экспертный опрос. В статье рассматриваются социальные сети как проявление гибридных технологий, их особенности и роль в обществе. Определены изменения в составе журналистских жанров и в их структуре. Гибридные информационные технологии изучаются как действенный коммуникативный ресурс гражданского общества, а также с точки зрения позитивного или негативного их влияния на процессы в социуме.

Ключевые слова: гибридные СМИ, сетевые медиа, журналистские материалы, дата-журналистика, фактчекинг, информационная политика.

Введение

Сфера журналистики всегда была важным аспектом существования социума. В наше время информационных технологий СМИ приобретают особо значимые общественные функции.

Современная журналистика вошла в новый этап своего развития, связанный с новыми технологиями, когда ее содержание передается с помощью нескольких коммуникационных каналов и в нескольких интернет-форматах. Конечно, развитие новых СМИ не значит полного забвения традиционных средств массовой информации, однако они, несомненно, уходят на периферию информационного поля. Речь скорее может идти о конвергенции, встраивании традиционной журналистики в новые структуры и о поисках эффективного взаимодействия таких средств с медиaprостранством. В последние годы появились новые способы и средства визуализации контента в массмедиа. В силу мультимедийности массмедиа, их контент охватывает рисунки, фотографии, инфографику, видео, анимации, различные видеоролики, клипы, видеоподкасты, слайд-шоу и т.д. В результате появляется единое информационное произведение, синтезирующее вербальные, звуковые, графические, видеокомпоненты. Журналисты делают акцент не на слова и смыслы, а на зримый и выразительный видеоряд. Сегодня человек предпочитает выбирать для чтения короткие журналистские тексты с увлекательными заголовками, яркими образными элементами, простыми знаками. Изменилась деятельность журналиста: материалы передаются в любое время и из любого места, а пользователи могут зайти на сайт и ознакомиться с новостями и журналистскими материалами. Повысилась и субъектность читателей: они самостоятельно могут отыскать материал в соответствии со своими интересами и при необходимости обеспечить обратную связь, реагируя на эти материалы.

Материалы и методы

Рассматривая современное многообразное информационное поле Казахстана, следует осуществлять комплексный подход. Он обеспечивается использованием целого ряда общенаучных (индуктивный, дедуктивный, анализ и синтез) и специальных методов. Общетеоретический аспект выбранной проблемы представляют работы Е.В. Ахмадулина, С.Г. Корконосенко, Ю.В. Лучинского, Е.П. Прохорова, В.В. Хорольского. Исторический и компаративный анализ информационного пространства дан в исследованиях Н. Больца, А.А. Деникина, А.И. Черных. Освещение гибридных информационных технологий и их воздействия на инфополе Казахстана осуществлялось с учетом философских и социологических трудов П. Бергера, Ж. Бодрийара, Ж. Делеза, Ф. Гваттари, В.А. Емелина, Т. Лукмана. Использование дискурс-анализа, обоснованного в работах М.М. Бахтина, М.В. Йоргенсен, М. Фуко, диктуется полидискурсивной практикой журналистики и ее связями с разнообразными социокультурными процессами. Контент-анализ позволил изучить СМИ Казахстана, нацеленные на формирование и трансляцию общественно ценной информации через социальные сети. Это предполагает учет традиционных параметров

(аудитория, содержание и тематика), инновационных – применение гипертекста и мультимедийных средств, а также дополнительных и особых – трактовочно-комментарийного комплекса (опрос, комментарий, репост и др.).

Результаты и обсуждение

В настоящее время Республика Казахстан считается развивающейся страной с рыночной переходной экономикой. Население составляет более 19 млн человек. Поскольку в 1991 году страна обрела независимость, информационное пространство Казахстана перестало определяться советскими приоритетами в политике и экономике, вместе с чем перестала функционировать система СМИ, подчинявшихся ЦК КПСС и компартии КазССР. Как и другие постсоветские страны, Казахстан создает собственное информационное пространство и систему средств массовой коммуникации. Этот переход казахстанского информационного пространства из одного состояния в другое сопровождался на мировом уровне важнейшими процессами, которые во многом определили векторы развития в Казахстане: научно-технической революцией XX века, переходом от индустриального общества к постиндустриальной эпохе, развитием цифровизации и массовым внедрением Интернета и глобальным утверждением информационного общества. [9, с. 75]

О роли гибридных СМИ в казахстанском обществе свидетельствуют недавние события. Когда в январе 2022 года происходили массовые беспорядки, начавшиеся с протестов после резкого повышения цен на сжиженный газ и перехода на рыночные принципы ценообразования, а в стране было введено чрезвычайное положение, политические события стали поводом для блокировки интернета и многие социальные сети, интернет, сотовая связь оказались недоступны для населения. Компетентные органы мотивировали отключение интернета интересами антитеррористических действий и сохранения общественной безопасности. Однако в то непродолжительное время, когда интернет восстанавливал работу, как раз страницы новых медиа и их аккаунты в социальных сетях становились основными центрами, предоставлявшими новую информацию. Властями был предоставлен доступ к ограниченному числу СМИ: inform.kz, qazaqstan.kz, tengrinews.kz, 24.kz, baq.kz, baigenews.kz, stopfake.kz, на сайтах которых было предложено получать актуальную информацию, причем доступ к ним в мобильной связи осуществлялся без выхода в Интернет. Шатдаун интернета в Казахстане показал слабые точки и уязвимые места информационно-коммуникационной системы в ее правовом и техническом аспектах. Специалисты по защите прав человека отмечают, что при огромной популярности интернета, тотальное его отключение ограничивало право на доступ к информации. Информационная ситуация в Казахстане особенно показательна, потому что эта страна занимает ведущее место в Центральной Азии по уровню развития информационных цифровых технологий и интернета [3, с. 142].

Цифровизация многое преобразовала в стране, а как наиболее актуальный вопрос этой повестки власти рассматривают обеспечение интернетом всех казахстанских районов, особенно сел. Главный источник доходов в информационном пространстве Казахстана - реклама.

В Казахстане в центре внимания стоит подготовка профессиональных кадров для интернет-журналистики, развитие новых СМИ и сетевых медиа, реализация проектов в области мультимедийной журналистики, открытие соответствующих редакций при основных СМИ, развитие интернет-телевидения. Хотя вклад в информационное пространство сетевых изданий пока не очень значителен, тем не менее у популярных газет, журналов, телеканалов, радио появились собственные сайты. Медийные СМИ представлены в Казахстане информагентствами, сайтами традиционных СМИ, сетевыми изданиями, зарубежными СМИ, социальными и корпоративными медиа, официальными медиаресурсами правительства и местных органов власти. Из наиболее востребованных и перспективных можно представить следующие интернет-СМИ [6, с. 1075]:

- информационные агентства, направленные на агрегацию новостей: Международное информационное агентство «Казинформ», «Интерфакс-Казахстан», Tengri News, КазТАГ, Республика (информационно-аналитический портал), Informburo, 7News.kz, Nur.kz, NewTimes.kz, Kazakhstan Today, Zakon.kz, и др.;

- онлайн-версии традиционных СМИ, такие, как сайты телеканалов «Хабар 24», Qazaqstan, «Информбюро», 7 канал, сайты газет «Егемен Казахстан», «Казахстанская правда», «Комсомольская правда в Казахстане», «Аргументы и Факты Казахстан», «Деловой Казахстан», «Литер», «Время», «Наша газета», сайты радиостанций «Радио Азаттык», «Қазақстан-ZAMAN», «Шалкар», «Дала FM», «Казак радиосы» и т.д.;

- цифровые СМИ: egemen.kz, kazpravda.kz и др.;

- интернет-СМИ и сетевые издания – интернет-радио, интернет-ТВ (Qazaq radiosy, Авторadio, Бизнес FM, Народное радио, Радио Дача, Жулдыз FM, Радио Петро, Радио Шалкар, Русское радио, Тенгри FM, Europa Plus, Qazaqstan, Радио NS, Gakku FM, Love Radio, Первый канал Евразия, 31 канал, КТК, НТК, Astana TV, Седьмой канал, Ел арна, Хабар 24, Qazsport, Balapan, GalamTV, Abai tv и др.);

- иностранные интернет-СМИ – информационные агентства: Mail.ru, «Яндекс», ТАСС, «РИА Новости», Rambler, Lenta.ru, РБК, Euronews, BBC и др.;

- социальные СМИ (сайты гражданской журналистики, блоги, микроблоги и т. д.): vse.kz, blog.KZ и др.;

- корпоративные медиа, а также сайты, организованные по определенной теме: Rail-news.kz, «Казмунайгаз», SK News (Фонд «Самрук-Казына»), «Вестник Трансформации» Центра по трансформации бизнеса KEGOC; Sports.kz, Nur.kz, Krisha.kz, Olx.kz, Выберу.kz, и т.д.

- государственные сайты правительства и официальные акиматов городов Казахстана.

Кардинальные изменения в журналистике Казахстана, произошедшие за последние двадцать лет, появление цифровых технологий, искусственного интеллекта, социальных сетей и гибридных информационных технологий объясняют и оценивают с разных позиций по-разному. С одной стороны, в этом видят прогрессивный процесс, обусловленный демократизацией СМИ и общества в целом. С другой – в этом видят проблему, одну из целого ряда проблем, о которых в опросах сами журналисты говорят: «нас не читают, нам не верят, нас регулируют законы и самоцензура». Предположение о том, что с внедрением новых технологий жизнедеятельность общества и работа человека только приобретает положительные качества, становясь более комфортной и

приятной, не всегда подтверждается реальностью. Работники СМИ сегодня оказались в зоне еще большей напряженности, чем прежде, и объясняется это решающими институциональными и координационными переменами, вызванными современными технологиями. Журналистике нашего времени очень непросто успевать за переменчивыми тенденциями в обществе и информационном пространстве [12, с. 84].

В последние годы трендом развития стали социальные сети, позволяющие распространять информацию в соответствии с областью интересов и напрямую транслировать потребителю. Это делает социальные сети актуальными, всеохватывающими и динамичными. Они содержат все актуальное, требуемое, лично ориентированное - и это их основное преимущество. Персонализированность коммуникации, близость аудитории и наличие отклика, широкие возможности обратной связи – все это позитивно выделяет информацию соцсетей. Так, сейчас в них особое распространение получил такой способ подачи информации, как сторителлинг, донесение информации через живой, непосредственный рассказ, историю. Высокая эффективность этого метода – в непосредственности впечатления, его образности и межличностном характере коммуникации. Как правило, слушатели и зрители предпочитают увлекательные и поучительные истории. Что касается областей деятельности и тематики (современное искусство, новейшие гаджеты, компьютерные игры и лайфхаки, путешествия, кулинария, семейные истории и ролики из реальной жизни, видеодневник, влог и т.д.), они также часто представляют личные интересы подписчиков и формируют в соцсети своеобразные клубы по интересам [1, с. 94].

Приведем примеры достижения популярности в казахстанском сегменте YouTube. Среди самых популярных YouTube-каналов Казнета – Аминка Витаминка, Зёбра, Еда на любой вкус, Dimash Qudaibergen, Ekaterina Saibel, Пацанские истории. Саунд-продюсер и диджей Иманбек Зейкенов (Imanbek Musik) стал номинантом музыкальной премии «Грэмми» после того, как он создал ремикс на трек Roses, появившийся в чартах по всей Европе. Видеоклип набрал более ста миллионов просмотров [7, с. 8].

В современном информационном пространстве Республики Казахстан быстро развивается онлайн-журналистика.

О переменах в области массовой информации свидетельствует статистика. Так, в Казахстане на 20 декабря 2023 года зарегистрировано 4597 СМИ. Периодические печатные издания составляют 3432, телеканалы – 175, радио – 74. Зарегистрировано 395 информационных агентств и 256 зарубежных телеканалов. Сегмент интернет-СМИ представлен 660 каналами и 265 сетевыми изданиями, и он проявляет тенденцию активного развития. Среди факторов, которые сейчас влияют на деятельность медиапространства, называют приход в Казахстан различных операторов соцсетей, становление казахстанских коммуникационных фирм и создание новых телерадиоканалов [5, с. 262].

В то же время информационное пространство Казахстана показывает, что модернизация СМИ в отдельно взятой стране может быть эффективной, если при этом, особенно в условиях глобализации, при быстром развитии новых информационных технологий и новейших технических средств массовых коммуникаций, сохраняется общественная идентичность, культурная и национальная специфика.

Гибридные информационные технологии, которые также называют конвергентными или мультимедийными СМИ, обусловили изменения в составе и технике жанров современной казахстанской журналистики. Цифровизация и развитие Интернета приводят к интеграции разных жанров, которая усиливается применением разных методов подачи информации. Меняется содержание и объем передаваемого материала, форма его представления, трансформируются некоторые ставшие привычными текстовые структуры и формы. Конечно, в этом проявляются специфические свойства и возможности гибридных технологий, вносящих в тексты СМИ гипертекстуальные связи публикаций, онлайн-коммуникации, слияние нескольких каналов в единое целое [2, с. 18].

Среди новых жанров в современной журналистике, помимо уже рассмотренного сторителлинга, – дата-журналистика, фактчекинг, SMM, личный бренд. Дата-журналистика, или журналистика данных, – это работа с открытыми данными, их обработка и использование для создания нового материала. Журналистика данных предполагает способность на высоком уровне, с помощью цифровых программ, систематизировать и объяснять данные, обычно большого объема, из Интернета и других источников. Результатом такой работы становится информационный материал в различных, в том числе и в визуальных, формах.

К новым методам и жанрам, востребованность которых в современной журналистике только возрастает в связи с бурными политическими и социальными процессами, относится фактчекинг (от англ. fact checking «проверка фактов»). Он заключается в проверке подлинности фактических данных, которые даны в тексте и претендуют на соответствие реальности. Такой метод применяется в аналитических материалах и может осуществляться в разное время – до или после создания и распространения материала [8, с. 38].

Начиная с 2020 года, резко увеличилось количество фейков, вбрасываемых в информационное пространство. К примеру, фейк: «Казахстанцев травят химикатами с самолетов» и др. На использовании метода фактчекинга работает редакция канала Stopfake.kz, куда из разных регионов страны поступали сообщения о распыляющих вредные вещества самолетах. По результатам журналистского исследования редакция пришла к выводу о том, что фото и видео не имеют отношения к Казахстану, что это чаще всего конденсационные следы двигателей самолетов. В условиях роста количества и широкого распространения фейков фактчекинг стал неотделимым атрибутом журналистики последнего времени. Развитие фактчекинга в Казахстане только начинается, хотя перспективность этого направления интернет-журналистики проявляется уже сейчас [11, с. 112].

Гибридные информационные технологии оказывают влияние на информационное поле Казахстана в аспекте национальной безопасности. Существуют такие влиятельные силы, которые стараются изменить внутреннюю стабильную ситуацию в стране, применяя для этого гибридные информационные технологии. Примером этого послужили события 2020 года и январские события 2022 года [4, с. 85].

Глобализация, быстрое развитие информационного пространства, кризисы и ослабление государственных границ обусловили трансформацию способов разрешения межгосударственных разногласий и конфликтов. В современных политических

отношениях нередко используются комплексные методы экономического, информационного, политического и других невоенных способов давления, которые характеризуются как гибридные. В подобных условиях применяются гибридные информационные технологии. Цель применения таких технологий – социальная, основная задача – воздействовать на миропонимание граждан государства, против которого осуществляется агрессия. Так осуществлялись «цветные революции», в ходе которых информационные технологии использовались для одурманивания населения и манипуляций его протестными настроениями. В этом направлении эффективно действуют неконтролируемые платформы, интернет, осуществляющие тотальное и прицельное воздействие на сознание людей; социальные сети превращаются в идеологическое оружие. Обширное и все развивающееся информационное пространство позволяет изменить политическую и общественную ситуацию в стране за весьма короткое время. В обстановке подобных угроз государство стремится распространить свое влияние и контроль на информационное пространство, признавая отдельные СМИ экстремистскими и проводя точные политические и идеологические границы в медиасфере [10, с. 290].

Стараясь обезопасить страну от такого внешнеполитического негативного воздействия, государство также использует всемирные информационные сети. Однако информационное воздействие можно локализовать и ослабить в национальном информационном пространстве, но всецело погасить негативную для властей информацию в глобальном поле невозможно.

Выводы

Сейчас является дискуссионным вопрос о том, можно ли с полным правом при-числить гибридные информационные технологии к настоящим СМИ. В результате исследования многочисленных гибридных, сетевых технологий в Казахстане, многих социальных сетей, целей и направлений их работы, их роли в информационном пространстве можно утверждать, что гибридные информационные издания и каналы – полноценные СМИ, как и традиционные. У них есть общие функциональные признаки, хотя они различаются по техническим средствам и методам трансляции информации. Инновационные технологии будут развиваться, следовательно, будут формироваться новые гибридные технологии и СМИ. Поэтому важно понимать, что они собой представляют и к каким результатам может привести их использование.

Обеспечение информационной независимости и безопасности сейчас является ведущим направлением в государственной политике Казахстана. Стоит учитывать те процессы в информационном поле, на которые часто не распространяется внимание информационной политики, или те, которые недооцениваются сегодня как связанные с длительной перспективой. Именно они могут оказать значимое воздействие на общественные процессы в ближайшем будущем.

Вклад авторов:

Абдрасилов А.А. – разработка концепции исследования, сбор и анализ материалов, оформление текста статьи, переписка с редакцией.

Альжанова А.Б. – научное руководство, редактирование текста, методологическая поддержка, проверка соответствия академическим требованиям.

Список литературы

1. Галкина Т.В. Проблемы молодежных СМИ Казахстана. Вестник Казахского национального университета. Серия журналистики. – 2020. – Т. 55, № 1. – С. 86-96.
2. Иси́на Г. И. Религиозный дискурс в СМИ Казахстана: специфика и жанры. Spirit Time. – 2018. – № 8-2(8). – С. 17-19.
3. Оспанова У.А., Атанаева М. К., Булдыбаев Т. К., Акоева И. Г. Исследование информативных признаков публикаций в электронных СМИ с точки зрения населения Казахстана. Вестник Казахского государственного женского педагогического университета. – 2018. – № 3. – С. 139-147.
4. Калиаждарова Ш.И., Ашенова С.В. СМИ в новейшей истории независимого Казахстана: этапы развития и перспективы. Studia Culturae. – 2018. – № 38. – С. 77-90.
5. Муллоев Ш.Б., Панков В.В. Проблемы формирования общественного мнения через СМИ на примере событий в Республике Казахстан в январе 2022 года. Вестник Таджикского национального университета. Серия филологических наук. – 2022. – № 3. – С. 259-264.
6. Мурзагалиева Т. Сравнительный анализ медиаконтента российских и зарубежных электронных СМИ в контексте политической обстановки в Казахстане. Постсоветские исследования. – 2019. – Т. 2, № 3. – С. 1073-1077.
7. Шахбанова З.И., Ярметов З. Информационные технологии, их влияние на общество и его будущее. Экономика и управление: проблемы, решения. – 2019. – Т. 6, № 12. – С. 5-9.
8. Шлома Е.Г., Раисов Б.Ж., Туремуратов О.Ж. Влияние цифровых технологий на печатные СМИ в Казахстане. Студенческий форум. – 2021. – № 9(145). – С. 36-40.
9. Kakimbek G.U. Press on the information market of Kazakhstan and their access to the world arena. 3i: Intellect, Idea, Innovation - интеллект, идея, инновация. – 2018. – No. 3. – P. 71-77.
10. Martynenko E.V., Murzagalieva T. Cultural and political aspects of tv-propaganda in the media of Russia and Kazakhstan. Социология. – 2020. – No. 2. – P. 288-292.
11. Orazbekova Z.S., Kabdulova A.C. The role of the media in covering cultural relations between Kazakhstan and France. Herald of journalism. – 2020. – Vol. 55, No. 1. – P. 108-114.
12. Melnik S., Kaliazhdarova S. I., Kurmanbaeva A. A., Ashenova S. V. The evolution of electronic media of the Republic of Kazakhstan. Herald of journalism. – 2019. – Vol. 52, No. 2. – P. 79-89.

А.А. Абдрасилов, А.Б. Альжанова

ал-Фараби атындағы ҚазҰУ, Алматы, Қазақстан

Қазақстан интернет кеңістігіндегі ақпарат берудің гибриді технологиясы: синергия және қайшылықтар

Андатпа. Медиа дамуы желілік қоғамның қалыптасуына алып келді. Бұл қоғам ақпаратты жинақтау, өңдеу және тарату мүмкіндігін беретін ақпараттық-коммуникациялық

технологиялармен басқарылатын желілерге негізделген әлеуметтік құрылым. Бұл тек коммуникация форматтарының трансформациясымен шектелмей, бүкіл адамзат өмірінің метаморфозаларымен қатар жүреді. Осылайша, қоғамдағы субъектілер арасындағы жаңа өзара әрекеттесу формалары пайда болады. Онлайн медиа мен әлеуметтік желілердің дамуының арқасында азаматтық журналистика сияқты баламалы медианың қалыптасуы орын алуда, сонымен қатар қоғамдық басымдықтар мен адамдық құндылықтарды түсіну жүйесі өзгеруде. Интернеттің дамуы журналистикадағы түрлі жанрлар, форматтар мен әдістердің синтезіне және ақпаратты ұсынудың барлық мүмкін түрлерінің бірлескен жұмыс істеуіне әкелді. Біз жаңалықтарды тыңдаймыз, ақпаратты оқимыз немесе инфографиканы визуалды форматта қараймыз, таңғы немесе кешкі жаңалықтар шығарылымын күтпестен, соңғы мультимедиа ресурстары немесе интернет ресурстары арқылы жеткізілетін ақпаратты синхронды түрде тұтынамыз. Ақпараттың мазмұны, сипаты және іске асу формасы өзгерді, ал дәстүрлі мәтіндік формалар трансформацияға ұшырады. Қойылған мақсатқа жету үшін салыстырмалы талдау, жүйелі және құрылымдық-семиотикалық тәсілдер, контент пен дискурс талдау, сондай-ақ сараптамалық сауалнамалар әдістері қолданылды. Мақалада гибридік технологиялардың көрінісі ретінде әлеуметтік желілер, олардың ерекшеліктері мен қоғамдағы рөлі қарастырылды. Журналистік жанрлардың құрамы мен құрылымындағы өзгерістер анықталды. Гибридік ақпараттық технологиялар азаматтық қоғамның тиімді коммуникациялық ресурсы ретінде, сондай-ақ олардың қоғамдағы процестерге оң немесе теріс әсері тұрғысынан зерттелді.

Түйін сөздер: гибридік медиа, желілік медиа, журналистік материалдар, деректер журналистикасы, фактчекинг, ақпараттық саясат.

A.A. Abdrassilov, A.B. Alzhanova

Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

Hybrid technologies of information delivery in the Internet space of Kazakhstan: synergy and contradictions

Abstract. The evolution of the media resulted in the formation of a network society, a social structure that is based on networks controlled by information and communication technologies, which makes it possible to concentrate, process, and transmit information through network systems. This is accompanied not only by the transformation of communication formats, but also by the metamorphoses of the life of all humanity. Thus, new forms of interaction between subjects in society arise. Thanks to the development of online media and social networks, alternative media, such as citizen journalism, are being established, and the system and understanding of public priorities and human values are being transformed. The development of the Internet has led to a synthesis of various genres, formats and methods in journalism, and the general functioning of all possible types of information presentation. Now we listen to the news, read information, or view infographics in a visual format, not waiting for morning or evening news broadcasts, but synchronously consuming information that is delivered using the latest multimedia resources or Internet resources. The content, character, and form of the embodiment of information have changed, and traditional text forms have been transformed. The goal

led to the use of such methods as comparative analysis, systemic and structural-semiotic approaches, content and discourse analysis, as well as expert surveys. The article examines social networks as a manifestation of hybrid technologies, their features, and their role in society. Changes in the composition of journalistic genres and their structure are identified. Hybrid information technologies are studied as an effective communicative resource of civil society, as well as from the point of view of their positive or negative impact on processes in society.

Keywords: hybrid media, network media, journalistic materials, data journalism, fact-checking, information policy.

References

1. Galkina T. V. Problemy molodezhnykh SMI Kazakhstana [Problems of youth media in Kazakhstan]. Vestnik Kazakhskogo natsional'nogo universiteta. Seriya zhurnalistiki [Bulletin of Kazakh National University. Journalism Series]. 55(1). 86–96(2020). [in Russian]
2. Isina G. I. Religioznyy diskurs v SMI Kazakhstana: spetsifika i zhanry [Religious discourse in Kazakhstan's media: specifics and genres]. Spirit Time. 8-2(8). 17–19(2018). [in Russian]
3. Ospanova U. A., Atanaeva M. K., Buldybaev T. K., Akoeva I. G. Issledovanie informativnykh priznakov publikatsiy v elektronnykh SMI s tochki zreniya naseleniya Kazakhstana [Study of informative features of publications in electronic media from the perspective of Kazakhstan's population]. Vestnik Kazakhskogo gosudarstvennogo zhenskogo pedagogicheskogo universiteta [Bulletin of Kazakh State Women's Pedagogical University]. 3. 139–147(2018). [in Russian]
4. Kaliashdarova Sh. I., Ashenova S. V. SMI v noveyshey istorii nezavisimogo Kazakhstana: etapy razvitiya i perspektivy [Mass media in the modern history of independent Kazakhstan: stages of development and prospects]. Studia Culturae. 38. 77–90(2018). [in Russian]
5. Mulloev Sh. B., Pankov V. V. Problemy formirovaniya obshchestvennogo mneniya cherez SMI na primere sobytii v Respublike Kazakhstan v yanvare 2022 goda [Problems of shaping public opinion through the media: Case of the January 2022 events in Kazakhstan]. Vestnik Tadzhikskogo natsional'nogo universiteta. Seriya filologicheskikh nauk [Bulletin of Tajik National University. Series of Philology]. 3. 259–264(2022). [in Russian]
6. Murzagalieva T. Sravnitel'nyy analiz mediakontenta rossiyskikh i zarubezhnykh elektronnykh SMI v kontekste politicheskoy obstanovki v Kazakhstane [Comparative analysis of Russian and foreign electronic media content in the context of Kazakhstan's political situation]. Postsovetskie issledovaniya [Post-Soviet Studies]. 2. 1073–1077(2019). [in Russian]
7. Shakhbanova Z. I., Yarmetov Z. Informatsionnye tekhnologii, ikh vliyanie na obshchestvo i ego budushchee [Information technologies, their impact on society and its future]. Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya [Economics and Management: Problems, Solutions]. 6. 5–9(2019). [in Russian]
8. Shloma E. G., Raisov B. Zh., Turemuratov O. Zh. Vliyanie tsifrovyykh tekhnologiy na pechatnye SMI v Kazakhstane [The impact of digital technologies on print media in Kazakhstan]. Studencheskiy forum [Student Forum]. 9(145). 36–40(2021). [in Russian]
9. Kakimbek G. U. Press on the information market of Kazakhstan and their access to the world arena. 3i: Intellect, Idea, Innovation – intellekt, ideya, innovatsiya. 3. 71–77(2018). [in English]
10. Martynenko E. V., Murzagalieva T. Cultural and political aspects of tv-propaganda in the media of Russia and Kazakhstan. Sotsiologiya [Sociology]. 2. 288–292(2020). [in English]

11. Orazbekova Z. S., Kabdulova A. S. The role of the media in covering cultural relations between Kazakhstan and France. Herald of journalism. 55. 108–114(2020). [in English]
12. Melnik G. S., Kaliashdarova S. I., Kurmanbaeva A. A., Ashenova S. V. The evolution of electronic media of the Republic of Kazakhstan. Herald of journalism. 52. 79–89(2019). [in English]

Сведения об авторах:

Альжанова А.Б. – кандидат филологических наук, факультет журналистики КазНУ им. аль-Фараби, пр. аль-Фараби, 71, Алматы, Казахстан.

Абдрасилов А.А. – докторант 3 курса КазНУ имени аль-Фараби, факультет журналистики, пр. аль-Фараби, 71, Алматы, Казахстан.

Information about the authors:

Alzhanova A.B. – Candidate of Philological Sciences, Faculty of Journalism at the Al-Farabi Kazakh National University, Al-Farabi Ave., 71, Almaty, Kazakhstan.

Abdrassilov A.A. – 3rd-year doctoral student, Faculty of Journalism, Al-Farabi Kazakh National University, Al-Farabi Avenue, 71, Almaty, Kazakhstan.



МРНТИ19.01.11

Научная статья

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-151-2-145-161>

Современные виртуальные риторы: синтез традиционных и новых практик

Л.И. Мухамадиева^{*ID}, Г.Ж. Ибраева^{ID}, К.А. Ауесбай^{ID}

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан

(E-mail: *Larissa_2300@mail.ru, Galiya.Ibrayeva@gmail.com, Kanat.Auyesbay@kaznu.edu.kz)

Аннотация. В статье исследуются языково-стилистические приемы современных «цифровых» ораторов: блогеров, подкастеров, насколько отличаются они от наработок традиционной риторики. Эмпирической базой исследования стали более 50-ти видеоматериалов платформы YouTube.com на трех языках – казахском, русском, английском, что позволило провести сравнительный анализ стилистических и языковых приемов блогосферы. Методы исследования: наблюдение, сравнение, контент-анализ, эксперимент. В результате было выявлено, что риторы-ораторы выделяются своим лаконичным слогом, просветительской направленностью сообщений, использованием «либеральной» лексики, упрощенного синтаксиса. Доказано, что существует прогрессивная зависимость частоты использования стилистических приемов от количества подписчиков. Определено, что современными риториками используется «интернет-стиль», в античности его бы отнесли к низкому или обыденному стилю. Выявлены основные алгоритмы паттернов развития стилистических подходов к речи в цифровых медиа: стремление к краткости, метафоричности идей, вовлечению языковых техник коммуникации, которые не имеют этнических преимуществ.

Ключевые слова: стилистика, цифровые технологии, риторика, блогосфера, медийная коммуникация, Казахстан

Введение

К началу XXI века произошли кардинальные изменения в языке и стиле устной речи. Разговорность явно превалирует над книжностью. Связано это с общественными изменениями, а также с внутри языковыми процессами, что привело в целом к упрощению языка. Авторы цифровой среды свободно смешивают различные функциональные стили и активно «либерализируют» язык. Особенно наглядно эти процессы происходят в онлайн-среде, блогосфере.

Поступила: 3.05.2025; Принята: 21.05.2025; Доступна онлайн: 28.06.2025

На этом фоне актуальным становится изучение подходов к выбору языковых и стилистических средств блогерами, участниками цифровой коммуникации, формирующими коммуникацию через аудио- и визуальные источники, в соответствии с концепцией «пяти» экранов [1], формируя новые языковые правила и способы общения.

История блогерства в Казахстане

Первые блоги с началом цифровизации стартуют по всему миру. В Казахстане любительские блоги зарождаются в 2004 году [2]. Только к 2010 году оформляются блоги по направлениям, которые можно классифицировать следующим образом: общественно-политические (лидеры общественного мнения), производители лайф-стайл-контента (истории успеха), отраслевые блоги: кулинарные, медицинские, музыкальные, автомобильные и др.

По данным Комитета государственных доходов [3], в Казахстане в 2025 году насчитывается 745 блогеров (инфлюенсеров), зарегистрированных и имеющих более 20 тысяч подписчиков в социальных сетях. Эти данные подтверждают экономическую значимость сектора. Рекламное агентство TheInsider назвало самых популярных блогеров Казахстана, которые также попали в сферу данного исследования [4].

Население Казахстана составляет около 20 млн человек, Интернетом охвачено на начало 2024 года 18,9 млн человек или 92,3% от всей численности населения страны, подтверждает источник Datareportal [5]. Социальными сетями активно пользовалось 14 млн казахстанцев, это на 3,7 млн человек больше, чем в начале 2023 года.

Таким образом, деятельность блогеров в цифровом поле страны активная, охватывает как социальные сети, мессенджеры, подкасты, аудиоисточники информации и коммуникации. Если часть блогеров действует самостоятельно, полагаясь на свой финансовый и творческий потенциал, то значительная часть поддерживается меценатами, а также государством, чтобы продвигать идеи построения «нового» Казахстана.

Цель исследования: провести анализ языково-стилистических практик современных риториков: блогеров как авторов публичных выступлений на онлайн-площадках, охватывающих информационное поле Казахстана.

Задачи исследования

1. Изучить с точки зрения использования образных стилистических средств лексику и синтаксис создателей контента в сети на казахском, русском и английском языках.
2. Выявить наиболее эффективные традиционные и современные приемы речевой лексики, влияющие на выбор целевой аудитории.
3. Рассмотреть аспекты взаимодействия виртуального оратора и аудитории через язык и стиль.

Методология исследования

В работе использованы методы: наблюдение, сравнение, контент-анализ, эксперимент.

Для сравнительного анализа использования языка и стиля были выбраны следующие параметры: метафора, ирония, параллелизм, риторические вопросы, гиперболы, повторение, аллитерация, инверсия, триада, эпитеты, контрасты и противоположности,

Эллипсис и асиндетон. Эти показатели были скоррелированы путем количественно-качественного анализа содержания каждого материала эмпирической базы. Это позволило составить выборку более 50-ти популярных видео на YouTube и TikTok на разные темы; провести сравнительный анализ; классифицировать риторические приемы, как метафоры, гиперболы и литоты, сравнения, параллелизм, аллитерации, инверсии; измерить частоту их использования и соотношение различных типов приемов; оценить зависимость между количеством риторических приемов и вовлеченностью аудитории, как лайки, комментарии, репосты.

Важность ораторской речи в коммуникации

Ораторская речь, убедительная аргументация с помощью красивой речи высоко ценились в Древней Греции и Риме и подпитывались идеями философов, риторов и эстетов, как Марк Туллий Цицерон [6], Аристотель [7]. В этот период закладываются основы понимания языка и стиля как навыка говорения и философского понятия.

В век новых технологий каждый почувствовал потребность в выражении своих идей, поэтому возникла важная тема, как виртуальная среда влияет на речевую культуру зарубежных и казахстанских пользователей новых медиа, какие языково-стилистические приемы используют современные риторы.

В Казахстане навыки владения искусной речью были всегда востребованы и выражались через творчество жырау и мастерство состязающихся в айтысе. Восточные философы аль-Фараби, аль-Бируни были хорошо знакомы с работами Аристотеля, Цицерона, Квинтилиана и отразили это в своих трактатах, развили данные учения, учитывая витиеватость и склонность к эвфемизмам восточных ораторов [8].

В своей книге «Взгляды жителей города достойных» Абу Наср аль-Фараби высказывает такую мысль: «Нет ни одного живого существа совершеннее того, кто владеет речью и понятием» [9].

В работе «Теория словесности» казахский просветитель А. Байтурсинов рассматривает наряду с печатным искусство публичного слова [11].

Стилистика – язык в действии, язык как инструмент. Такое определение наиболее точно характеризует стилистику, стилистическое в языке. Это язык и стиль с точки зрения употребления, узуса.

Ораторская речь в цифровой среде

Современные ученые-стилисты активно исследуют язык и стиль цифровых медиа, блогеров. К примеру, Л.А. Горшкова рассматривает манипулятивную траекторию новых медиа, в частности, видеоплощадки YouTube. Как считает исследователь, основная цель блогеров данной платформы – убедить в своей правоте. «Автор YouTube-канала, стремясь увеличить количество подписчиков, привлечь больше зрителей к просмотру нового ролика, старается заинтересовать аудиторию разнообразными способами, один из которых – это использование стилистических приемов [12]».

Работа Мартина Соли «Стилистика и профессиональный дискурс» посвящена анализу стилистики профессионального дискурса, с акцентом на цифровые тексты. Автор рассматривает, как знание стилистики может стать ключом к надлежащему и приемлемому использованию языка, обеспечивая успешное общение и потенциальное членство в профессиональных сообществах.

Качественный анализ дискурса блогов через призму конструирования идентичности и нарративов (на примере британского тревел-блогинга) изучают авторы коллективной монографии: «Дискурс-анализ в блогах...» [13]. Авторы изучают язык и риторические функции блогов как контекст социального взаимодействия, также отмечают, что полный языково-стилистический потенциал блогов еще предстоит реализовать, поскольку в эмпирическом анализе их использования преобладают количественные исследования. Существует фундаментальный пробел в исследованиях в диапазоне методов, принятых исследователями, которые рассматривают ограниченное число блогов в качестве источника ценной информации.

Исследование Джона Бенджамина [14] касается языковых стратегий власти в блогах (директивный язык, управление комментариями). Ученые Урсула Лутски и ЭндриКехое разбирают блоги с точки зрения использования авторами ненормативной лексики, что немаловажно для уточнения фильтров такого рода лексики на платформе [15].

Результаты исследования

Качественные методы, как контент-анализ или анализ текстов на предмет выявления характерных элементов языка и стиля, нацелены на понимание лексики, связанных с использованием нериторических приемов, в также для проведения дискурс-анализа. Это изучение контекста, в котором используется язык, его воздействие на аудиторию. Сравнительный анализ многоязыковых источников позволяет сопоставлять стили разных авторов, выявлять их общие черты и отличия.

Количественный метод позволил применить статистический анализ, качественное измерение частотности использования определенных языковых средств и метафор, например, сравнений, эпитетов, риторических фигур.

Эмпирической базой исследования стали примеры блогерской среды – более 50-ти видео на самой популярной видеоплатформе www.YouTube.com.

Обнаружена прогрессивная зависимость частоты использования стилистических приемов от количества подписчиков. Чем выше число подписчиков, тем разнообразнее языковые и стилистические приемы блогеров. Отмечаются как более впечатляющие аудиторию изобразительно-выразительные средства (ирония, сленг, гиперболы), используемые авторами для повышения влияния материала на просмотры, комментарии, лайки и количество подписчиков.

Создание параметров анализа таких средств, как метафора, ирония, параллелизм, риторические вопросы, гиперболы, повторение, аллитерация, инверсия, триада, эпитеты, контрасты и противоположности, эллипсис и асиндетон, позволило создать идентичные параметры анализа разноязычных материалов.

Выбранные параметры позволили понять, как корректируется и адаптируется содержательная структура материала в соответствии с ожиданиями и предпочтениями аудитории. Были выявлены механизмы дискурса использования словесно-стилистических оборотов, фигуры речи для привлечения внимания и формирования позитивного отклика. Также в фокус исследования попали данные по количеству подписчиков

блогеров. Анализ показал, что наиболее популярные и авторитетные спикеры-блогеры, специализирующиеся на живых выступлениях под видеозапись, как правило, знакомы с основами ораторского искусства или пытаются освоить эффективные речевые практики.

Стиль – это также специфика, манера речи ведущих блогов и каналы. Однако проведенное исследование показало, что пути и инструменты, которыми они пользуются, часто отличаются.

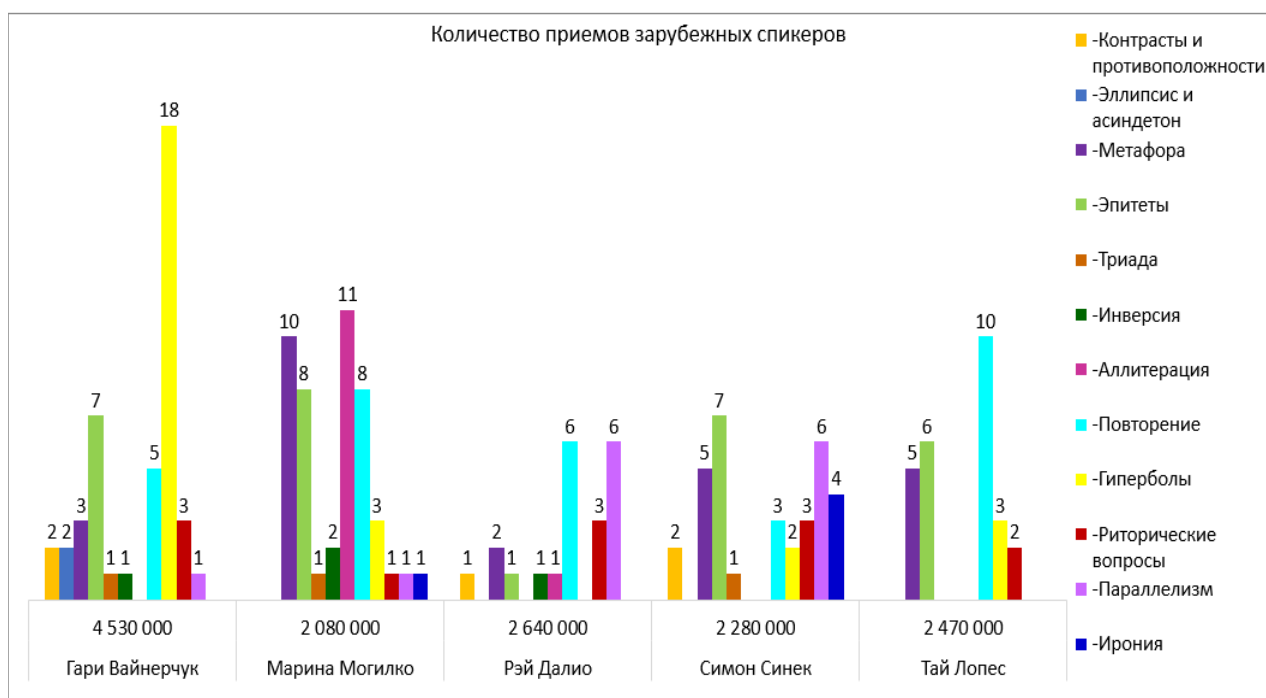
К примеру, классическая риторика автора делала акцент на последовательном аргументированном тексте (начало, основная часть, заключение). Современная риторика цифровых медиа акцентирует внимание на персонализированном, фрагментарном тексте для разных платформ, визуальном ряде, видеоконтенте, лайках, репостах, комментариях пользователей социальных сетей (интерактивности).

Кроме указанных параметров, исследователи выбрали такие критерии, как количество подписчиков/просмотров, использование ведущими блогов стилистических приемов, а также жанры, информационные, развлекательные, образовательные.

Влияние стилистики и типа контента на речь казахстанских блогеров Табл. 1

	Имя	Количество подписчиков	Параметры											
			Метафора	Ирония	Параллелизм	Риторические вопросы	Гиперболы	Повторение	Аллитерация	Инверсия	Триада	Эпитеты	Контрасты и противуположности	Эллипсис и асиндетон
1	Симон Синек	155 000	2		2	1	4	3		1	4	7	3	
2	РэйДалио	17800		2	1	3	7	2				4		
3	Тай Лопес	10300	7	3	6	4	3	4	2		2	11	4	3
4	Марина Могилко	12300	6	3	5	4	3	3	3	4	1	4	2	2
5	Гари Вайнерчук	22300	5	5	8	4	6	5	1	4	2	4	5	4

Диаграмма № 1: Количество приемов зарубежных спикеров



На примере диаграммы № 1 можно увидеть, как требования платформы (короткие видеоролики, выполнение условий Соглашения и принципов сообщества), стилистика и тип контента влияют на речь зарубежных блогеров. Так, авторы анализируемых блогов Марина Могилко (тип контента: образовательный, просветительский, 2 080 000 подписчиков), Симон Синек – 2 280 000 подписчиков (тип: психологический коуч-контент) и Тай Лопес – 2 470 000 подписчиков (тип: лайфстайл-контент) в своем арсенале для улучшения психологического взаимодействия с аудиторией используют различные стилистические приемы: гиперболы, иронию, аллитерацию, сленг, инверсию, метафоры, повторы. Наиболее часто использует метафоры, эпитеты, сленг, инверсию, фразеологизмы Марина Могилко. Самые яркие примеры из просмотренных видео данного автора, которого в комментариях называют тоже образно «ходячей мотивацией»: «Невероятная страна. Настроен пахать. Каждый день – праздник! Идти в другие форматы. Давать энергию в мир. Днище по состоянию. Форсила себя я что-то делать. Заходящие ролики. Бесячие начальники. Рубить с плеча». «Стартап умер. Большой день. Жизнь бежит, несется. Нетворкаю в Америке как ужаленная», «Стоим насмерть в пробке. Проворачиваем сумасшедшие вещи. На другом конце света. Чисто пожрать приехали» [16]. Тай Лопес выбирает образные сравнения: «Школа – это искусственный пузырь. Хочешь зарабатывать деньги – добро пожаловать в реальный мир!», «Пепел символизирует небытие». «Это как две стороны медали. Такая ловушка – жалеть себя» [17]. Гари Вайнерчук, предприниматель, писатель часто использует гиперболы: «Мы ни черта не делаем. Эта вещь номер один для меня. Полностью отключить осуждение. Самая огромная ошибка в мире. Мы чертовски сильны!» [18]. «Наилучший 5-летний период в

вашей жизни. Это беспонтовая тухлая игра. Нереально тяжело. Каждый чертов день. Ты в сто раз счастливее других», «Стараюсь использовать максимально. Я невероятно благодарен. Я задыхаюсь от всякой ерунды. Я очень серьезен к вниманию людей. Мне безумно нравятся люди» [18,1]. Метафоры и иронию как действенные стилистические приемы применяет Симон Синек: «Если все просыпаются с 5 монетами, то интроверты отдают все монеты за день, а экстраверты получают еще 5 монет и в конце дня, поэтому я хожу на вечеринки с экстравертами» [19]. Метод иронии в выступлениях Симона Синека: «Люди ведут свои социальные сети, но это не значит, что это их настоящая жизнь; Иногда я проверяю рейтинг своих книг на Амазоне, чтобы проверить, что у меня еще есть работа; В рейтингах был один автор, которого я и уважаю, и ненавижу, я проверял только наши с ним рейтинги больше никого, только наши». Пример риторического вопроса: «Я больше горжусь тем, что у меня хорошо получается, а не думаю, что я должен быть хорош во всем, в чем хорош он, может быть это так?» [19,1]. Риторические вопросы для вовлечения в дискуссию активно использует и Гари Вайнерчук (4 530 000 подписчиков): «Вы знаете почему так? Угадайте, что будет?» [18,2]. Симон Синек часто использует параллелизмы: «Почему один человек лидер, а другой тихоня». Сравнивает людей, сравнивает рейтинги книг, дает параллельные примеры отрицательной и положительной обратной связи для структурирования и ритмичности речи. Рэй Далио не стремится к тесному сближению, манипуляциям для привлечения внимания аудитории, меньше обращается к образной стилистике, вопросам для обсуждения, речь более серьезная, аналитическая. прагматическая. Пример: «Путешествие – это как подниматься в гору. Вопрос в том, как вы можете понять, как зарабатывать от 2 до 300 долларов день? Куда вы действительно стремитесь? Это слабости, которые у вас есть, или это как-то связано с другими людьми?» [Далио, 2024]. Рэй Далио имеет меньшую аудиторию (2 640 000 подписчиков), выбрал сдержанную риторическую стратегию, нацеленную на логику и донесение информации, а не на эмоции. Среди блогеров, использующих разнообразные стилистические приемы, выделяется Марина Могилко (широкий круг аудитории, в том числе молодежь, которой нравится динамическая речь, сленг, простота и смелость ведущей): «Намарафетились. Чтобы вы понимали. Компрессить. Постить. Америка про деньги. Вау! Нетворкаю. Конфа. Редачат фотки. Мне кранты» [17,1].

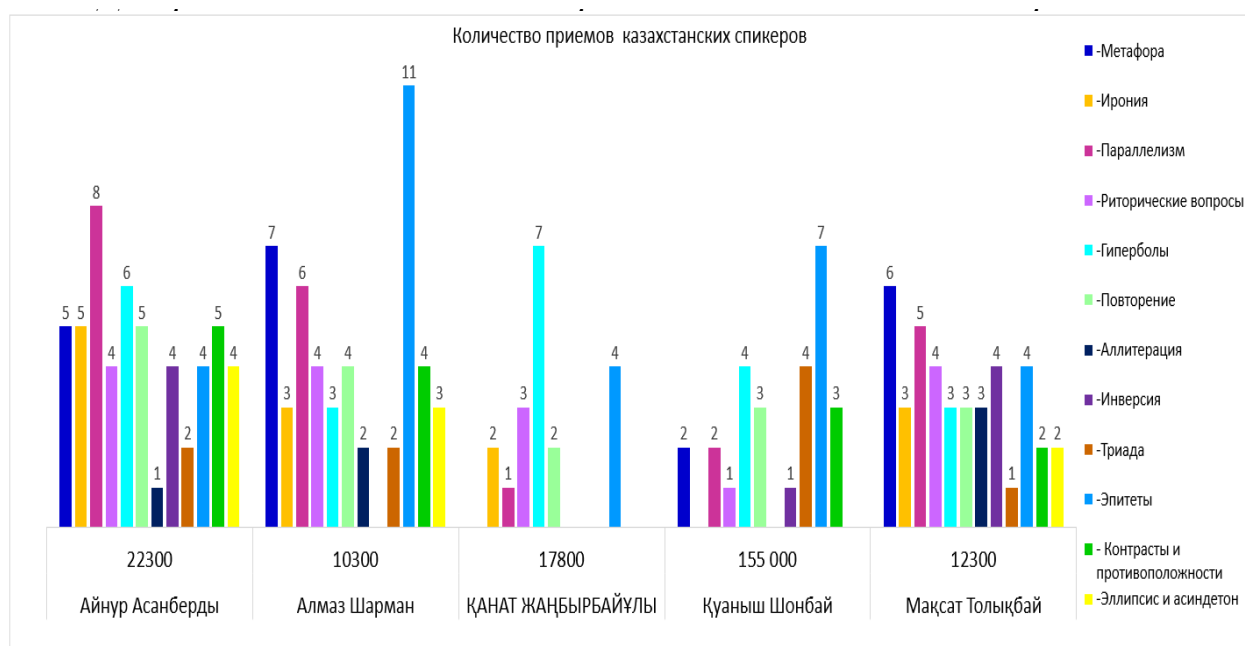
В целом прослеживается тенденция: больше подписчиков у тех авторов, которые активнее используют стилистические методы воздействия, «играют словами», создают просторечные окказиональные глаголы: редачат, нетворкаю, постила и др.

В итоге мы видим, что процент использования стилистических приемов напрямую влияет на количество подписчиков, фиксируется устойчивая связь между стилем ведущего и вовлеченностью аудитории. Блоги англоязычных авторов отличаются акцентами английского (американский вариант, чаще всего используемый блогерами, в том числе в нашем анализе, ближе к народу, британский для элиты). Казахстан

Влияние стилистики и типа контента на речь казахстанских блогеров Табл. 1

	Имя	Количество подписчиков	Параметры											
			Метафора	Ирония	Параллелизм	Риторические вопросы	Гиперболы	Повторение	Аллитерация	Инверсия	Триада	Эпитеты	Контрасты и противоположности	Эллипсис и асиндетон
1	Қуаныш Шонбай	155 000	2		2	1	4	3		1	4	7	3	
2	Қанат Жанбырбайұлы	17800		2	1	3	7	2				4		
3	Алмаз Шарман	10300	7	3	6	4	3	4	2		2	11	4	3
4	Мақсат Толықбай	12300	6	3	5	4	3	3	3	4	1	4	2	2
5	Айнур Асанберды	22300	5	5	8	4	6	5	1	4	2	4	5	4

Диаграмма № 2 Количество приемов казахстанских спикеров



На примере диаграммы № 2 можно увидеть, как стилистика и тип контента влияют на речь казахстанских блогеров. Как выстраивается риторическая стратегия выступающего. При анализе выступлений выяснилось, что образная лексика, количество использованных стилистических приёмов не всегда вызывают увеличение количества подписчиков. Например: Куаныш Шонбай (155 000 подписчиков), казахский гуру нейромаркетинга и успешности, своим примером воодушевляет своих подписчиков, соответствует классическим представлениям о прямой зависимости между яркой, образной стилистикой спикера и большой аудиторией. Блогер в своих выступлениях довольно активно использует стилистические приемы: метафоры, эпитеты (Сравнивает нишу продаж с листом в клетку. Ты забываешь, что мяч у тебя [20], гиперболы (Ты наилучший, ты наихудший), повторения (Еще один пример. Помни это правило. В чем мотивация? [20,2], триады (Один день, одна неделя, один месяц) [20,1]. Метафоры выразительны и вызывают интерес, помогают воспринять абстрактные понятия; гиперболы и повторы усиливают сказанное, придают ритм речи, с их помощью лучше запоминается информация. Напротив, Қанат Жаңбырбайұлы, блогер-эксперт (контент о психологии, здоровье, нейрофизиологии) собирает свою аудиторию, благодаря логике, ясности и четкости информации (17 800 подписчиков), меньше обращается к образным средствам, склонен к прямолинейному изложению материала, однако в его выступлениях много риторических вопросов, что способствует интерактивности и дискуссионности в общении с аудиторией. Примеры: всё меня спрашивают, как я в день 2-3 раза снимаю видео? [21]. Зачем нам это? Кто в этом заинтересован? Что не так? [21,1]. Алмаз Шарман – профессор медицины (10 300 подписчиков) – метафоры (Вирусы не дремлют. Рак умеет маскироваться. Агрессивные меры, АЛМАЗные советы) – [22], ирония (Хотя мы думали, что победили свои инфекционные болезни..., Среднестатистическая женщина была бы только счастлива... похудела на 4–5 килограммов) – [22,1], параллелизм (Огромный прогресс достигнут в таких областях, как ортопедия, вспомогательные репродуктивные технологии, лечение сосудистых и других нарушений мозга, генная терапия редких заболеваний) [22,2], эпитеты (Бешенный прогресс. Передовая информация. Тревожный сигнал. Глубокий сон), его речь многослойная, эмоционально насыщенная из-за обилия метафор, параллелизма. Использует контрасты и противоположности: Разрушающий или деструктивный подход противопоставлен «конструктивной медицине.» Маски обеспечивают защиту, но не блокируют проникновение аэрозолей. Мақсат Толықбай – политический деятель, журналист (12 300 подписчиков) - метафоры (Пристегивайте ремни, отвезу потряхивая. Любят ездить по ушам. Сначала говорит закон [23], риторические вопросы (Как получить кредит до 20 миллионов тенге под 6% для начала бизнеса. Кто-то знает?), параллелизм (Если не сдержит слово, не выполнит обещание) - [23,1], эпитеты (Напрасные усилия. Невидимые маски. Потерянные гранты) - [23,1], оптимизированный набор стилистических приемов, что способствует донесению своих мыслей в доступной форме. Айнура Асанберды (тележурналист, психолог, логотерапевт) отличается легким, ироничным подходом к освещению событий (22 300 подписчиков) – метафоры (Ленивая келинка. Одежда со вкусом. Дети – мое богатство!), ирония (У нас, у казахов так же: пусть ребенок бухгалтером будет... Мы казахи, всегда с одеялами ходим) -

[25], параллелизм и риторические вопросы (Какой самый дешевый, какой самый дорогой? Вы все обижены на психологов? Можно начать бизнес с нуля? Догадались, откуда все мои костюмы? [25,1], гиперболы, сравнения, параллелизм (Дней, когда зарплаты не хватало, было предостаточно. Я не собираю вещи, я собираю друзей [25,2], создает динамичный и выразительный контент. Прием параллелизма придает речи блогера плавность и гармонию, что способствует полноценному восприятию передаваемого сообщения.

Таким образом, совокупность стилистических приёмов в речи казахстанских блогеров говорит о желании создать динамичный и эмоциональный посыл для привлечения и удерживания внимания аудитории в условиях современной информационной перегруженности.

Использование стилистических средств языка, риторическая стратегия, выбранная зарубежными и казахстанскими блогерами, обусловлены не только их личными, вкусовыми пристрастиями, а целью и типом контента, аудиторией страны, предпочитающей быструю и полезную информацию в доступной форме.

Результаты проведенного анализа говорят о том, что стилистика по-прежнему – актуальный инструмент для создания эмоционально и интеллектуально насыщенной речи. выработки риторической стратегии под аудиторию, интересующуюся определенным контентом. Новая риторика относится к так называемому интернет-стилю, который уверенно входит в систему языка [26], она более адресная, охватывает большую аудиторию, использует видео, мемы, инфографику, мгновенную обратную связь.

Некоторые рекомендации для медиаспециалистов по выбору языково-стилистических средств:

- соблюдать последовательность в изложении мысли;
- избегать длинных рассуждений, письменных форм выражения;
- использовать образные средства: эпитеты, метафоры, иронию, ассоциации...;
- выработать свой стиль подачи информации;
- актуально, как и прежде: хорошо говорит и пишет тот, кто хорошо думает!

Заключение

Цифровая среда стала частью жизни современного общества. Каждый член социума может высказать свое мнение, пользуясь современными технологиями для взаимодействия и общения: различные платформы и площадки: цифровые технологии, онлайн-образование, социальные сети. Однако по-прежнему одни авторы постов, видеороликов и подкастов успешнее, другие слабее. Как показывает проведенный анализ публичных выступлений, причины все те же, что и во времена античности. Это либо умение донести свою идею через язык и стиль обращения, или наоборот, трудности с выражением своих мыслей, неумелым использованием образных ресурсов языка. Казалось бы, секреты просты: выигрывают в сражении за читателей, зрителей, слушателей те, кто не игнорирует аудиторию, говорит ясно и кратко, в целом подготовлен в языковом и стилистическом плане. Однако за внешней простотой скрываются сложные механизмы создания, восприятия и воздействия речевого сообщения на аудиторию.

Принципы ораторской речи Древней Греции и Рима, а также казахской Степи повлияли на всю последующую деятельность в области устных выступлений, науки красноречия, выбора стиля. Сравнивая классические теории стиля и современные подходы, можно сказать, что риторы всегда классифицировали и использовали стили по степени важности, последовательности и качеству доказательности тезисов.

Современные теории отказываются от иерархического подхода, исследуют стиль как многослойное явление с акцентом на устную речь, сиюминутность. Риторика современных медиа фокусируется на персонализированном, фрагментарном тексте для разных платформ, визуальном ряде, видеоконтенте, лайках, репостах, комментариях пользователей социальных сетей (интерактивности). Это развитие отражает изменения в восприятии роли языка, стиля и коммуникации в обществе, а также разнообразие речевых практик.

Проведенное исследование показало, что традиционные теории стилистики адаптируются под виртуальные медиа; современные успешные риторы: блогеры и медиаспециалисты сформировали свой стиль, благодаря творческой идее, полезности и элементам новизны, интересной, порой драматичной подаче своего контента, использованию образных средств.

Исследование подтверждает, что выбор платформы, стремление к краткости, стилистическая подготовка оратора, умение использовать метафоры, популярные сленговые выражения, слова-крючки... влияют на эффективное восприятие речевого обращения в медиaprостранстве, порой являются единственным источником языковой грамотности и адаптации к новым условиям. Данные исследования актуальны для развития медиадискурса и понимания того, какие стилистические особенности будут популярны в будущем. Научная работа – начало большого исследования, медиа- и блогосфера в условиях цифровизации быстро эволюционируют и требуют дальнейшего изучения по периодам и трендам.

Вклад авторов:

Мухамадиева Л.И. – основной автор, сформировавший основную идею статьи и способствовавший ее формализации, утвердила окончательный вариант статьи для публикации.

Ибраева Г.Ж. – собрала и проанализировала результаты исследований.

Ауесбай К.А. – критический рецензент написания текста и содержания статьи.

Список литературы

1. Антонов В.П. К вопросу о формировании нового функционального стиля в системе стилей русского языка. Функциональные стили и речевые жанры. В.П. Антонов, Е.В. Вересовая. Язык, культура, коммуникация: аспекты взаимодействия: научно-методический бюллетень. Вып. 1 (ХГУ им. Н.Ф. Катанова. Институт филологии. Лаборатория лингвокультурологической коммуникации); отв. ред. И. В. Пекарская. – Абакан: Изд-во ХГУ. – 2003. – С. 7-16.
2. Аристотель (384-322 до н. э.). Поэтика. Риторика. Аристотель; [Вступ. ст. и коммент. С.Ю. Трохачева; Пер. с греч. В. Аппельрота, Н. Платоновой]. – СПб.: Азбука, 2000. – 346 с.

3. Бегматов Э.А., Исламов У. Х. Аль-Фараби о языке и культуре речи. Вестник Челябинского государственного университета. Политические науки. Востоковедение. – 2012. – № 12 (266). – С. 110-113.
4. Байтурсынов А. Әдебиет танытқыш. (1926), с. 232. В кн.: А. Байтурсынов. Сочинения. Составители: Шарипов А., Даутов С. – Алматы: Жазушы, 1989. – С. 137-305.
5. Горшкова Л. А. Коммуникативные особенности социального медиа Youtube в современном информационном пространстве. Медиасреда. – 2020. – № 2. – С. 94-100.
6. Аскарбеков Е. Первый блог Казахстана. [Электронный ресурс] URL: <http://www.blog.kz/>, Afftor.kz Ресурс: <http://www.blog.kz/> (дата обращения: 02.03.2023).
7. Костомаров В.Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. – М.: Гардарики, 2005. – 287 с.
8. Марк Туллий Цицерон. Три трактата об ораторском искусстве. Под редакцией М.Л. Гаспарова. – Москва: Наука, 1972. – С. 4-73
9. Мультимедийная журналистика: ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 413 с.
10. Тавалдиева Г. Н. Взгляды восточных мыслителей о культуре речи. Общественные и гуманитарные науки: материалы докладов 84-й научно-технической конференции, посвященной 90-летию юбилею БГТУ и Дню белорусской науки (с международным участием), Минск, 03-14 февраля 2020 г. – Минск: БГТУ, 2020. – С. 175-177.
11. 715 млн тенге доходов: сколько блогеров в Казахстане. [Электронный ресурс] URL: <https://ulysmidia.kz/news/37383-715-mln-tenge-dokhodov-skolko-bloggerov-platiat-nalogi-i-skolko-ukloniaiutsia-v-kazakhstane/> (дата обращения: 02.03.2023).
12. The Insider назвал самых популярных блогеров Казахстана. [Электронный ресурс] URL: <https://tribune.kz/the-insider-nazval-samyh-populyarnyh-bloggerov-kazahstana/> (дата обращения: 02.03.2023).
13. Digital Data reportal 2024: Kazakhstan. [Электронный ресурс] URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-kazakhstan> (дата обращения: 02.03.2023).
14. The Stylistics of Professional Discourse Edinburgh University Press. The Stylistics of Professional Discourse. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2015. 232 p.
15. Discourse Analysis of Blogs: Analyzing Language to Maximize Insights: Discourse Analysis in the Digital Age. – Cham: Springer, 2016. P. 45-68.
16. Benjamins J. Language and Power in Blogs. – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2010. – 198 p.
17. Ursula L., Andrew K. Your blog is (the) shit. A corpus linguistic approach to the identification of swearing in computer mediated communication. International Journal of Corpus Linguistics. – 2016. – №21. – p. 165 – 191.
18. Могилко М. США раздаёт вид на жительство! [Электронный ресурс] YouTube. URL: <https://youtube.com/shorts/Jqu1tCFKqK8?si=v3V49ybwCflUuq3d> (дата обращения: 05.12.2024).
19. Могилко М. Нетворкаю в Америке как ужаленная. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/9KA0IG5jdxk?si=Nrsn-i3vyT0m56LR> (дата обращения: 05.12.2024).
20. Лопес Т. How to Easily Live Your Dream Life. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/qn0Zp-0Exo4?si=X3mHg9EWLOWVDkKf> (дата обращения: 05.12.2024).
21. Лопес Т. Why You Should Live Half By Your Head & Half By Your Heart. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/W4EodadS1pY?si=enM2gAG03wyIoIOk> (дата обращения: 05.12.2024).

22. Вайнерчук Г. Is Social Media Good For The Youth? [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/ABYatAfKLLU?si=uz30oaYqxFhreTTh> (дата обращения: 05.12.2024).
23. Вайнерчук Г. My Honest Opinion on Hard Work, Hustle, Rest, and Sleep. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: https://youtu.be/6j2gfMwUJPC?si=cOsGi4Ez_IyyGx_6 (дата обращения: 05.12.2024).
24. Simon S. How to Leverage Being an Introvert. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/ozSjZ6iRKSA?si=97Llb73DggyARKQL> (дата обращения: 05.12.2024).
25. Simon S. The MOST Self-Destructive Habit. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/jtpOYxsZj7o?si=ixooJtOg5PKkorQD> (дата обращения: 05.12.2024).
26. Қуаныш Ш. Қуаныш Шонбайдың алғашқы кітабы "Екінші болма". [Электронный ресурс]. YouTube. URL: https://youtu.be/eTNgRR_gaJE?si=OiWf2Nf7gqgVIYnR (дата обращения: 05.12.2024).
27. Мақсат жоқ, нысана бар. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/54j4LeaWUyE?si=WfgLtcVJ-n7CIWPD> (Accessed:05.12.2024).
28. Не үшін жеке бренд дамытып бастадым? [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtube.com/shorts/ZxFLKn12U8?si=e4tHrY46J0D5Tw-B> (дата обращения: 05.12.2024).
29. Коронавирус І. АЛМАЗные советы. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/zyF8x12cDA?si=hXj9gRDEQW22pqcx> (дата обращения: 05.12.2024).
30. Алмаз Шарман о медицинском образовании. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/MZMgKnzPOTQ?si=z7znZPJWAop87m9> (Accessed:05.12.2024).
31. Бизнес үшін 20млн. теңгеге дейін несие беріледі. Халықтың ақшасы. №7 шығарылым. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: https://youtu.be/QIDPmkpV5kQ?si=6Xoiz36NRyFJeh_E (дата обращения: 05.12.2024).
32. Референдум: не өзгереді? [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/JF-x2YbvISA?si=pvlHUvaHOel-Tdtm> (Accessed:05.12.2024).
33. Толықбай М. "МАСКА". Оқыған: Мақсат Толықбай. Автор: Саламат Омаш. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/LrUhdo8TluE?si=o3jLzt69R09KWyRs> (дата обращения: 05.12.2024).
34. Әсембике #3 / Мөлдір Анарбаева: Ене тұрмақ, жолдасыммен ешқашан ұрысқан емеспін. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: <https://youtu.be/uzvHrjelwt0?si=zRaB2W1loJu6Sq5l> (дата обращения: 05.12.2024).
35. Әсембике #1 / Мақпал аспаздың жолы: Кейтеринг, калькуляция және қызметтегі қазақи менталитет жайлы. [Электронный ресурс]. YouTube. URL: https://youtu.be/MIAVJZgrGhA?si=X8AxcW9u_U4BUhut (дата обращения: 05.12.2024).

Л.И. Мұхамадиева, Г.Ж. Ибраева, Қ.Ә. Әуесбай

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

Қазіргі виртуалды риториелер: дәстүр мен жаңашылдық синтезі

Аңдатпа. Мақалада заманауи «цифрлық» спикерлердің, блогерлердің, подкастерлердің лингвистикалық және стилистикалық әдістері және олардың дәстүрлі риториканың әзірлемелерінен айырмашылығы қарастырылады. Зерттеудің эмпирикалық негізін YouTube.com

платформасынан үштілде – қазақ, орыс, ағылшын тілдеріндегі 50-ден астам бейнематериалдар құрады, бұл блогосфераның стилистикалық және лингвистикалық әдістеріне салыстырмалы талдау жүргізуге мүмкіндік берді. Келесі әдістер қолданылады: бақылау, салыстыру, мазмұнды талдау, эксперимент. Нәтижесінде виртуалды орта жағдайында туған риторика өзінің қысқа стилімен, «либералды» лексиканы қолдануымен, жеңілдетілген синтаксисімен ерекшеленетіні анықталды. Стилистикалық құралдарды қолдану жиілігінің жазылушылар санына прогрессивті тәуелділігі бар екендігі дәлелденді. Қазіргі заманғы риториктердің «интернет стилін» қолданатыны анықталды, ол ежелгі уақытта төмен немесе қарапайым стиль ретінде жіктелетін еді. Цифрлық ақпарат құралдарында сөйлеудің стилистикалық тәсілдерін дамыту заңдылықтарының негізгі алгоритмдері анықталды: қысқалыққа ұмтылу, метафоралық идеялар, этникалық артықшылығы жоқ лингвистикалық коммуникация әдістерін тарту.

Түйін сөздер: стилистика, цифрлық технологиялар, риторика, блогосфера, медиа коммуникация, Қазақстан

L.I. Mukhamadiyeva, G.Zh. Ibrayeva, K.A. Auesbay
Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

Modern virtual rhetors: synthesis of traditional and new practices

Abstract. This article examines the linguistic and stylistic techniques employed by modern “digital” speakers, bloggers, and podcasters and how they differ from traditional rhetoric. The study is based on an empirical analysis of over 50 video materials from YouTube in three languages – Kazakh, Russian, and English – allowing for a comparative examination of stylistic and linguistic strategies within the blogosphere. The research employs methods such as observation, comparison, content analysis, and experimentation. Findings indicate that rhetoric shaped by the virtual environment is characterized by conciseness, the use of informal or “liberal” vocabulary, and simplified syntax. The study establishes a direct correlation between the frequency of stylistic techniques and the number of subscribers. Additionally, it is determined that the most in-demand rhetorical style is the so-called “Internet style,” which in antiquity was classified as low or ordinary style. The research identifies key patterns in the evolution of stylistic approaches to digital speech, including a tendency toward brevity, metaphorical expressions, and the integration of communication techniques that transcend ethnic or cultural boundaries.

Keywords: stylistics, digital communication, rhetoric, blogosphere, media discourse, Kazakhstan

References

1. Antonov, V. P. *Kvoprosu o formirovani I novogo funkcional'nogo stilja v sisteme stile jrusskogo jazyka / Funkcional'nye stili I rechevye zhanry* / V. P. Antonov, E. V. Veresovaja // *Jazyk, kul'tura, kommunikacija: aspekty vzaimodejstvija: nauchno-metodicheskij bjulleten'*. Vyp. 1 (HGU im. N. F. Katanova. Institut filologii. Laboratorija lingvokul'turologicheskoy kommunikacii); otv. red. I. V. Pekarskaja [On the Formation of a New Functional Style in the System of Russian Language Styles / Functional Styles and Speech Genres / V. P. Antonov, E. V. Veresovaya // *Language, Culture, Communication: Aspects of Interaction: Scientific and Methodological Bulletin. Issue 1* (KhSU named after N. F. Katanov. Institute of Philology. Laboratory of Linguocultural Communication); ed. I. V. Pekarskaya]. (Abakan, 2003. 7-16 p.)

2. Aristotel' (384-322 do n. je.). Pojetika. Ritorika / / Aristotel'; Vstup. st.ikomment. S. Ju. Trohacheva; Per. s grech. V. Appel'rota, N. Platonovoj[Aristotle (384-322 BC). Poetics. Rhetoric / / Aristotle; Introduction and commentary by S. Yu. Trokhachev; Translated from Greek by V. Appelrot, N. Platonova]. (SPb., 2000. 346 p.)
3. Begmatov Je.A., Islamov U.H. Al'-Farabi o jazykei kul'turerechi. Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Politicheskie nauki. Vostokovedenie[3. H. Al-Farabi on the Language and Culture of Speech. Bulletin of Chelyabinsk State University. Political Sciences. Oriental Studies]. 2012. 12(110-113).
4. Bajtursynov A. Jedebiet tanshhysh. (1926), Bajtursynov. Sochinenija. Sostaviteli: Sharipov A., Dautov S. [Edebiet tanshkhys. (1926), A. Baitursynov. Works. Authors: Sharipov A., Dautov S.]. (Almaty, 1989. 305 p.)
5. Gorshkova L.A. Kommunikativnye osobennosti social'nogo media Youtube v sovremennom informacionnom prostranstve [Communicative Features of the Social Media YouTube in the Modern Information Space]. Mediasreda. 2020. 2(94-100).
6. Askarbekov E. Pervyj blog Kazakhstana[The First Blog of Kazakhstan]. Available at: <http://www.blog.kz/> (Accessed: 02.03.2023).
7. Kostomarov V.G. Nash jazyk v dejstvii: Oчерки современной русской стилистики[Our Language in Action: Essays on Modern Russian Stylistics]. (Moscow, 2005. 287 p.)
8. Mark Tullij Ciceron. Tri traktata ob oratorskom iskusstve. Pod redakciej M.L. Gasparova[Three Treatises on the Art of Oratory. Edited by M.L. Gasparov]. (Moscow, 1972. 73 p.)
9. Mul'timedii'naja zhurnalistika: red. A. G. Kachkaevoi, S. A. Shomovoi ;Nac. issled. un-t «Vysshaja shkola jekono- miki»[Multimedia Journalism: ed. A.G. Kachkaeva, S.A. Shomova; Nat. Research. University "Higher School of Economics"]. (Moscow, 2017. 413 p.)
10. Tavaldieva G. N. Vzglyady vostochnyh myslitelej o kul'ture rechi. Obshhestvennye I humanitarnye nauki: materialy dokladov 84-j nauchno-tehnicheskoy konferencii, posvjashhennoj 90-letnemu jubileju BGTU I Dnju belorusskoj nauki (s mezhdunarodnym uchastiem)[Views of Eastern thinkers on the culture of speech / G. N. Tavaldieva // Social and humanitarian sciences: materials of reports of the 84th scientific and technical conference dedicated to the 90th anniversary of BSTU and the Day of Belarusian Science (with international participation)]. (Minsk, 2020. 177 p.)
11. 715 mln tenge dohodov: skol'ko blogerov v Kazakhstane[715 million tenge of income: how many bloggers are there in Kazakhstan]. Available at: <https://ulymedia.kz/news/37383-715-mln-tenge-dokhodov-skolko-bloggerov-platiat-nalogi-i-skolko-ukloniautsia-v-kazakhstane/> (Accessed: 02.03.2023).
12. The Insider nazval samyh populjarnyh blogerov Kazakhstana[The Insider named the most popular bloggers of Kazakhstan]. Available at: <https://tribune.kz/the-insider-nazval-samyh-populyarnyh-bloggerov-kazakhstana/> (Accessed: 02.03.2023).
13. Digital 2024: Kazakhstan. Available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-kazakhstan> (Accessed: 02.03.2023).
14. The Stylistics of Professional Discourse. (Edinburgh, 2015. 232 p.)
15. Discourse Analysis of Blogs: Analyzing Language to Maximize Insights: Discourse Analysis in the Digital Age. (Cham, 2016. 45-68 p.)
16. Language and Power in Blogs. (Amsterdam, 2010. 198 p.)

17. Lutzky U., Kehoe, A. Your blog is (the) shit: A corpus linguistic approach to the identification of swearing in computer mediated communication // International Journal of Corpus Linguistics. 21. 165–191(2016).
18. Mogilko M. SSHA razdajot vid nazhitel'stvo! [The USA is distributing residence permits!]. Available at: <https://youtube.com/shorts/Jqu1tCFKqK8?si=v3V49ybwCflUuq3d> (Accessed: 05.12.2024).
19. Mogilko M. Networkaju v Amerike kak uzhalennaja. [I network in America like crazy]. Available at: <https://youtu.be/9KAOIG5jdxk?si=Nrsn-i3vyTOM56LR> (Accessed: 05.12.2024).
20. Lopez T. How To Easily Live Your Dream Life. Available at: <https://youtu.be/qn0Zp-0Exo4?si=X3mHg9EWLOwVDkKf> (Accessed: 05.12.2024).
21. Lopez T. Why You Should Live Half By Your Head & Half By Your Heart. Available at: <https://youtu.be/W4EodadS1pY?si=enM2gAGO3wyIoIOk> (Accessed: 05.12.2024).
22. Vajnerchuk G. Is Social Media Good For The Youth? Available at: <https://youtu.be/ABYatAfKLLU?si=uz30oaYqxFhreTTh> (Accessed: 05.12.2024).
23. Vajnerchuk, G. My Honest Opinion on Hard Work, Hustle, Rest, and Sleep. Available at: https://youtu.be/6j2gfMwUJPC?si=cOsGi4Ez_IyyGx_6 (Accessed: 05.12.2024).
24. Simon S. How to Leverage Being an Introvert. Available at: <https://youtu.be/ozSjZ6iRKS-A?si=97Llb73DggyARKQL> (Accessed: 05.12.2024).
25. Simon S. The MOST Self-Destructive Habit. Available at: <https://youtu.be/jtpOYxsZj7o?si=ixooJtOg5PKkorQD> (Accessed: 05.12.2024).
26. Shonbaj Q. Qūanysh Shonbajdyng algashqy kitaby 'Ekinshi bolma'[Kuanysh Shonbaidyn first book "Don't be second"]. Available at: https://youtu.be/eTNgRR_gaJE?si=OiWf2Nf7gqgVIYnR (Accessed: 05.12.2024).
27. Maqsat joq, nysana bar [There is no goal, there is a target]. Available at: <https://youtu.be/54j4LeaWUyE?si=WfgLtcVJ-n7CIWPD> (Accessed: 05.12.2024).
28. Ne úshin zheke brend damytyp bastadym?[Why did I start developing a personal brand?]. Available at: <https://youtube.com/shorts/ZxFLKnB12U8?si=e4tHpY46J0D5Tw-B> (Accessed: 05.12.2024).
29. Koronavirus I ALMAZnye sovyety. [Coronavirus and Diamond tip]. Available at: <https://youtu.be/zyF8xF12cDA?si=hXj9grDEQW22pqcx> (Accessed: 05.12.2024).
30. Almaz Sharman o medicinskom obrazovanii. [Almaz Sharman on medical education]. Available at: <https://youtu.be/MZMgKnzPOTQ?si=z7znZPJWAop87m9> (Accessed: 05.12.2024).
31. Biznes ushin 20 mln. tengege deiin nesie beriledi // Khalyqtyń aqshasy. №7 shygarylým. [Up to 20 million tenge will be provided for business. People's money. Issue 7]. Available at: https://youtu.be/QIDPmkpV5kQ?si=6Xoiz36NRyFJeh_E (Accessed: 05.12.2024).
32. Referendum: ne ózgeredi?[Referendum: what will change?]. Available at: <https://youtu.be/JF-x2YbvISA?si=pvlHUvaHOel-Tdtm> (Accessed: 05.12.2024).
33. Tolyqbai M. 'MASKA'. Oqyǵan: Maqsat Tolyqbai. Avtor: Salamat Omash.[Mask. The Purpose Of The Study Is Tolykbay. Author Salamat Omash]. Available at: <https://youtu.be/LrUhdo8TluE?si=o3jLzt69RO9KWYRs> (Accessed: 05.12.2024).
34. Ásembike #3 / Möldir Anarbaeva: Ene turmaq, zholdasymmen eshqashan urysqan emespin. [Moldir Anarbayeva: mother-in-law is going to get married, I did not quarrel with my husba]. Available at: <https://youtu.be/uzvHpjelwt0?si=zRaB2W1loJu6Sq5l> (Accessed: 05.12.2024).

35. Ásembike #1 / Maqpal aspaždyñ jolı: Keýtering, kalkýlyacýı jáne qızmettegi qazaqı mentalitet jaily. [Makpal Cook's path: Kazakh Labor path in catering, costing and service]. Available at: https://youtu.be/MIAVJZgrGhA?si=X8AxcW9u_U4BUhut (Accessed: 05.12.2024).

Сведения об авторах:

Мухамадиева Л.И. – ст. преподаватель кафедры издательско-редакторского и дизайнерского искусства, Казахский национальный университет им.аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

Ибраева Г.Ж. – доктор политических наук, профессор кафедры издательско-редакторского и дизайнерского искусства, Казахский национальный университет им.аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

Ауесбай К.А. – кандидат филологических наук, кафедра ЮНЕСКО по журналистике и коммуникации, Казахский национальный университет им.аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

Авторлар туралы мәлімет:

Мұхамадиева Л.И. – әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, «баспагерлік-редакторлық және дизайнерлік өнер» кафедрасының аға оқытушысы, Алматы, Қазақстан.

Ибраева Г.Ж. – саясаттану ғылымдарының докторы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, «баспагерлік-редакторлық және дизайнерлік өнер» кафедрасының профессоры, Алматы, Қазақстан

Ауесбай К.А. – филология ғылымдарының кандидаты, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, «ЮНЕСКО-ның журналистика және коммуникация» кафедрасының доценті, Алматы, Қазақстан.

Information about the authors:

Mukhamadieva L.I. – Senior Lecturer, Department of Publishing, Editorial and Design Arts, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

Ibrayeva G.Zh. – Doctor of Political Sciences, Professor, Department of Publishing, Editorial and Design Arts, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

Auesbay K.A. – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of UNESCO for Journalism and Communication, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.



XҒТАР 19.19.21
Ғылыми мақала

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-151-2-162-175>

Ақпараттық кеңістіктегі нейрондық желілер: медиалық мүмкіндіктер, мәселелері мен болашағы

Ж. Секей*^{ORCID}, А.С. Хибадуллина^{ORCID}, Г. Сағындыққызы^{ORCID}

Шәкәрім университеті, Семей, Қазақстан

(E-mail: *janbota2010@mail.ru, aibin_2011@mail.ru, guka_82-82@mail.ru)

Аңдатпа. Мақалада медиакеңістікте нейрондық желілерді қолданудың мүмкіндіктері, мәселелері және болашағы қарастырылады. Жасанды интеллект технологияларының, әсіресе нейрондық желілердің медиасаладағы рөлі талданып, медиамамандардың кәсіби қызметіне ықпалы сараланады. Мақаланың негізгі мақсаты – болашақ медиа мамандардың кәсіби қызметінде нейрондық желілерді тиімді пайдалану жолдарын анықтау, осы технологиялардың артықшылықтарын талдау. Цифрлық технологиялардың дамуы медиасаланы түбегейлі өзгертіп, жасанды интеллект пен нейрондық желілерді қолданудың жаңа мүмкіндіктерін ашуда. Әсіресе, ақпаратты жинау, өңдеу, тарату үдерістерінде осы технологиялар медиа мамандардың жұмысын жеңілдетіп, өнімділікті арттыруға ықпал етуде. Алайда, нейрондық желілердің енуі кәсіби этика, жалған ақпараттың таралуы, шығармашылық еркіндік пен адам еңбегінің орнын алмастыруы сияқты өзекті мәселелерді туындатып отыр. Медиакеңістіктегі нейрондық желілердің ықпалын зерттеу, мүмкіндіктері мен қауіптерін айқындау арқылы осы саланың даму перспективаларын саралау – ғылыми әрі тәжірибелік тұрғыдан маңызға ие. Зерттеу әдістемесі ретінде талдау, сауалнама, деректерді өңдеу және сараптамалық бағалау әдістері басшылыққа алынды. Зерттеудің маңыздылығы медиакеңістіктегі технологиялық үдерістердің динамикасын түсінуге, медиа мамандары үшін жаңа перспективаларды анықтауға бағытталған. Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, нейрондық желілер медиасалада контентті өңдеу жылдамдығын арттырып, ақпараттың сапасын жақсартып алады, бірақ этикалық мәселелер мен жұмыс орындарының қысқаруы секілді сын-қатерлерді де туғызуы мүмкін. Медиасаласына жасанды интеллект технологияларының ықпал етуіне байланысты, болашақ медиа мамандарының кәсіби құзыреттері шеңберінде нейрондық желілерді қолдану дағдыларын дамыту өзекті қажеттілікке айналуда.

Түйін сөздер: БАҚ, кәсіп, нейрондық жүйе, сандық интеллект, білім алушы, бұқаралық ақпарат өкілі, медиаөнім.

Кіріспе

Бүгінде ақпараттық технологиялар мен жасанды интеллектінің қарқынды дамуы бірқатар қызмет салаларына, нақтырақ айтқанда медиа индустрияға үлкен трансформация жасады. Нейрондық желілер ақпараттық және ойын-сауық бағдарламаларын жасау, ғылыми мәтіндер құрастыру, оларды иллюстрациялау, деректерді өңдеу, фото мен бейне контенттерді редакциялау, сондай-ақ мәтіндік хабарламаларды түзету сияқты түрлі күрделі міндеттерді орындауға қабілетті.

Әуел баста жасанды интеллект технологияларының мүмкіндіктерін қайсыбір жекелеген адамдар, алпауыт IT-компаниялар қожайындары мен қызметкерлері, сонымен бірге медиахолдинг мамандары өз игіліктеріне жарататын болса [1], ал бүгінде медиа түптеп келгенде шығармашылықпен айналысатын – SMM мамандары, журналистер, копирайтерлер, жарнама мамандары, редакторлар, графикалық дизайнерлер мен таргетологтар секілді индустрия өкілдері [2] кеңінен пайдалана алады. 2023 жылы Indusface компаниясы жүргізген сауалнамаға Ұлыбританияның әртүрлі экономикалық секторларынан, оның ішінде 25 сала өкілдерін қамтыған, шамамен 2000 респондент қатысты. Жүргізілген сауалнамаға сәйкес, жарнама және медиаиндустрия мамандары *ChatGPT* нейрондық желісінің белсенді қолданушылары деп танылып, шамамен үштен бірін (39% және 33%) құрады [3]. Ал Массачусетс технологиялық институтының жүргізген зерттеуі нейрондық желілер көмегімен кейбір кәсіби мәтіндерді 40%-ға шапшаңырақ, 18% сапалы жазуға болатынын дәлелдеп берді [4].

Жасанды интеллектіні контент әзірлеу және өңдеу мақсатында пайдалану қазіргі студенттер арасында да үлкен қызығушылық тудырып отыр. 2023 жылы Skillfactory онлайн-платформасының мамандары жүргізген сауалнама нәтижелері бойынша, «ресейлік студенттердің басым бөлігі (65 %) нейрондық желілердің қызметін және оларды қалай қолдану керектігін түсінеді, ал жоғары оқу орындарында білім алушылардың жартысы бұл технологияларды оқу үдерісінде тұрақты түрде пайдаланады» [5]. Skillfactory ұсынған деректерге сәйкес, студенттер нейрондық желілерді рефераттар мен эсселер жазу және редакциялау, мәтінді шет тілдеріне аудару, иллюстрациялар әзірлеу, сондай-ақ фотосуреттер мен кескіндерді өңдеу үшін қолданады. Соған қарағанда, жоғары оқу орны түлектері болашақта өздерінің еңбек функцияларын орындау үшін нейрондық желілермен жұмыс істеуде үйренген дағдыларын сәтті пайдалана алатыны анық.

Ал Бүкілресейлік қоғамдық пікірді зерттеу орталығының зерттеу нәтижелері бізге тым қызық болып көрінді. Ресейліктердің 69%-ы шығармашылық адамын нейрондық желі алмастыра алмайды десе, сауалнамаға қатысушылардың тек 19%-ы ғана алмастыра алуы мүмкін деген жауап бергенін зерттеу көрсетіп отыр. Алайда, бұл мәселені жақсы білетіндердің арасында нейрондық желілердің мүмкіндіктеріне деген сенім әлдеқайда жоғары, ол 37%-ды құрап отыр. Сонымен қатар, жасанды интеллект технологиялары шығармашылық мамандықтардың мамандарын алмастырады деген сенім респонденттің жас ерекшелігіне тікелей қатысты. Көп жағдайда жастар бұл ойды қуаттайды. Әсіресе 18-24 жас аралығындағылар арасында әрбір үшінші жас осы пікірді ұстанады. Демек, бұл нейрондық желілер жас ұрпаққа неғұрлым түсінікті, әрі үлкен сұранысқа ие деген сөз.

Болашақ медиа саласының мамандары үшін жасанды интеллект технологияларының тілін білудің қажеттілігін ғылыми орта да қуаттайды. Ұлыбританияның бас қаласында

орын тепкен Sciences Po журналистика мектебінің деканы Элис Антеомның айтуынша, алдағы уақытта жасанды интеллект технологияларының құлағында ойнайтын және оны мүлдем игере алмайтын журналистер арасында айтарлықтай айырмашылық пайда болады. Ол болашақ журналистердің жасанды интеллектінің дамуына инженер-технологтар сияқты белсенді ықпал ететінін атап өтеді [2].

Қазіргі уақытта медиа индустриямен тікелей байланысты мамандықтардың аясы айтарлықтай кең. Медиа саласының мамандары бұқаралық ақпарат құралдарын пайдалану үдерістері мен олардың жеке адамға және қоғамға ықпалын зерттеумен айналысады. Осы тұрғыдан алғанда, бұқаралық ақпарат қызметкерлерінің кәсіби қауымдастығының қызмет ауқымы тек медиа индустриямен (газет, журнал, радио, теледидар, онлайн-БАҚ, киноөндірісі) шектелмейді. Қызмет аясына жарнама жасау, қоғаммен байланыс, мәдениет пен медиа білім беру де кіреді.

Заманауи медиа мамандар жасанды интеллектіге қатысты технологиялық инновациялардың қажеттілігін сезініп, кеңінен қолданады. Reuters институтының зерттеушілері көрсеткендей, медиа мамандардың тәжірибесінде көбінесе ақпарат көздерін жинау, өңдеу мен тексеру, newsgum-дағы процестерді автоматтандыру (тегтерді орналастыру, жазбаларды декодтау, т.б.), сайтты қолданушыларға арналған ұсыныстарды баптау, сондай-ақ мәтіндерді генерациялау процестерінің іске асырылуына жасанды интеллектінің алгоритмдік шешімдерінің қол ұшын беретіні медиа мамандардың тәжірибесінде жиі кездеседі [6].

2015 жылдан бастап БАҚ пен медиада нейрондық желілерді пайдаланудың әртүрлі аспектілерін зерттеуге арналған ғылыми жарияланымдар саны айтарлықтай өскен [7]. Нейрондық желілерді қолданудың артықшылықтары бар екенін көптеген ресейлік және шетелдік зерттеушілер өз еңбектерінде атап өтіп, бұл құбылысты орынды әрі әлемдік медиа индустрияның уақтылы даму кезеңі деген ат қойып, айдар тағады [8, 24]. Мамандар жасанды интеллект технологияларының оңтайлы қолданыс табуын әлеуметтік медиамен ара қатынасына қарап бағалайды [2, 8]. Бұл жайында жазылған қазақ ғалымдарының зерттеулері саусақпен санарлықтай.

Медиа мамандардың кәсіби қызметіне нейрондық желілердің жаңа мүмкіндіктері мен оң әсері болумен қатар қайсыбір сын-қатерлердің тууына жол ашады [8]. Ресейлік [9] және шетелдік [10] ғалымдардың еңбектерін талдау нәтижесінде қазіргі ғылыми қауымдастықтың назарын аудартатын әлеуметтік-гуманитарлық бағыттағы алты негізгі векторды анықтауға мүмкіндік береді:

1. Кординациялау мәселелері – қоғамдық мекеменің рухани мәдениетін көтеру, жұмысшылардың өкілеттілік мәртебесін анықтау, қызмет жасау жүйесін тиімді ету.

2. Заң тұрғысынан – электрондық қолтаңбаны пайдалану, жарияланған мәліметтердің заңдық мәртебесін анықтау, зияткерлік меншік құқықтарының сақталуын қамтамасыз ету.

3. Электрондық теңсіздік мәселелері – сандық технологияларға қолжетімділік деңгейіндегі айырмашылықтар.

4. Білім беру мәселелері – оқытудың даралануы мен қолжетімділігі, сондай-ақ білім беру үдерісінде адамның өзіндік рөлін жоғалту қаупі.

5. Психологиялық мәселелер (тұлғааралық қарым-қатынасты виртуалдандыру; мазасыздану, жақын адамдарының көңіл бөлмеуі, т.б.).

6. Аномальды және ассоциалды құбылыстардың пайда болу мәселелері (сыбайлас жемқорлық, мансапқорлық) [6].

Жоғарыда көрсетілген ғылыми зерттеу бағыттарымен қатар, медиа мамандардың медиа контентті әзірлеу және өңдеу үдерісінде жасанды интеллектімен бәсекелесу қабілетінің төмендеуі олардың еңбек нарығындағы сұранысының азаюына алып келуі мүмкін екенін атап өту маңызды. Бұл қазіргі таңда ерекше өзектілікке ие болып отыр [8]. Бұл мәселе тек бұқаралық ақпарат құралдарын зерттеушілер арасында ғана емес, сонымен қатар еңбек нарығын талдаушылар арасында да алаңдаушылық туғызып отыр. Болжамдарға сәйкес, «егер бұрынғы технологиялық өзгерістер қарапайым біліктілігі төмен жұмысшыларға үлкен әсер етсе, енді жоғары біліктілік пен білімді қажет ететін салаларға орасан зор ықпал етеді» [4]. Нейрондық желілердің дамуынан медиаиндустрия қызметкерлеріне төнген сын-қатерлердің белең алуына 2023 жылы АҚШ-тың сценаристер гильдиясының 148 күнге созылған масштабты ереуілі дәлел болады. Онда наразылық білдірген сценаристер автор мен бірлескен автор болып сценарий жазуға жасанды интеллектіні қолдануға тыйым салуды талап етті. Ал актерлер болса өздерін тек бір күнге түсірілімге түсіруге, сыртқы келбетін сканерлеуге, түсірілімге бір рет қана ақы төлеуге, кейіннен өздерінің сандық образдарын пайдалануға келісімдерін берді [4]. 46 елдің 53900 жұмысшысы қатысқан PwC компаниясының зерттеуінде: «Алдымыздағы бес жыл ішінде жасанды интеллект (ЖИ) сіздің мансабыңызға қалай әсер етеді?» деген сауалға респонденттердің 18%-ы «ЖИ мен игере алмайтын жаңа білімді талап етеді», 14%-ы «ЖИ жұмысымды басқа арнаға өзгертеді», ал 13%-ы «Мені жұмыс орнында ЖИ ауыстырады» – деген көңілді алаңдататын нұсқаны таңдаған [3].

Осылайша, жұмыс орындары үшін болған бақталастықта жасанды интеллектімен бәсекелестіктің күшеюі болашақ үшін ғана емес, қазіргі медиа мамандары үшін де өткір тұр.

Әдіснама

Жұмысты жазу кезінде сауалнама жүргізу, жалпылау, талдау, аналогия әдістері пайдаланылды. Мақала білім алушылардың нейрондық желі турасындағы таным-түсінігін, оларды тұтыну жолдарын, келешек кәсіптік жұмыстарында жасанды интеллект құралдарына қажетті жерде жүгіну мүмкіндігін, сонымен қатар ЖИ-дің қарқынды дамып, қанатын кең жаюына байланысты туындайтын сын-қатерлерге қатынасы туралы зерттеу жасалды. Мақсатымыз – филология-журналистика білім беру бағдарламасының білім алушыларының оқу мен болашақ кәсіби қызметтерінде нейрондық желілердің мүмкіндіктерін пайдалану жолдарын зерттеу.

Зерттеу міндеттері: болашақ медиа мамандардың нейрондық желілерді қолдана алатын білімі мен тәжірибесін анықтау; оқу процесінде жасанды интеллект технологияларын пайдалану жиілігін анықтау және қолдану дағдыларын зерттеу; студенттердің бұқаралық ақпарат құралдарында нейрондық желі мүмкіндіктерін тиімді пайдалану жолдарын талдау; жасанды интеллектінің даму тенденцияларына және оның медиа саласындағы әсеріне қатысты студенттердің көзқарастарын зерттеу; оларды қолдану барысында туындайтын ықтимал сын-қатерлерді және шешу жолдарын айқындау.

Зерттеу 2024 жылдың қазан-қараша айларында жүргізілді. Сауалнама Google Forms платформасында әзірленіп, қатысушылар оған онлайн режимде анонимді түрде жауап берді. Зерттеу құралы ретінде 18 жабық және ашық сұрақтан тұратын сауалнама пайдаланылды.

Сұрақтар үш блогқа топтастырылып берілді. Бірінші блог болашақ медиа мамандарының нейрондық желі технологиялары туралы өзіндік ойларына арналды. Студенттердің оқу процесінде жасанды интеллект технологияларын тәжірибелік тұрғыдан қолдануына, тапсырмаларды орындау үшін нейрондық желілерді қолдану жиілігіне қатысты сұрақтар екінші блогтың мазмұнын құрады. Үшінші блок сұрақтары журналистің болашақ кәсіби қызметінде нейрондық желі технологияларын қолдануға, сондай-ақ медиаиндустриядағы жасанды интеллектінің дамуына байланысты туындаған мәселелерге деген респонденттердің көзқарасын анықтауды мақсат етеді. Аталған бөлімдерден басқа, сауалнама құрамына сауалнамаға қатысушылардың әлеуметтік-демографиялық сипаттамалары, даярлау бағыты жазылған «төлқұжат» кіреді.

Зерттеуге Шәкәрім университетінің «Филология-журналистика» ББ-ның бірінші курстан бастап төртінші курсқа ($n = 100$) дейінгі аралықтағы бакалавриат студенттері қатысты (оның ішінде 17% ұл балалар, 83% қыз балалар). Қатысушылардың толық сипаттамасы 1-кестеде көрсетілген.

Даярлау бағыты	Оқыту жылы (курс)				
	бірінші	екінші	үшінші	төртінші	барлығы
Филология-журналистика	24	26	26	24	100

1-кесте. Қатысушылардың сипаттамасы, адам саны

Ескерту: авторлар құрастырған

1-кестеде көрсетілгендей «Филология-журналистика» ББ бойынша сауалнамаға қатысқан әр курс студенттерінің саны да шамамен бірдей. Бұл алынған деректердің репрезентативтілігі мен салыстырмалы бағалау мүмкіндігін қамтамасыз етеді. Алынған зерттеу нәтижелері кейінгі ғылыми жұмыстар үшін салыстырмалы дерек көзі ретінде қызмет ете алады.

Нәтиже мен талқылау

Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, сауалнамаға қатысушылардың барлығы нейрондық желілер феноменімен таныс екенін білдірді. Ал болашақ медиа мамандардың 88%-ы нейрондық желілерді өз тәжірибесінде тиімді қолдана алатынын көрсеткен.

Зерттеу нәтижелеріне сәйкес, студенттердің 30%-ы интеллекті көмегіне көп жүгінбейді, бірнеше айда бір рет қана қолданады. Алайда сауалнамаға қатысқандардың 18%-ына апта сайын, ал 17%-ына аптасына бірнеше рет жасанды интеллект көмек қолын созады. Сауалнамаға қатысушылардың 6%-ы күн сайын нейрондық желіні пайдаланады. Болашақ медиа мамандар арасында нейрондық желілердің танымалдылық рейтингі 2-кестеде көрсетілген.

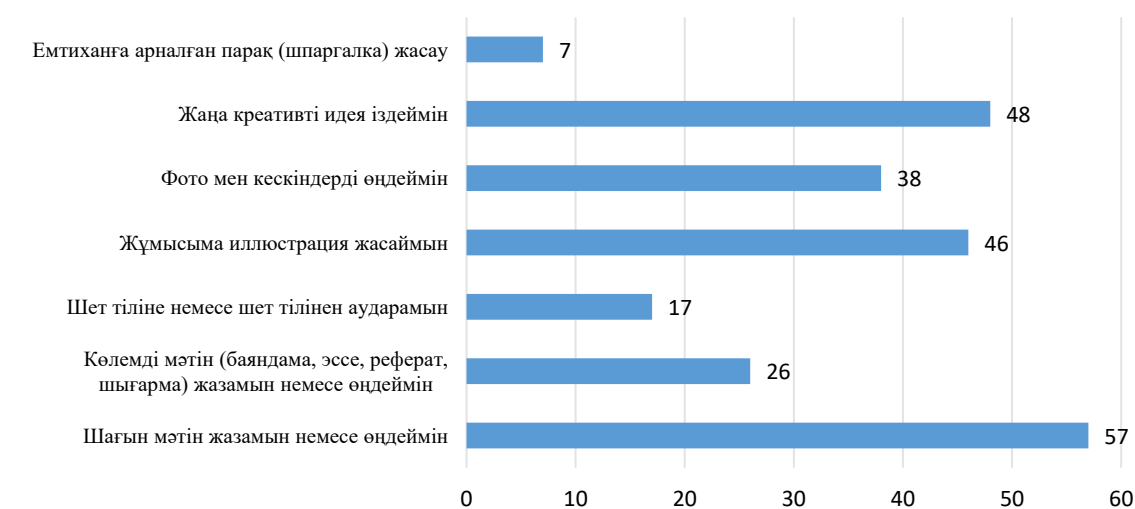
Нейрондық желінің атауы	Осы нейрондық желіні жиі пайдаланатын студенттердің үлесі, пайызбен	Тәуелсіз зерттеу ұйымы
ChatGPT	88	OpenAI
YandexGPT	34	Яндекс
Canva	32	OpenAI
Midjourney	27	Midjourney
Шедевр / Masterpiece (Shedevrum)	25	Яндекс

2-кесте. Болашақ медиа мамандарының ең танымал бес нейрондық желісінің рейтингі

Ескерту: авторлар құрастырған

Сауалнамаға қатысушылар медиада қолдануға болатын жасанды интеллект технологияларының көп екендігін білулеріне қарамастан (алынған мәліметтерге сәйкес, олар нейрондық желілердің 14 атауын белгілеген), болашақ журналистер арасында ең көп сұранысқа ие ChatGPT нейрондық желісі екенін сауалнамаға қатысқандардың 88%-ы растап отыр (2-кесте).

Жасанды интеллектінің басқа технологиялары онша танымалдылыққа ие емес. Сонымен, YandexGPT және Canva нейрондарын сауалнамаға қатысушылардың үштен бірі (34% және 32%), ал Midjourney мен Шедевр нейрожелілерін респонденттердің төрттен бір бөлігі ғана қолданады. 2-кестедегі рейтингті Skillfactory компаниясы жасаған рейтингпен салыстыру қызығырақ сияқты [5], олар тек бірінші позицияда сәйкес келеді екен. Ресейлік студенттер арасында ең танымал үшінші мәтіндік сипаттамаларға сәйкес кескін жасап беретін Kandinsky нейрожелісі Шәкәрім университетінің болашақ медиа мамандары арасында қолданысқа ие емес.

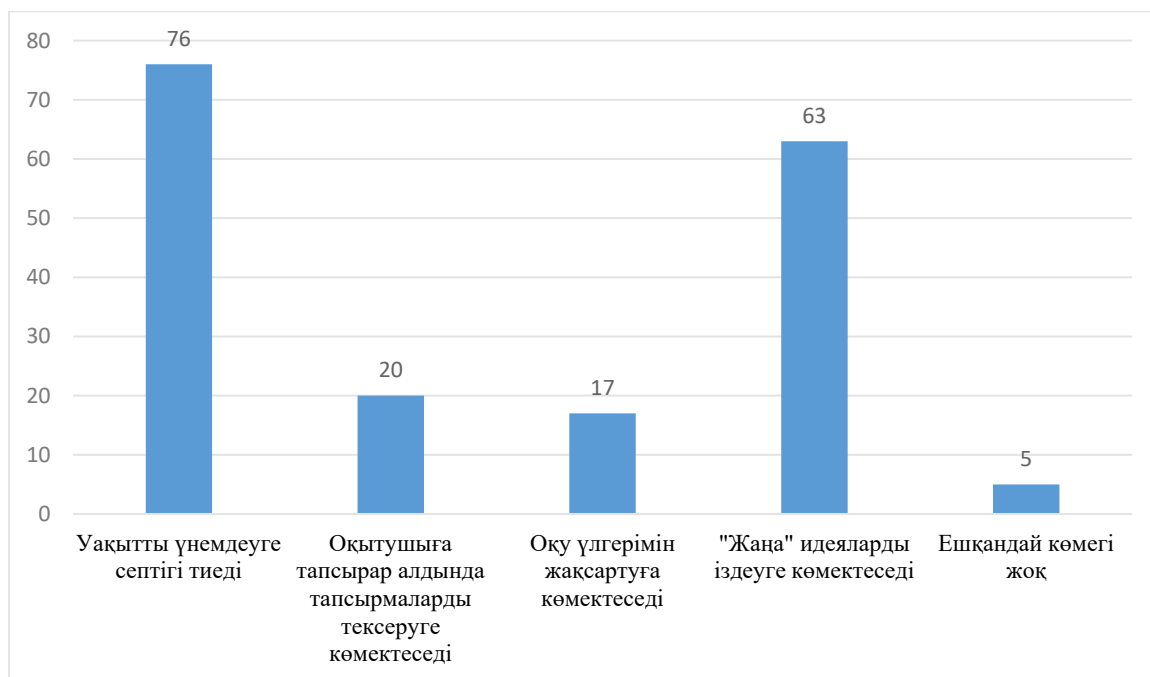


1-сурет. Нейрондық желілерді қолдану арқылы орындалатын оқу тапсырмалары, сауалнамаға қатысқандардың % үлесі

Ескерту: авторлар құрастырған

Зерттеу нәтижелері студенттердің көбінесе тапсырмаларды орындау мақсатында нейрондық желілерге жүгінетінін көрсетеді. Сауалнамаға қатысушылардың 57%-ы шағын мәтіндерді жазу және өңдеу, 48%-ы жаңа креативті идеяларды іздеу, 46%-ы өз жұмыстарын иллюстрациялау, ал 38%-ы фотосуреттер мен кескіндерді өңдеу үшін жасанды интеллект технологияларын пайдаланатынын атап өтті. Сауалнамаға қатысқандардың тек 7%-ы нейрондық желіні емтиханға арналған парақ (шпаргалка) жасау ретінде пайдаланады, бұл Skillfactory зерттеуінің нәтижелерімен сәйкес келеді [5].

Сауалнамаға қатысушылардың басым көпшілігі (76%) оқу процесінде нейрондық желілерді пайдалану уақытты үнемдеуге септеседі, ал 63%-ы «жаңа» тың идеяларды іздеуге көмектеседі деп санайды (2-сурет).



2-сурет. Болашақ медиа мамандардың нейрондық желілерді оқу процесінде пайдаланудың артықшылықтары, сауалнамаға қатысқандардың %

Ескерту: авторлар құрастырған

Бір таңқаларлық жайт, сауалнамаға қатысушылардың тек 17%-ы ғана нейрондық желілерді пайдалану арқылы оқу үлгерімін жақсартуға болады деген жауап береді. Респонденттердің тек 5%-ы нейрондық желілердің оқуға көмектесу мүмкіндігіне күмәнмен қарайды.

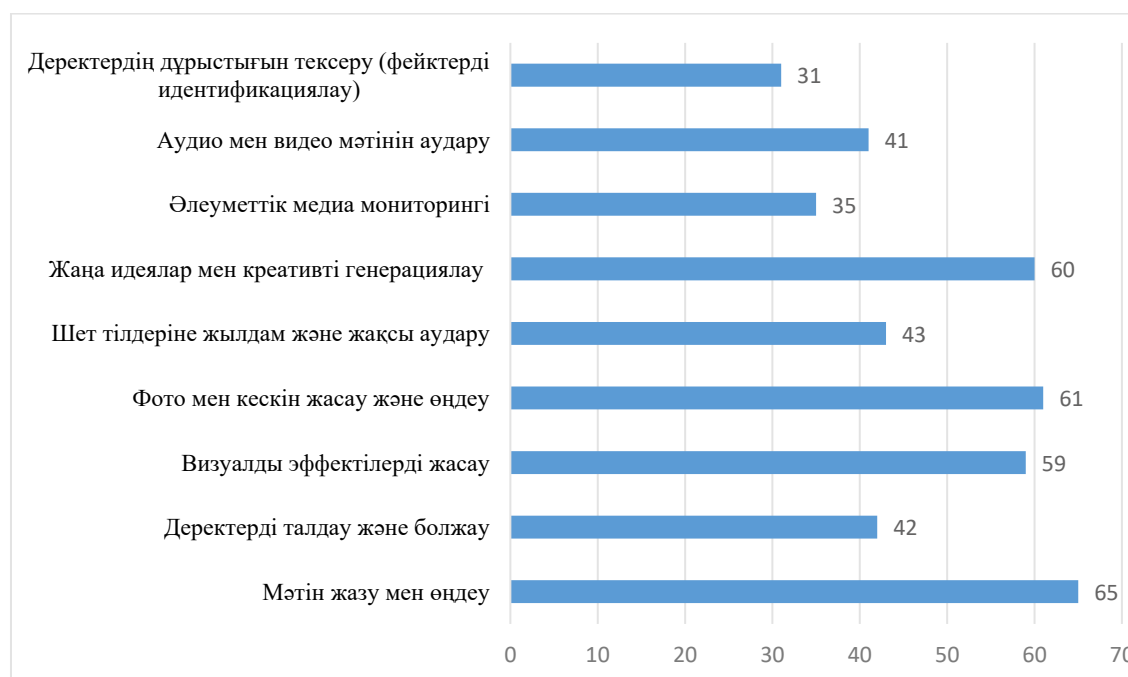
Алған мәліметтерге сәйкес, сауалнамаға қатысқан студенттердің жартысынан көбі (59 %) нейрондық желіні болашақ кәсіби қызметінде қолдануы мүмкін екенін, ал 35%-ы мұны міндетті түрде қолданатындарын айтты.

Сауалнамаға жауап бергендердің арасынан 5%-ы келешекте нейрондық желі құралдарынынан жәрдем күтпейтіндігін, тіпті мүлдем ойламағанын жазған.

Бүгінде БАҚ өкілдерінің келешек кәсіптерінде үлкен сұраныс тудырып отырған жасанды интеллектінің артықшылықтары хақында тілімізге тиек етсек, (3-сурет),

респонденттердің жартысынан көбі (65%) нейрондық желі технологияларының қара сөз мен өлең сөз жазу және оны редакциялау процесіне көп септігі тиетінін ерекше атап өтті. Сонымен қатар сауалнама сұрақтарына жауап бергендердің 61%-ы кескіндер мен фотосуреттерді әзірлеу және оларды жөндеу, 60%-ы тың ойларды генерациялау, ал 59%-ы визуалды эффектiлердi әзірлеу барысында нейрондық желілерді пайдалануға қызығушылық танытты.

Жалпы, болашақ медиа мамандар кәсіби қызметінде нейрондық желілер ұсынатын мүмкіндіктерді жоғары бағалайтынын білдірді.



3-сурет. Медиа мамандардың болашақ кәсібінде сұранысқа ие болатын нейрондық желілердің мүмкіндіктері, сауалнамаға қатысқандардың %

Ескерту: авторлар құрастырған

Болашақ кәсіби қызметі үшін нейрондық желілердің дамуына байланысты сын-қатерлерді бағалай отырып, сауалнамаға қатысушылардың көпшілігі (67%) жасанды интеллект медиаиндустриядағы кейбір мамандықтардың жойылуына әкеліп соғуы мүмкін деген пікір айтты. Ал респонденттердің 52%-ы нейрондық желілерді пайдалану медиа мамандардың жалақысының төмендеуіне әкеледі деп санайды, студенттердің 36%-ы болашақта жаңа технологияларды игеріп, қосымша оқудан өту қажет деген болжам жасады. Сауалнамаға қатысқандардың тек 11%-ы өздерінің болашақ кәсіби қызметі үшін жасанды интеллект технологиялары дамуының ешқандай кемшіліктерін көрмейтіндерін айтты (4-сурет).



4-сурет. Болашақ медиа мамандар үшін нейрондық желілердің дамуындағы сын-қатерлер, сауалнамаға қатысқандардың % үлесі

Ескерту: авторлар құрастырған

Сонымен қатар, сауалнамаға қатысушылардың жартысына жуығы нейрондық желілерді пайдаланудағы білімдері мен дағдыларының деңгейін «орташа», ал 40%-ы «жаңа бастап үйреніп жүргендер» деп бағалайды. Болашақ медиа мамандардың тек 18%-ы өздерін сенімді пайдаланушылар қатарына қосса, ал 7%-ы тәжірибелі деп санайды. Студенттердің университет партасында отырып-ақ нейрондық желі технологияларын игеруге деген ұмтылыстары табиғи заңдылық сияқты. Өйткені сауалнамаға қатысушылардың 68%-ы «мұны жоғары оқу орнында оқытса жақсы болар еді» деген пікір білдірсе, төрттен бір бөлігі ғана (25%) «оқытудың ешқандай қажеттілігі жоқ, өйткені бәрін өз бетінше игеруге болады» деп санайды. Алынған нәтижелер Skillfactory [5] сауалнамасының деректерімен сәйкес келеді. Студенттердің көпшілігі (79%) жоғары оқу орындарында нейрондық желілерді қалай пайдалану керектігін оқытқанды жөн көреді.

Қорытынды

Жасанды интеллектінің медиа мамандардың еңбек нарығындағы сұранысына кері әсер етуі мәселесі медиа қауымдастықта алғаш рет 2015 жылы көтерілді. Бұл мәселе әсіресе Би-Би-Си жариялаған мақалада атап өтіліп, роботтардың жаппай жұмысқа, соның ішінде журналистика саласына енуі ықтимал қауіп-қатер ретінде атап өтілді. Ал әлемге танымал Narrative Science кәсіпорынында жетекші ғылыми қызметкер болып

жұмыс істейтін Кристиан Хаммонд есімді азамат алдымыздағы он бес жыл көлемінде ақпараттардың 90 пайызын жасанды интеллект құралдары көмегімен жазылатынын) болжаған еді. «Бұл журналистердің жұмыс орындарының 90%-ы босайды деген сөз емес. Журналистердің қамтылу аясы кеңейетінін білдіреді. Жаңалықтар кең қанат жаяды, журналистер деректер тарихын генерацияламайды. Анық, нақты нәрселердің интерпретациясын машиналар жасайды» [11] - деп түсіндіреді.

Қазіргі таңда нейрондық желілер медиаиндустрияның басты көмекшісіне айналууда. Оларды жұмыс процесінде қолдану медиа мамандарға маңызды және креативті мәселелерге назар аудара отырып, негізгі жұмыс тапсырмаларын айтарлықтай жылдамдатуға мүмкіндік береді [12]. Болашақ медиа мамандар жаңа құралдармен жұмыс істеуге, олардың қалай жұмыс істейтінін түсінуге дайын болуы керек [2]. Жасанды интеллект медиа саласының мамандары үшін қауіпті бәсекелеске айналмауы үшін журналистер, жарнама мамандары және басқа да медиа индустрия өкілдері нейрондық желілерді қолдану дағдыларын тұрақты түрде жетілдіріп, сондай-ақ саланың технологиялық өзгерістерінен хабардар болуы қажет.

Зерттеу нәтижелері болашақ медиа мамандардың басым бөлігі оқу үдерісінде жасанды интеллект технологияларын қолдану тәжірибесіне ие екенін дәлелдеуге мүмкіндік береді. Студенттер нейрондық желілерді кәсіби қызметте тәжірибелік тұрғыдан қолданудың артықшылықтарының ішінде күнделікті тапсырмаларды көз ілеспес шапшаңдықта орындау мен шығармашылық ойлауды дамытуды ерекше атап өтеді. Сауалнамаға қатысушылар нейрондық желілерге емін-еркін әрі тегін қол жетімділік пен оларды пайдалану технологияларын өз бетінше игеру мүмкіндігін жасанды интеллект технологияларының артықшылықтары деп анықтап берді. Алайда, респонденттердің тек үштен бірі ғана өзін сенімді және тәжірибелі пайдаланушы ретінде бағаласа, болашақ медиа мамандардың көпшілігі бұл саладағы білімдері мен дағдыларын «орташа» деңгейде немесе «жаңадан үйреніп жүрген» деңгейінде деп сипаттайды.

Зерттеу нәтижелері сауалнамаға қатысушылардың басым бөлігінде медиа индустриядағы кейбір кәсіптердің жойылу мүмкіндігіне, сондай-ақ жасанды интеллект технологияларының дамуы салдарынан медиа мамандардың жалақысының төмендеуіне қатысты алаңдаушылық бар екенін көрсетті.

Сонымен қатар, болашақ журналистер нейрондық желілерді кәсіби қызметінде контент (мәтін, фотосуреттер мен кескіндер) жасау және өңдеу, жаңа идеяларды генерациялау, сондай-ақ визуалды эффекттерді әзірлеу мақсатында одан әрі пайдалануға ниетті екендерін білдірді.

Алынған нәтижелер студенттердің университетте нейрондық желі технологияларын игеруге деген ұмтылысы бар екенін көрсетіп отыр. Дегенмен, жоғары оқу орнының заманауи білім беру бағдарламалары жасанды интеллект технологияларын қолдану дағдыларын үйрететін курстар мен пәндерге мұқтаж.

Осы тұрғыдан келгенде «Русская медиагруппа» компаниясының басқарушы директоры Дмитрий Медниковтың «Ресейдің жоғары оқу орындары қауымдастығының басты міндеті нейрондық желілерді пайдалануға бағытталған білім беру бағдарламаларын сауатты әзірлеу» [13] деген пікірі ойымызды бекіте түседі. Қорыта айтқанда, медиа

саласында оқитын студенттердің жасанды интеллект мүмкіндіктерін зерттеудің сұранысқа ие бағыттары деп контентті жасау мен өңдеуге жол ашатын шығармашылық технологиялар ғана емес, аналитикалық және зерттеу құралдарын атауға болады.

Авторлардың қосқан үлесі:

Секей Ж. – ғылыми мақалада қолданылған деректерді талдау, мақаланы талапқа сай ресімдеу.

Хибадуллина А.С. – зерттеу нәтижелерін тұжырымдап, жазу.

Сағындыққызы Г. – сауалнама алу, зерттеуде қолданылған әдіс-тәсілдерді жазу.

Әдебиеттер тізімі

1. Бейненсон В.А. Применение роботизированного контента в реализации рекреативных функций массмедиа. Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2021. – №2(40). – С.184-193. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10221>.
2. Карпович Э.М. Автоматизация работы SMM-специалистов с помощью искусственного интеллекта. PR и реклама: традиции и инновации: конференция «Связи общественностью: смыслы и технологии». – Красноярск, 2023. – С.252–254.
3. Хвостик Е. Люблю ИИ ненавижу. Коммерсантъ. – 2023. – №8. – С. 4-5.
4. Рождественская Я. Осторожно, снова интеллект! Коммерсантъ. – 2023. – №20. – С. 18-19.
5. Мамиконян О. Половина российских студентов используют нейросети в учебе. Forbes Life. – 2023. – №2. – С. 23-24.
6. Newman N. Journalism, Media and Technology Trends and Predictions. [Electronic resource] – URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-01/Newman%20-%20Trends%20and%20Predictions%202022%20FINAL.pdf>. (accessed 03.02.2025)
7. Zorina V.A. Literature Review on Artificial Intelligence in Journalism: A Bibliometric Analysis of Publications Indexed in the Web of Science and Scopus. Вопросы теории и практики журналистики. – 2021. – №4. – С.734-744. <https://doi.org/10.17150/2308-6203.2021>.
8. Морозова А.А. Феномен искусственного интеллекта в современной науке: понятие, векторы и проблемы применения в сфере массмедиа. Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2021. – №4(42). – С.41-52. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10405>.
9. Игнатьева М.В. PR-специалисты vs нейросеть: в чью пользу будет счет? PR и реклама: традиции и инновации: конференция «Связи с общественностью: смыслы и технологии». – Красноярск, 2023. – С.120-125.
10. Rai N. Why Ethical Audit Matters in Artificial Intelligence? AI and Ethics. – 2021. – Vol. 2, no. 2. – P. 209-218.
11. Intelligent Machines: The jobs robots will steal first. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/news/technology-33327659>. (Accessed: 03.02.2025)
12. Шкаленко А.В. Влияние искусственного интеллекта на креативные индустрии: тенденции и перспективы. Вестник ВолГУ. Серия 3: Экономика. Экология. – 2022. – №3. – С.44-59. <https://doi.org/10.15688/2022-0596-2021-10321>.
13. XIV Всероссийский форум деловых СМИ: нейросеть – новый инструмент для создания контента [Электронный ресурс]. Export.Link. URL: <https://m.rusexporter.ru/news/detail/15924/> (дата обращения: 02.02.2025)

Ж. Секей, А.С. Хибадуллина, Г. Сагындыккызы
Шакарим Университет, Семей, Казахстан

Нейронные сети в информационном пространстве: возможности, проблемы и перспективы для медиа

Аннотация. В статье рассматриваются возможности, проблемы и перспективы использования нейронных сетей в медиaprостранстве. Анализируется роль технологий искусственного интеллекта, в частности, нейронных сетей в сфере медиакommunikаций, а также оценивается их влияние на профессиональную деятельность медиаспециалистов. Основная цель статьи – выявить пути эффективного применения этих технологий в профессиональной деятельности будущих специалистов медиаиндустрии, а также проанализировать преимущества данных технологий. Развитие цифровых технологий кардинально трансформирует медиасферу, открывая новые перспективы использования искусственного интеллекта и нейронных сетей. Особенно значимым является применение этих технологий в процессах сбора, обработки и распространения информации, что способствует облегчению труда медиаспециалистов и повышению их продуктивности. Однако внедрение нейронных сетей вызывает и ряд актуальных проблем, связанных с профессиональной этикой, распространением недостоверной информации, ограничением творческой свободы и заменой человеческого труда. Изучение влияния нейронных сетей на медиaprостранство, а также выявление их потенциала и сопутствующих рисков представляет собой важную задачу как с научной, так и с практической точки зрения. Методология исследования включала анализ, опрос, обработку данных и экспертную оценку. Актуальность исследования заключается в том, что оно направлено на понимание динамики технологических процессов в медиaprостранстве и выявление новых перспектив для специалистов в области медиа. Результаты исследования показывают, что нейронные сети могут увеличить скорость обработки контента и улучшить качество информации в медиа-среде, но также могут вызывать такие вызовы, как этические проблемы и сокращение рабочих мест. Поскольку использование технологий искусственного интеллекта интегрировано в ключевые компетенции будущих медийных специалистов, подчеркивается необходимость совершенствования их навыков использования нейронных сетей.

Ключевые слова: медиа, профессия, нейронная сеть, искусственный интеллект, студент, журналист, контент.

Zh. Sekey, A. Khibadullina, G. Sagyndykkyzy
Shakarim University, Semey, Kazakhstan

Neural networks in the information space: opportunities, challenges and perspectives for media

Abstract. The article explores the opportunities, challenges, and prospects of using neural networks in the media landscape. It analyzes the role of artificial intelligence technologies, particularly neural networks, in the field of media communications and assesses their impact on the professional activities

of media specialists. The study aims to identify effective ways to apply these systems to the professional activities of future media specialists and analyze the advantages of these technologies. The development of digital technologies is radically transforming the media sphere, opening up new opportunities for the use of artificial intelligence and neural networks. The use of these technologies in the processes of collecting, processing, and distributing information is particularly important, as it helps streamline the work of media specialists and enhances their productivity. However, the introduction of neural networks also raises several pressing concerns related to professional ethics, the dissemination of misinformation, the restriction of creative freedom, and the replacement of human labor. Studying the impact of neural networks on the media space, as well as identifying their potential and associated risks, is an important task from both a scientific and practical point of view. The study employed methods such as analysis, surveys, data processing, and expert evaluation. The significance of the study lies in its focus on understanding the dynamics of technological processes in the media space and identifying new opportunities for media professionals. The results show that neural networks can increase the speed of content processing and improve the quality of information in the media environment. However, they also cause challenges such as ethical concerns and job displacement. As the use of artificial intelligence technologies is integrated into the core competencies of future media professionals, the study emphasizes the importance of developing skills in using neural networks.

Keywords: media, profession, neural network, artificial intelligence, student, journalist, content.

References

1. Beinenson V.A. Primenenie robotizirovannogo kontenta v realizacii rekreativnyh funkcij massmedia [The use of robotic content in the implementation of recreational functions of mass media]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya* [The sign: a problematic field of media education]. 2(40). 184-193(2021). <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10221>. [in Russian]
2. Karpovich Je.M. Avtomatizacija raboty SMM-specialistov s pomoshh'ju iskusstvennogo intellekta [Automating the work of SMM specialists using artificial intelligence]. (Krasnojarsk, 2023. - pp. 252-254). [in Russian]
3. Hvostik E. Ljubljii II nenavizhu [I love AI and I hate it] // *Kommersant* [Kommersant]. 8. 4-5(2023). [in Russian]
4. Rozhdestvenskaya Ja. Ostorozhno, snova intellekt! [Careful, it's intelligence again!] // *Kommersant* [Kommersant]. 20. 18-19(2023). [in Russian]
5. Mamikonjan O. Polovina rossijskih studentov ispol'zujut nejroseti v uchebe [Half of Russian students use neural networks in their studies] // *Forbes Life*. 2. 23-24(2023). [in Russian]
6. Newman N. Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions. [Electronic resource] Available at: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-01/Newman%20-%20Trends%20and%20Predictions%202022%20FINAL.pdf>. (Accessed: 03.02.2025).
7. Zorina V.A. Literature Review on Artificial Intelligence in Journalism: A Bibliometric Analysis of Publications Indexed in the Web of Science and Scopus // *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* [Questions of the theory and practice of journalism]. 4. 734-744(2021). <https://doi.org/10.17150/2308-6203.2021>.
8. Morozova A.A. Fenomen iskusstvennogo intellekta v sovremennoj nauke: ponjatie, vektory i problemy primeneniya v sfere massmedia [The phenomenon of artificial intelligence in modern science: the concept, vectors and problems of application in the field of mass media] // *Znak: problemnoe pole*

mediaobrazovaniya [The sign: a problematic field of media education]. 4(42). 41-52(2021). <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10405>.

9. Ignateva M.V. PR-specialisty vs nejroset': v ch'ju pol'zu budet schet? [PR specialists vs neural network: in whose favor will the bill be?]. (Krasnojarsk, 2023. 120-125 p.).

10. Rai N. Why Ethical Audit Matters in Artificial Intelligence? // AI and Ethics. 2. 209-218(2021).

11. Intelligent Machines: The jobs robots will steal first. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/news/technology-33327659>. (Accessed: 03.02.2025)

12. Shkalenko A.V. Vlijanie iskusstvennogo intellekta na kreativnye industrii: tendencii i perspektivy [The impact of artificial intelligence on creative industries: trends and prospects] // Vestnik VolGU. Seriya 3: Jekonomika. Jekologija [Bulletin of the Volga. Series 3: Economics. Ecology]. 3. 44-59(2022). <https://doi.org/10.15688/2022-0596-2021-10321>.

13. XIV Vserossijskij forum delovyh SMI: nejroset' - novyj instrument dlja sozdanija kontenta [XIV All-Russian Business Media Forum: neural network is a new tool for creating content] [Electronic resource]. Export.Link. Available at: <https://m.rusexporter.ru/news/detail/15924/> (Accessed: 02.02.2025)

Авторлар туралы мәлімет:

Секей Ж. – филология ғылымдарының кандидаты, қазақ филологиясы және журна-листика кафедрасының аға оқытушысы, Шәкәрім университеті, Семей, Қазақстан.

Хибадуллина А.С. – магистр, қазақ филологиясы және журналистика кафедрасының аға оқытушысы, Шәкәрім университеті, Семей, Қазақстан.

Сағындықызы Г. – гуманитарлық ғылымдар магистрі, қазақ филологиясы және журналистика кафедрасының аға оқытушысы, Шәкәрім университеті, Семей, Қазақстан.

Сведения об авторах:

Секей Ж. – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры казахской филологии и журналистики, Университет имени Шакарима города Семей, Казахстан.

Хибадуллина А.С. – магистр, старший преподаватель кафедры казахской филологии и журналистики, Университет имени Шакарима, Семей, Казахстан.

Сағындыккызы Г. – магистр гуманитарных наук, старший преподаватель кафедры казахской филологии и журналистики, Университет имени Шакарима, Семей, Казахстан.

Information about the authors:

Sekey Zh. – Candidate of Philological Sciences, Senior Lecturer, Department of Kazakh Philology and Journalism, Shakarim University, Semey, Kazakhstan.

Khibadullina A.S. – Master's degree holder, Senior Lecturer, Department of Kazakh Philology and Journalism, Shakarim University, Semey, Kazakhstan.

Sagyndykkyzy G. – Master of Humanities, Senior Lecturer, Department of Kazakh Philology and Journalism, Shakarim University, Semey, Kazakhstan.



IRSTI19.51.09
Scientific Article

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-151-2-176-196>

The Ideological Struggle of «Yash Turkistan»: an Alternative Perspective Against Soviet Propaganda (Based on Issues No. 1-13)

U. Saidirakhman*¹, G. Akseit²

¹Shakarim University, Graduate School of Philology, Semey, Kazakhstan

²L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

(E-mail: *ushkyn86@gmail.com, gam14031978@gmail.com)

Abstract. The function of Yash Turkistan in thwarting Soviet propaganda is examined in this essay. Throughout the 1920s and 1930s, Turkic intellectuals living abroad battled to preserve national consciousness and the aspiration for independence, while the Soviet government used propaganda to silence critics. By developing a counterargument that revealed the harshness of Moscow's rule, they opposed Soviet ideological control. This study analyzes Yash Turkistan's journalistic strategies in opposing Soviet ideology, focusing on its first 13 issues (1929–1930). Using historical-comparative, discourse, and content analysis, it explores how the journal framed Soviet policies as “Red Imperialism” and provided a platform for political awakening. More than an émigré publication, Yash Turkistan functioned as an intellectual platform shaping an alternative historical narrative. Its informational struggle played a key role in preserving national identity. This study examines the efforts of Turkic intellectuals to maintain political consciousness in exile and provides insights into the émigré press's role in opposing Soviet ideological domination by analyzing its resistance tactics.

Keywords: Yash Turkistan, Soviet propaganda, émigré press, informational resistance, alternative perspective, Mustafa Shokay.

Introduction

The émigré press played a significant role in the intellectual opposition to the Soviet state in the first half of the 20th century. These magazines, which operated outside of Soviet Russia, fostered alternative public discourse, critically challenged Bolshevik ideology, and attempted to offset the widespread influence of Soviet propaganda. As anti-Bolshevik sentiment among Russian expatriates increased in the early 1920s, a number of newspapers reflecting a range of ideological viewpoints were founded. One such publication was *Sovremennye Zapiski* (Modern Notes), which functioned as a hub for the larger émigré population. It was later joined by *Obshchee Delo* (Common Cause), which positioned itself as a unifying publication for émigrés of different backgrounds. From 1921 onwards, the *Poslednie Novosti* (Latest News), affiliated

Received: 25.03.2025; approved: 15.04.2025; available online: 28.06.2025

with the left wing of the People's Freedom Party and the Republican-Democratic Association, as well as the monarchist-oriented *Vozrozhdenie (Renaissance)*, further expanded the Russian émigré press landscape [1], [2, 122-125].

Among the Turkic-language émigré periodicals, publications such as *Yeni Türkistan*, *Otly Yurt*, *Bildirish*, *RusInkilabi*, *Amal*, and *Milli Yol* played a significant role. In his research, Professor Kocaoğlu [3, 21-24] was the first to compile a comprehensive list of these newspapers and journals. Each of these publications adhered to its distinct editorial approach while representing the national interests of the Turkic peoples. However, among them, *Yash Turkistan* held a particularly prominent position due to its bold advocacy for the unity and independence of Turkistan [4, 191-192].

Soviet propaganda functioned as a primary tool for strengthening socialist construction and entrenching communist ideology. Rooted in Leninist principles, this propaganda aimed at a fundamental transformation of public consciousness. The Soviet regime interpreted history through a Marxist-Leninist lens, reducing the independence and self-governance rights of national republics to mere rhetorical slogans. In reality, this policy was designed to keep Turkic peoples under Moscow's full control, restricting their political and cultural development [5].

In response, *Yash Turkistan* launched a direct ideological battle against the Soviet information system. The journal encouraged its readers to critically examine the true nature of Soviet propaganda and proposed alternative discursive strategies to counter it.

First, the journal framed Soviet rule in Turkistan as a new form of colonialism. Its authors explicitly labeled the Soviet government as "Red Imperialism," exposing its dominance over the economic and political life of local populations.

Second, *Yash Turkistan* sought to challenge historical distortions by revisiting past events. It disputed the Soviet interpretation of the Alash and Turkistan movements as merely "bourgeois movements," contending that they had strong popular backing.

Third, the publication refuted the Soviet propaganda's "national self-governance" lie. It proved that the so-called national republics were only administrative organizations directly controlled by Moscow and lacked true sovereignty.

In light of this, *Yash Turkistan* developed into more than just a newspaper; it became an essential ideological forum that promoted national awareness, exposed the colonial aspects of Soviet governance, and galvanized political opposition among Turkistan's peoples. The publication, which Mustafa Shokay founded and published, was instrumental in refuting the narratives of the Soviet system, upholding the right of Turkic nations to self-governance, and bringing Turkistan's predicament to the attention of the world.

This study investigates the alternative discourse methods used by the journal and looks at how *Yash Turkistan* resisted Soviet propaganda. Unlike previous research, which often focuses on the historical context of the publication, this study highlights its function as an instrument of informational resistance and publicistic discourse. The research subject is defined accordingly. By focusing on materials published between 1929 and 1930, the study investigates the strategies and methods used by the journal to counter Soviet ideological influence. Thus, the first 13 issues of *Yash Turkistan*, published in 1929-1930, have been selected as the primary research object.

To achieve this objective, the following tasks have been set:

- To describe the ideological foundations and informational mechanisms of Soviet propaganda;
- To identify the discursive strategies employed by *Yash Turkistan* in its resistance against Soviet propaganda;
- To analyze the publication's methods of constructing alternative concepts in opposition to Soviet slogans and ideological formulations;
- To examine the journal's journalistic techniques and rhetorical structure;
- To evaluate the role and significance of *Yash Turkistan* within the émigré press.

The research is based on historical-comparative analysis, discourse analysis, and content analysis. The historical-comparative method allows for a parallel examination of the issues raised in *Yash Turkistan* alongside the policies of the Soviet propaganda system. Discourse analysis helps to scrutinize the publication's ideological stance and counter-strategies against Soviet rule. Meanwhile, content analysis systematically categorizes the journal's materials, identifying key concepts and terminological structures.

Within the scope of this study, the informational strategies employed by *Yash Turkistan* in its struggle against Soviet propaganda are examined in depth. Although earlier studies have examined the publication in relation to Mustafa Shokay's legacy [6, 263-273], [7, 189-203], [8, 105-118], this one focuses on how it shaped a counter-propaganda discourse to Soviet propaganda.

The importance of *Yash Turkistan* in the Turkic émigré movement has been highlighted by international researchers, especially by Tülay Köseoglu [9, 431-443], who conducted a thorough analysis of the journal for her doctoral dissertation [10]. In her monographic research [11], she conducted a detailed analysis of *Yash Turkistan*'s materials. The journal also features research by Çelebi [12] that looks at the Turkistan national struggle through the lens of this publication, as well as pieces by Timur Hocaoglu [3, 25-29] and Tülay Duran [3, 7-11]. Specialized research on the language and historical personalities of *Yash Turkistan* has been carried out by Fatma Açık [13, 23-28], [14, 909-918]. Furthermore, Koç [15, 99-113] has analyzed Soviet Turkistan's indigenization policies through the perspectives of *Yash Turkistan* and *Yeni Türkistan*.

These studies have highlighted the significance of *Yash Turkistan* within the Turkic émigré press and its role in amplifying the voices of Turkic intellectuals striving for independence. Additionally, they have outlined the journal's contribution to shaping political ideas in the pursuit of Turkistan's liberation. However, since all these scholars have examined the publication primarily from a historical perspective, it becomes necessary to analyze *Yash Turkistan* as a journalistic entity to fully comprehend its publicistic discourse. In this regard, the present study takes on particular importance.

The official line of the Soviet Union was significantly refuted by Mustafa Shokay's works and intellectual position. In order to identify the philosophical underpinnings and strategic approach of the journal, this study considers the viewpoints of its major contributors and analyzes their articles.

By delving into the journal's content, this study assesses its contribution to shaping an alternative discourse in opposition to Soviet propaganda. It also highlights the émigré press's wider function as a weapon of political conflict. Further understanding of the mechanisms of informational resistance and the growth of national consciousness among Turkic populations during the 20th century is also provided by the research findings.

In the end, *Yash Turkistan* is notable for being a key work in the political awakening of the Turkistan people. An intellectual legacy that is still important today, it was crucial in maintaining national identity and expressing a different perspective that directly opposed Soviet ideological hegemony. The ideas and issues raised by the journal remain relevant to this day, as confirmed by the study's findings.

Research methods

This study examines the role of *Yash Turkistan* in shaping an alternative perspective against Soviet propaganda. The Soviet leadership aggressively implemented a pervasive propaganda apparatus in the 1920s and 1930s to solidify its rule and stifle opposing viewpoints. In defiance of this, exiled Turkic intellectuals took on the task of opposing Soviet ideological influence in an effort to provide a different viewpoint that upheld their people's right to self-determination and protected national consciousness. In this regard, *Yash Turkistan* became a crucial forum for revealing and evaluating Soviet policy towards the Turkistan people.

The first 13 issues of *Yash Turkistan*, which were released between 1929 and 1930, are the subject of this study. Specifically, it analyzes 54 political articles, 10 literary works, 2 book reviews, and 22 major news reports (including coverage on Turkistan and foreign affairs). These materials form the foundation for assessing the journal's informational strategies and methods in its struggle against Soviet ideological control.

To conduct a comprehensive analysis of the topic, this study seeks to answer the following key questions:

- What were the ideological foundations of Soviet propaganda concerning the peoples of Turkistan?
- What strategies did *Yash Turkistan* employ to counter Soviet propaganda?
- How did the journal refute Soviet ideological doctrines?
- What alternative historical interpretations did the journal's authors propose in response to Soviet policies in Turkistan?
- What impact did *Yash Turkistan*'s resistance to Soviet propaganda yield?

By addressing these research questions, we put forward the central hypothesis that *Yash Turkistan* played a crucial role in awakening the political consciousness of Turkistan's peoples by constructing an alternative discourse to Soviet propaganda and exposing the true nature of colonial policies. Furthermore, we suggest that the journal's content functioned as a tool of intellectual opposition, methodically demolishing Soviet myths and slogans while promoting the right of Turkistan's peoples to self-governance.

The study uses a variety of methodological techniques to support these two research hypotheses. In particular, *Yash Turkistan*'s texts are examined using discourse analysis to pinpoint the main conceptual frameworks and rhetorical devices employed to challenge Soviet ideology. By methodically classifying the journal's main ideas and metaphors, content analysis enables a more thorough comprehension of the alternative ideological tactics it used to counter Soviet propaganda. The ideological differences and underlying narratives of Soviet propaganda materials and those of the émigré press are also contrasted using historical-comparative analysis.

There are three stages to the research. Press documents from the 1920s and 1930s are examined in the first part. The second phase focuses on analyzing the texts of *Yash Turkistan* to determine the structural framework of its alternative discourse opposing Soviet political doctrines. The third phase explores the ideological confrontation between the journal's ideas and Soviet propaganda.

It is crucial to recognize some of this study's shortcomings. The research does not cover the entire historical development of the journal's ideological position because it only looks at issues 1-13 of *Yash Turkistan* from 1929-1930. Furthermore, it is still methodologically difficult to measure and visually evaluate the degree of Soviet propaganda's impact on the Turkistan audience. Nevertheless, this study highlights the wider relevance of the émigré press as an instrument of political opposition and helps to elucidate the role of *Yash Turkistan* in creating an alternative discourse against Soviet propaganda, despite these limitations.

A thorough and interdisciplinary approach is guaranteed by the methodological framework mentioned above, enabling a nuanced examination of the journal's informational tactics and its role in the larger ideological conflict of the time.

Findings/Discussion

Soviet propaganda was not just a means of shaping public opinion – it was a core ideological instrument designed to maintain the stability of the regime. Unlike in many other political systems, Soviet propaganda had no strict boundaries. The Bolsheviks consolidated control over all channels of influence, merging them into a single, state-controlled ideological apparatus. Schools and mass media were systematically turned into propaganda tools, a process in which the regime achieved considerable success [16, 503]. Propaganda permeated nearly every aspect of life, from literature and the arts to science and education. Even industry and agriculture were drawn into its orbit, ensuring that Soviet ideological narratives shaped not only political discourse but also daily economic activities. Leisure time, too, was not free from state influence, as Soviet propaganda extended into all spheres of life [17, 272].

Scholar Crystal Dome provides a sharp assessment of this reality: *"This resulted in a vast psycho-political system which operated through press, radio, theater, films, local and factory bulletins, conferences, and meetings. In this sense, the entire life of the citizen became the object of propaganda"* [18].

The Soviet Union promoted the establishment of "national republics" in Turkistan as a significant step toward independence. It claimed that the Kazakh, Uzbek, Turkmen, Kyrgyz, and Tajik Autonomous Republics had been given the right to self-government and portrayed their founding as a significant turning point. Under the 1924 and 1936 Constitutions, official rhetoric defended their entry into the Soviet Union as an essential measure to safeguard the interests of the local populace. The Turkic peoples were guaranteed equality and autonomy under this system, according to Soviet leaders.

In reality, however, these republics functioned under Moscow's strict control, with self-government existing only in name. Local leadership remained subordinate to Soviet directives, and key political and economic decisions were made in the Kremlin. Although the Soviet

leadership continued to portray this system as proof of their commitment to national equality; in fact, it was centralized and designed to maintain Moscow's influence over the region [19, 233]. However, these republics' claims of sovereignty were only symbolic in practice, since Moscow still maintained direct control over them.

Yash Turkistan, on the other hand, offered an alternative historical perspective that vehemently challenged the Soviet narrative and revealed weaknesses in Soviet history. According to the publication, the so-called national republics were essentially administrative entities completely under the control of Moscow and were only an extension of Soviet ideology. *"The Bolsheviks saw it as a threat when the historical term 'Turkestan Turks' was used in place of regional names like Uzbek, Kazakh, Turkmen, and Kyrgyz,"* according to a 1930 journal article. It strongly disagreed with the idea that these republics constituted genuine self-governance, arguing that their goal was to artificially divide and erode the unity of the Turkic peoples. *With Russian bayonets, they divided our people and artificially labeled each group with the deceptive title of a 'national republic'"* [20, 2-5]. *Yash Turkistan* described this process as a continuation of the Tsarist-era "divide and rule" strategy, emphasizing that Soviet authorities deliberately used the creation of artificial republics to erode national unity.

Yash Turkistan went into additional detail about the goals of this program in issues No. 7-8, emphasizing how the Soviet authorities first pretended to promote Pan-Turkism before condemning it as a threat. The information flow presented in the publication corresponds to the model of political and ideological work related to the emancipation of the Indian people, as developed by the renowned scholar V. Lazaretti [21]. An important event was noted in the magazine when the "Congress of Muslim Communist Organizations" convened in Tashkent in 1919 and formally proposed unifying all Turkic peoples under a single "Turk" moniker. As a result of Red Moscow's influence, the congress decided that "all Turkic peoples – Tatars, Bashkirs, Kyrgyz, Kazakhs, Uzbeks, Turkmens, and others – must unite under the banner of the Turkestan Socialist Soviet Republic with the support of Soviet Russia." However, the Bolsheviks later realized that this so-called "Pan-Turkist" movement posed a direct danger to their rule. They then moved swiftly to dismantle the unified Turkestan region by dividing it into multiple "independent" republics [22, 12-21].

The journal's articles consistently framed this division of "national republics" as a deliberate political manipulation aimed at weakening the historical, cultural, and economic ties among the Turkestan peoples. *Yash Turkistan* exposed the policy's underlying purpose with the following assessment: *"Under the shadow of Russia's 'divide and rule' policy, every part of Turkestan was severed from its historical connections to surrounding regions and placed under direct dependency on Moscow. The Bolsheviks tirelessly promoted these actions as great achievements in the struggle for the liberation of Eastern peoples"* [23, 16-20].

Synthesizing these perspectives, *Yash Turkistan* viewed the Soviet policy of establishing "national republics" as a disguised form of Bolshevik colonialism under a new name. While the Bolsheviks initially appeared to support the unity of Turkic peoples, *Yash Turkistan* argued that their true aim was to divide them into multiple political entities, ensuring their direct subordination to Moscow. Although the Soviet government justified these actions with ideological slogans such as "national self-governance" and "national equality," the journal

sought to expose the colonial essence hidden behind these policies. The Soviet authorities claimed to have granted independence to the peoples of Turkistan, yet *Yash Turkistan* refuted this narrative, portraying these so-called republics as administrative structures without genuine political or economic autonomy. It condemned this system as a new form of "Red Imperialism." By presenting a different viewpoint against Soviet control, *Yash Turkistan* established itself as a vital forum for Turkic intellectuals living abroad.

Soviet propaganda brushed aside the Turkistan peoples' 1917 fight for the establishment of the Turkistan Republic and the Alash Autonomy as a purely "bourgeois movement," depriving it of its importance for national independence. These initiatives were depicted by Soviet ideologues as an attempt to reinstate the previous feudal system by Turkistan's intellectual elite. They asserted: "*With Shokay at the helm, Turkistan's capitalist intellectuals sought to re-establish the Kokand Khanate and form a government. They took up arms and rebelled against the Turkistan Republic*" [24]. The Soviet press also justified the 1918 Kokand Massacre, branding it as a necessary measure to suppress a "counterrevolutionary uprising."

However, *Yash Turkistan* actively rejected these Soviet narratives. Mustafa Shokay provided a counterargument, explaining the root causes of the national movement in Turkistan. He recognized two essential elements: first, that Turkistan's citizens were a separate nation from Russians, and second, that Turkistan's economic and national interests were inherently at odds with Russia's. According to Shokay, anyone who recognized and defended these interests was labeled a "Shokayist" by the Soviet regime [25, 5-16].

Yash Turkistan exposed Soviet colonial policies in Turkistan not only through its own analyses but also by referencing non-Soviet sources. For instance, the journal cited a statement from *Turkestanskiy Kuryer*, published on September 5, 1917: "*The functions previously carried out by Russian groups in Turkistan during the old Tsarist era have now been transferred to the Soviets of workers, soldiers, and peasants*" [26, 2-6]. This statement clearly reflected the reality that Soviet rule in Turkistan was merely a continuation of colonial governance under a new ideological framework. By publishing such references, *Yash Turkistan* actively countered Soviet propaganda, correcting distorted narratives and reinforcing the historical struggle of the Turkistan peoples through documented evidence.

Mustafa Shokay's use of *Turkestanskiy Kuryer* as a source to expose the colonial nature of Soviet rule in Turkistan was far from coincidental. This argument offers deeper insight into the true nature of Bolshevik governance in the region. The Soviet Union's takeover of Turkistan was more than just a change of regime; it was the continuation of a colonial system under a different name. The Soviet government successfully preserved the imperial domination that the Tsarist government had previously held, despite its socialist rhetoric. The quote from *Turkestanskiy Kuryer* stands as an open acknowledgment of this reality.

Further reinforcing this argument, *Turkestanskiy Kuryer* also published the observations of Yu. "Can the Soviet of Soldiers, Workers, and Peasants' Deputies in Turkistan be considered a truly democratic organization that reflects the will of the broad masses?" Poslavsky asked, questioning whether the Soviet Councils in Turkistan represented the majority of the local population. *The answer can only be one: it cannot.*" He argued that these Soviets were completely detached from the indigenous people of the region, as their membership was composed exclusively of Russian

soldiers, workers, and peasants. This composition, according to Poslavsky, was clear evidence of the colonial nature of Soviet rule in Turkistan. Rather than introducing socialist equality and justice, the Bolsheviks established a new system of governance that prioritized the interests of Russian worker-soldiers over those of the local population.

A similar critique appeared in *Turkestanskiye Vedomosti*. In its issue dated August 8, 1917, the newspaper described Bolshevik policies as follows: *"Bolshevik-Leninist organizations, through all their actions during the revolution, have positioned themselves outside the framework of social democracy as a proletarian class party. Their activities have been limited to promoting expropriation and destruction, inciting discord within the armed forces... harmful to both the people and the working class."*

These accounts demonstrate that even contemporary sources acknowledged that Soviet rule in Turkistan was not an emancipatory project but rather an extension of colonial domination under a new ideological banner. *Yash Turkistan* established itself as a critical voice opposing the Soviet-imposed historical narrative and promoting the actual political and national rights of the Turkistan peoples by drawing attention to such facts.

According to these reports, Soviet policies in Turkistan were created to benefit Russian settlers rather than the native populace. The Soviet administration maintained colonial control under a new ideological framework while marginalizing indigenous communities with the help of the Russian working class. This proves that the Bolshevik government was really a rebranding of the Tsarist one, using new ideological slogans, and was not inherently different from it. Lewis's assertion that "colonial power often shifts and transforms from one form to another" [27] reflects one of the historical realities that characterizes the political situation in Turkistan. *Yash Turkistan* conducted a thorough analysis of the statements published in *Turkestanskiy Kuryer* and *Turkestanskiye Vedomosti*, using them to emphasize that the peoples of Turkistan did not experience true freedom under Soviet administration. Mustafa Shokay's article "How the Bolsheviks Write 'History'" [28, 31-33] is a notable illustration of this criticism. Despite being only 273 words long, this article was very influential in revealing how the Soviets distorted Turkistan's history. Shokay maintained that Soviet authorities purposefully manipulated historical facts and misrepresented events to fit their own narrative by rewriting history through the prism of communist ideology to justify their rule.

To defend its authority, denounced movements it called "bourgeois" or "colonial," and portrayed the Soviet revolution as a natural manifestation of the will of the people, the Soviet leadership deliberately rewrote history. Through this approach, the political movements of the peoples of Turkistan were reframed as counterrevolutionary actions against Soviet power, and their aspirations for self-governance were rejected. *Yash Turkistan* was essential in opposing Soviet historical misinformation and promoting the actual political and national rights of Turkistan's indigenous peoples by dismantling these official myths.

M. Shokay exposed the manipulative tactics of Soviet historiography by using the history of the 1917 Kokand Autonomy as a case study. He argued that Soviet historians not only distorted historical facts but also fabricated entire events, even inventing fictional figures to construct a "manufactured history." Shokay specifically analyzed Soviet historian Alekseenkov's article on the Kokand Autonomy, demonstrating that several of the names listed in it had no basis in reality.

He wrote: *"The Bolshevik 'historian' Alekseenkov claims that eight individuals were members of the Kokand government. However, five of them are entirely his inventions. These fabricated names are: Potilakhov, Miralay (Colonel) Chanyshhev, Zigel, Vadyaev, and Yusup Davidov. None of these individuals were ever part of the government."*

Shokay emphasized that these figures never played a role in the leadership of the Kokand Autonomy and that Soviet historians deliberately introduced them to portray the autonomy as a movement controlled by external forces. He also pointed out another falsehood in Soviet historical accounts – the claim that an individual named Chanyshhev was a leader of the Kokand Autonomy. Shokay refuted this outright, writing: *"There was no such person as Miralay (Colonel) Chanyshhev or anyone else by that name among us. In fact, because of his close ties to the Bolsheviks, I ordered that he not be allowed to enter the government building."* His arguments reveal how Soviet historians manipulated facts, inventing figures to rewrite the history of the Kokand Autonomy in a way that aligned with their ideological objectives.

So, who were the actual leaders of the Turkistan Autonomy (Kokand Autonomy)? Mustafa Shokay addressed this question in another of his writings. He explained that during the IV Extraordinary Regional Congress, which proclaimed the autonomy, a 54-member People's Council was elected, consisting of 36 representatives from Turkistan and 18 from the Russian population. Listing the members of the Autonomous Government, Shokay provided the following names: *"Mukhamedzhan Tynyshbay (engineer, former member of the Russian State Duma), Haditbek Iorgolo Agha (engineer, agronomist), Gubaidolla Khoja, Gabdyrakhman Bek Orazai (lawyer), Gabdizhan Makhmud (Deputy Mayor of Kokand), Mirgadil (Mayor of Janamargulan and Chairman of the National Council of Fergana Province), Nasirkhan (from Namangan), Mustafa Shokayuly (lawyer, Chairman of the Turkistan National Council), and Solomon Hartisfeld (Jewish)"* [29, 6-8].

Shokay's meticulous documentation of the actual leadership of the autonomy stood in stark contrast to Soviet attempts to rewrite history. His efforts exposed the deliberate distortions in Soviet historiography, particularly how fabricated figures were inserted into official narratives to delegitimize the Turkistan movement and present it as an externally influenced endeavor. By implementing these changes, Yash Turkistan was able to preserve the historical authenticity of Turkistan's independence movement while also challenging Soviet propaganda.

The 1917 establishment of the Turkistan Autonomy was one of the first political campaigns in favor of the Turkistan peoples' right to self-governance. The Soviet administration dismissed this movement as a "bourgeois-nationalist rebellion," framing it as a protest against the Soviet revolution. Soviet historians attempted to portray the autonomy as a counterrevolutionary movement rather than as a natural expression of the Turkistan peoples' desire for self-government. The desire of the local populace to govern itself gave rise to the Kokand Autonomy, which was a legal and natural movement. However, Soviet officials classified the event as an armed rebellion against Soviet rule and refused to recognize its popular nature.

This inconsistency in Soviet historiography was brought to light by Mustafa Shokay. Despite its efforts to portray itself as a supporter of "national self-determination," the Soviet leadership also labeled the Turkistan peoples' earnest quest for self-governance as a rebellion. Shokay employed a variety of techniques to expose the inconsistencies in the Soviet narrative and disprove historical inaccuracies. To show how Soviet historians created persons and

misrepresented them as the leaders of the autonomy, he provided particular facts and names. He also demonstrated how the communist government altered history to suit its ideological objectives, exposing the ideological motivations underlying Soviet historiography. Shokay offered an eyewitness narrative supported by verifiable historical facts because he was both a direct participant in the Kokand Autonomy and its second president.

Mustafa Shokay's article *"Большевиктер «тарихты» қалай жазады?" (How the Bolsheviks Write 'History') [28, 31-33]* stands as a crucial source in uncovering how Soviet historiography manipulated historical narratives to shape public perception. In his work, Shokay exposed the deliberate spread of misinformation, the false narratives propagated by the Soviet press, and the fact that the Kokand Autonomy was, in essence, a genuine grassroots movement. By doing so, he constructed an alternative historical discourse that countered Soviet propaganda and sought to preserve the historical truth of the Turkistan peoples. This article remains a valuable resource for studying historical objectivity and understanding the mechanisms of ideological distortion in historiography.

The article *"Түркістандықтар – бастарын имегендер" (Turkestanis – The Unbowed)*, published in issues No. 3-4 of *Yash Turkistan*, stands as one of the journal's most notable publications. It vehemently denounces the Soviet authorities for feeding foreign communists misleading information about Turkistan. The essay emphasizes how Soviet officials gave the outside world a skewed account of events that did not accurately represent the actual circumstances on the ground. *"These Soviet guests, who are not familiar with our people's language and customs, have spread throughout the world the lies and weak narratives fabricated by Moscow's Bolsheviks and their deceitful agents,"* says *Yash Turkistan*, condemning this deception.

The journal did not merely critique this issue but also actively exposed the biased nature of Soviet propaganda by countering it with alternative foreign sources. It cites American journalist Lindsay Hobson, who described the reality of Soviet rule in Turkistan: *"Turkistan is the heart of Asia and was only conquered by the Russians at the end of the last century... The Uzbeks, Turkmens, and other indigenous people of the region never voluntarily submitted to Russian rule. Now, they are not just under Russian control, but under the domination of Russian Bolsheviks who seek to dismantle their national identity. As a result, their resistance to Russian authority is growing stronger by the day."* By referencing such external perspectives, *Yash Turkistan* reinforced its arguments and strengthened the credibility of its position against the Soviet narrative.

On its pages, *Yash Turkistan* systematically dismantled Soviet historiography's distortions through three main aspects:

1. The Popular Character of the Turkistan Autonomy. The publication underlined that the Turkistan Autonomy was a true grassroots rebellion that involved farmers, peasants, and religious leaders rather than only being an intellectual movement. Soviet propaganda, which attempted to present the autonomy as a bourgeois movement divorced from the people, was clearly refuted by this.

2. The Soviet Union's oppressive policies. The repressive practices of the Soviet administration in Turkistan, including its use of force during the Kokand Massacre, were made public by *Yash Turkistan*. Terms like *"Red Massacre"* and *"Red Terror"* were used in the magazine to describe these acts and highlight the violence committed against the local populace.

3. History was manipulated by the Bolsheviks. Historical events were methodically rewritten by Soviet historians to conform to socialist ideology. This method was made public by the journal, which claimed that its ultimate objective was to stifle the truth and obliterate historical memory.

By means of its research methodology and dependence on external resources, *Yash Turkistan* was essential in refuting Soviet disinformation and maintaining a different historical narrative that faithfully captured the hardships of the Turkistan peoples.

One of *Yash Turkistan*'s most important works in creating a counter-Soviet discourse was the article "Түркістандықтар – бастарын имегендер" (Turkestanis – The Unbowed). It aimed to present the true conditions in Turkistan, refute Soviet propaganda using foreign sources, and advocate for national independence and unity. The article directly called upon the youth of Turkistan to resist colonial oppression and outlined the political, social, and cultural stakes of the Turkistan peoples.

From the perspective of journalism studies, the article carries a strong ideological and propagandistic tone. It was not merely an informational piece but also served as an instrument of mobilization, urging readers to take active steps in the struggle for national liberation. The closing section of the article explicitly calls for national resistance. It implies that the struggle against Soviet control ought to progress beyond ideological disagreement and turn into open warfare. There is a noticeable change from passive protest to active engagement in the phrase, "Destroying the 'Red Fortress' that the Muscovites have built around our homeland is our sacred duty." Additionally, emotionally charged terminology is used in the statement "Let the fire of national freedom burn with strong flames!" to further emphasize the demand for national independence.

Yash Turkistan consistently portrayed Soviet rule in Turkistan as a new form of colonialism. The journal's authors referred to this system as "Red Imperialism", framing it as a continuation of Tsarist Russia's colonial policies. Throughout its publications, *Yash Turkistan* denounced the oppressive and exploitative nature of Soviet policies through various rhetorical strategies. One of the most striking linguistic patterns was the frequent use of terms associated with the word "red" to describe the destructive aspects of Soviet rule (see Table 1).

Through this publication and similar writings, *Yash Turkistan* played a critical role in countering Soviet narratives, exposing the colonial nature of Bolshevik policies, and inspiring resistance among the Turkistan peoples.

Table 1. Soviet Authority Descriptions Using the Term "Red" in Issues No. 1-13 of *Yash Turkistan*

	Phrase	Author	Title of the Material	Journal Issue
1	Red Russian Imperialist, Red Russian Imperialist Commissars	A Turkestani	Патшалық Россия министрік ривошей-нің түркістан мақташылығына көзқарасы" (Tsarist Russia's Minister Krivoshein's View on Turkistan's Cotton Industry)	No. 1
2	Red Russian Atrocities	Altai Noyan	"Советтік Россия "қылмыстан" аулақ" (Soviet Russia is "Free from Crime")	No. 1

3	Red Colonizers	Janai	“Түркістанда жергіліктендіру неден көрініс береді?” (How is Indigenization Reflected in Turkistan?)	No. 2
4	Red Imperialists	Young Turkestani	“Орыс езгісіндегі түркістандықтардың ұлттық әрекеттерінен” (On the National Actions of Turkistanis Under Russian Oppression)	No. 2
5	Moscow’s Red Imperialists	Timuruly	“Түркістанда мектеп мәселесі” (The Issue of Schools in Turkistan)	No. 2
6	The Poisonous Claws of Red Imperialism, Red Imperialism	M. Sh.	“Мақта атырабындағы күрес” (The Struggle in the Cotton Region)	No. 3-4
7	The Oppression of Red Russia	Turkistan Independence Advocate	“Үндістанда” (In India)	No. 3-4
8	The Bloody Bayonet of the Red Army	M. N.	“Қызыл тәшкенттік мырзалар” (The Red Lords of Tashkent)	No. 3-4
9	Red Imperialists	Iirtem	“Бұхарлықтар қайғысы” (The Sorrow of the Bukharans)	No. 3-4
10	Red Russian Imperialists		“Түркістан шайырларынан” (From the Poets of Turkistan)	No. 3-4
11	Russian Red Spears		“17 февраль” (February 17)	No. 5-6
12	Red Russians' Falsehoods, Russian Red Imperialism	N. M.	“Большевиктердің түркістандағы саясатына бір алман назары” (A German Perspective on the Bolsheviks' Policy in Turkistan)	No. 5-6
13	Red Moscow Agents	Mysh	“Сағидолла қасым соты” (The Trial of Sagidolla Qasym)	No. 7-8
14	Russian Red Colonizers	Young Turkestani	“Алман қаламгерінің түркістан әсерлері” (A German Writer's Impressions of Turkistan)	No. 9-10
15	Red Thorny Propaganda Under Our Feet	Iyilter	“Түркістан құрбашыларына” (To the Turkistan Rebel Leaders)	No. 11
16	The Crimson Lies of the Red Devils		“Түркістан хабарлары” (Turkistan News)	No. 11
17	Moscow’s Red Colony, Red Moscow Dictatorship	M. Sh.	“Түркістан партия құрылтайларында” (At the Turkistan Party Congresses)	No. 12
18	Red Bloodthirst, Red Russian Imperialism	Mustafa Shokayuly	“Идеология майданындағы күрес”(The Struggle on the Ideological Front)	No. 13

19	Red Russian Fanatics, Red Russian Imperialism	Timuruly	“Россияның бүгінгі жағдайы жәнәтүр-кістандықтардың міндеті” (The Current State of Russia and the Responsibilities of the Turkistanis)	No. 13
----	---	----------	--	--------

As seen in the table, *Yash Turkistan* systematically employed the term “red” in various negative contexts to describe the colonial nature of Soviet rule. This rhetorical strategy served as a means of publicly denouncing Bolshevik rule. The writers of *Yash Turkistan* purposefully reinterpreted the word “red” as a sign of Soviet oppression, colonialism, and cruel control, in contrast to Soviet propaganda that portrayed it as a symbol of revolution, advancement, and a new age.

In our view, this strategy served multiple purposes. First, phrases such as “Red Imperialism,” “Red Russian Imperialists,” and “The Bloody Bayonet of the Red Army” directly condemned Soviet colonial policies and acts of violence, exposing the true nature of Soviet governance. In this regard, the journal aimed to reveal the reality behind Soviet rule.

Second, by deconstructing the positive connotations of “red” within Soviet rhetoric, the journal’s authors offered an alternative interpretation that exposed the reality of communist rule. The second function of these “red”-based expressions, therefore, was to establish a counter-discourse that directly opposed Soviet propaganda.

Third, we believe that the editorial team of *Yash Turkistan* deliberately used these phrases to evoke an emotional response from readers and strengthen anti-Soviet sentiment. The repeated use of such descriptions intensified the journal’s ideological stance and reinforced its portrayal of the Soviet regime as an oppressive colonial power.

One of *Yash Turkistan*’s core informational strategies was the construction of an alternative discourse that directly challenged Soviet ideological terminology. The journal actively rejected Soviet propaganda terms and replaced them with terminology aligned with national interests. By characterizing Soviet rule with phrases such as “Red Imperialism,” “Red Colonizers,” and “Red Colony,” the journal sought to prove that Soviet policies were simply a continuation of Tsarist Russian colonialism (see Table 2).

This approach was aimed at dismantling the one-sided nature of Soviet discourse and exposing its colonial foundations. Furthermore, *Yash Turkistan* highlighted the contradiction between Soviet slogans promoting “national self-determination” and the reality of a centralized colonial system imposed on Turkistan. Through this alternative framework, the journal effectively countered Soviet claims and reinforced the idea that Soviet governance in Turkistan was an extension of previous imperial domination rather than a system of genuine national autonomy.

Table 2. *Yash Turkistan*’s Counter-Discourse Against Soviet Propaganda

Soviet Political Discourse	Alternative Discourse in <i>Yash Turkistan</i>		Concepts in <i>Yash Turkistan</i> ’s Discourse	Function of the Concept in the Publication
----------------------------	--	--	--	--

Proletarian Friendship	"Falseagents" "Deceptive propaganda"		Red Russian Imperialists	Describes the Soviet Union's policy of Russification and economic dominance
			Red Imperialists	
Soviet Rule	"Red Fortress"		Red Colonizers	Demonstrates that Turkistan peoples lost genuine autonomy under Soviet rule
			Russian Red Colonizers	
Socialist Development	"Communist Yoke"		Moscow's Red Colony	Illustrates Turkistan's complete political and economic dependence on Moscow
The Soviet Union as a Liberator	"Russian troops – the enforcers of Moscow's power and law in crushing the Turkistanis"		Red Moscow Dictatorship	Exposes the Soviet Union as an oppressive force rather than a liberator

The alternative discourse terms presented in the table illustrate how *Yash Turkistan* actively rejected the Soviet government's portrayal of the so-called "independence" granted to national republics. The journal's authors viewed this concept as entirely false, arguing that Soviet rule in Turkistan was nothing more than a continuation of Russian imperialism under a new ideological guise.

In addition, *Yash Turkistan* investigated and condemned in detail the brutality and repression of the Bolshevik regime. Strong terms like "The Bloody Bayonet of the Red Army" were employed in the publication to describe Soviet military aggression, even as phrases like "Red Bloodthirst" and "The Atrocities of Red Russia" demonstrated the savagery of Bolshevik authority. Using phrases like "The Crimson Lies of the Red Devils" to illustrate the deceitful nature of Soviet propaganda, the magazine emphasized how manipulative and misleading Soviet ideological discourse was. These rhetorical strategies demonstrate that *Yash Turkistan* saw the Soviet system as more than just a political adversary; it was an existential threat to the Turkistan peoples. The publication highlighted the Soviet Union's larger attempt to eradicate the region's political, cultural, and economic independence as well as the devastation of the local political elite through various expressions.

Yash Turkistan publicly discussed the disastrous effects of Soviet economic policy on the Turkistan region in addition to its political criticisms. The article described how Moscow used Turkistan's natural riches to turn the country into a supply of raw materials for the Soviet economy. This economic servitude was summed up in phrases like "The Yoke of Red Russia," which portrayed the region's complete economic dependence on Moscow, and "The Poisonous Claws of Red Imperialism," which emphasized how Soviet policies stifled economic advancement in Turkistan.

By employing these rhetorical techniques, *Yash Turkistan* sought to reveal the true nature of Soviet authority and educate its audience about the terrible realities imposed on the Turkistan

peoples. These language strategies were not just polemical, but also essential to the journal's broader effort to create a counter-narrative that directly challenged Soviet propaganda and supported the cause of national liberation.

Conclusion

This study looked at the journal's function in revealing Soviet policies regarding the Turkistan peoples, the ideological underpinnings of Soviet propaganda, and the tactics and discursive techniques used by *Yash Turkistan* to combat it. According to this perspective, *Yash Turkistan* was one of the most important émigré newspapers that aggressively supported the idea of national independence while simultaneously exposing the colonial aspect of Soviet administration.

A number of important conclusions can be made in light of the research findings: First, the examples from *Yash Turkistan* analyzed in this study allow us to identify the following characteristics of Soviet propaganda and discourse:

- The Soviet government selectively presented historical events, concealing those that contradicted its ideological narrative while glorifying episodes that aligned with its political agenda.

- Soviet historiography created new narratives that suited Soviet ideological goals by purposefully fabricating historical characters and events to influence records.

- One version of history was enforced by the Soviet government, which created an official version that stifled other viewpoints.

- To defend Soviet power, the national liberation efforts of the Turkistan peoples were purposefully distorted as "*bourgeois uprisings*" or "*counterrevolutionary rebellions*."

Second, the study revealed that *Yash Turkistan* employed several key informational strategies to counter Soviet propaganda:

- The newspaper exposed the Soviet government's actual colonial goals and the harsh character of Soviet administration in Turkistan by portraying it as "*Red Imperialism*."

- It posed a direct challenge to Soviet historiography, which characterized the Kokand Autonomy as a "*bourgeois movement*," rather than as the rightful result of the national liberation fight of the Turkistan people. To refute Soviet lies, the publication aggressively reinterpreted historical events.

- *Yash Turkistan* constructed an alternative discourse by offering counter-definitions to Soviet ideological concepts, particularly exposing the falsehood behind the slogan of "*national self-determination*". The journal tried to reframe ideological terminology to better serve the nation's interests.

Through the frequent use of the word "red" in derogatory settings, such as "Red Imperialism," "Red Oppressors," and "The Bloodstained Red Army," the publication aimed to create a counter-discourse and undermine Soviet propaganda. This rhetorical strategy sought to arouse readers' emotions, reveal the colonial character of Soviet rule, and call into question the validity of communist ideology.

Third, *Yash Turkistan* employed powerful journalistic and rhetorical tools to resist Soviet ideological influence:

- By methodically dissecting official Soviet slogans and storylines, the publication extensively employed rhetorical techniques to reveal the fallacy of Soviet propaganda.
- The fundamental contradictions and inconsistencies of Soviet political institutions and ideological frameworks were exposed through critical analysis.
- The publication proved that Soviet policies in Turkistan were a clear continuation of colonial rule by Tsarist Russia by using historical facts.
- Yash Turkistan's distinct approach represents a unique discursive model in the struggle against Soviet propaganda. In addition to providing facts, the journal served as an ideological tool that stoked the Turkistan peoples' desire for independence and preserved their historical consciousness.

Fourth, this study showed how important émigré journalism was in thwarting Soviet propaganda. In addition to being a source of information, Yash Turkistan was a political forum that supported independence and preserved national identity. The ideas put forward by Mustafa Shokay and the émigré intellectuals remained relevant not only in the first half of the 20th century but also in later periods.

Fifth, the study's conclusions advance our knowledge of Soviet information policy during the 20th century and the potential for resistance. This study also establishes the foundation for future research on the function of émigré journalism and how it affects ideological resistance. Comparative analyses of *Yash Turkistan* and other émigré magazines, including *Yeni Turkistan*, could be useful for future research in order to offer a more comprehensive viewpoint on the fight against Soviet propaganda.

To sum up, *Yash Turkistan* was crucial in forming the Turkistan peoples' political consciousness. It acted as an intellectual and ideological platform supporting Turkistan's political independence and offered an alternative viewpoint to Soviet propaganda. The content of the journal demonstrates that it was not merely a medium for disseminating information but also a spiritual foundation for the national liberation movement. Despite distortions in Soviet historiography, the ideas promoted by the journal remain relevant today.

This study contributes to a deeper understanding of the information struggle between the émigré press and Soviet authorities, offering a reassessment of this critical period in Turkistan's history.

This study was conducted within the framework of the scientific project of the grant funding of the Ministry of Science and Higher Education of the Republic of Kazakhstan, AP25796077 «The role of the Kazakh emigration press in the formation of intellectual discourse».

The contribution of the authors.

Akseit G.M. – coordinator of the research group, participant administration.

Saidirahman U. – literature review, organization and structuring of the material, text editing, correspondence with the editorial office.

Әдебиеттер тізімі

1. Веред Ю.Т. Журналисты и литературные деятели как участники и посредники межкультурного диалога эмигрантской России и Франции в 1920-х гг. Вестник Московского университета. Серия Журналистика. – 2019. – №4. – С.126–143. – DOI: <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.4.2019.126143>
2. Кутаренкова Т.С. Русская периодическая печать во Франции в 1920-х гг.: Типология и проблемы развития. Вестник РГГУ. Серия: История. Филология. Культурология. Востоковедение. – 2012. – №13(93). – С.117–129
3. Kocaoğlu T., Duran T. Yaş Türkistan: Türkistan milli istiklal fikrige hizmet edüci aylık mecmua. – İstanbul: Ayaz Tahir Türkistan İdil Ural Vakfı, 1997. – Vol. 1, No.1–13, 1929–1930
4. Karasar H.A. The early Turkestan emigre struggle and Turkestanism: Nation-imagining in emigration: 1925–1940. Bilig. – 2016. – №76. – P. 179–204
5. Martin T. The affirmative action empire: Nations and nationalism in the Soviet Union, 1923–1939. – Ithaca: Cornell University Press, 2017. – 528 p.
6. Қара Ә. Мұстафа Шоқай: Өмірі, шығармашылығы, күресі. – Алматы: Арыс, 2004. – 320 б.
7. Қыдырәлі Д.Қ. Мұстафа. – Астана: Деловой мир Астана, 2012. – 280 б.
8. Садыкова Б.И. Мустафа Чокай в эмиграции. – Алматы: Мектеп, 2009. – 240 с.
9. Köseoğlu T. Hariç'te Türkistan Millî Mücadelesinin Sesi: Yaş Türkistan Dergisi (1929-1939). Journal of Turkish Research Institute. – 2019. – №65. – P. 431–443. – DOI: <https://doi.org/10.14222/Turkiyat3947>
10. Köseoğlu T. Sovyetler'in Türkistan'ı dönüştürme siyasetine muhalefet: Yaş Türkistan dergisi, 1929-1939.– Marmara Üniversitesi, Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, Türk Tarihi Ana Bilim Dalı, Genel Türk Tarihi Bilim Dalı. – doktora tezi.– 2014. – 340 с.
11. Köseoğlu T. Sovyetler'inTürkistan'ı dönüştürme politikasına muhalefet: Yaş Türkistan Dergisi (1929-1939). – Ankara: Türk Tarih Kurumu, 2020. – 350 p.
12. Çelebi E. Türkistan millî mücadelesi: Yaş Türkistan dergisine göre. – İstanbul: Hiperlink, 2018. – 298 p.
13. Açıк F. Yaş Türkistan dergisi'nde dil meseleleri. Türk Dünyası Dil ve Edebiyat Dergisi. – 2006. – №22. – P. 23–38
14. Açıк F. Nevai şahsında Sovyet bakış açısının Yaş Türkistan Dergisi'nde eleştirisi. AÜ Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi. – 2009. – №39. – P. 909–918
15. Koç K. Yeni ve Yaş Türkistan dergileri ışığında sovyetlerin Türkistan'da uyguladığı yerlileştirme politikaları. Asya Araştırmaları Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi. – 2023. – №7(Cumhuriyet'in 100. Yılına Armağan Özel Sayısı). – P. 99–113. – DOI: <https://doi.org/10.58640/asyar.1411071>
16. Mikheyev D. The Soviet Mentality. Political Psychology. – 1987. – Vol. 8, №4. – P. 491–523. – DOI: <https://doi.org/10.2307/3790919>
17. Domenach J.-M. Leninist Propaganda // The Public Opinion Quarterly. – 1951. – Vol. 15, №2. – P. 265–273. – URL: <http://www.jstor.org/stable/2746168>
18. Dome C. A Timid Flock: Investigating Propaganda Under Stalin. 18th Annual REECAS-NW Conference, Evergreen State College, Washington. – 2012. – [Электронныйресурс]. – URL: https://jsis.washington.edu/wordpress/wp-content/uploads/sites/13/2016/05/dome_REECASNW.pdf
19. Stern B.J. Soviet policy on national minorities. American Sociological Review. – 1944. – Vol. 9, №3. – P. 229–235. – DOI: <https://doi.org/10.2307/2086074>

20. 17 февраль // Яш Түркістан. – 1930. – №5–6. – Р. 2–5
21. Lazzaretti V. The afterlives of repatriation: heritage, emancipation and violence in Hindu nationalist India. International Journal of Heritage Studies. – 2025. – Vol. 1. – P. 1–26. – DOI: <https://doi.org/10.1080/13527258.2025.2496881>.
22. Мыш. Сағидолла Қасым соты. Яш Түркістан. – 1930. – № 7–8. – Р. 12–21
23. Н.М. Большевиктердің Түркістандағы саясатына бір алман назары. Яш Түркістан. – 1930. – № 5–6. – Р. 16–20
24. Еңбекші қазақ. – 1930. – 12 қыркүйек.
25. Шоқайұлы М. Түркістан лениншілдеріне жауап. Яш Түркістан. – 1930. – №5–6. – Р. 5–16
26. Он үш жыл. Яш Түркістан. – 1930. – №12. – Р. 2–6
27. Lewis S.L. Decolonising the history of internationalism: transnational activism across the South. Transactions of the Royal Historical Society. – 2024. – Vol. 2. – P. 345–369. – DOI: <https://doi.org/10.1017/S0080440123000233>.
28. Шоқайұлы М. Большевиктер «тарихты» қалай жазады? Яш Түркістан. – 1930. – №3–4. – Р. 31–33
29. Тарихи еске алулар. Яш Түркістан. – 1930. – №13. – Р. 6–8

Ұ. Сәйдірахман¹, Ғ. Ақсейіт²

¹*«Шәкәрім университеті» КЕАҚ, Филология жоғары мектебі, Семей, Қазақстан*

²*Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан*

«Яш Түркістан» журналының идеологиялық күресі: кеңестік насихатқа қарсы балама көзқарас (1-13 сандары материалдары негізінде)

Аңдатпа. Мақалада «Яш Түркістан» журналының кеңестік насихатқа қарсы балама пікір қалыптастырудағы орны қарастырылады. XX ғасырдың 1920-30 жылдары кеңес билігі өз идеологиясын орнықтыру үшін пәрменді үгіт-насихат жүргізді. Осы кезеңде эмиграцияға кеткен түркі зиялылары ұлттық сананы сақтау әрі тәуелсіздік идеясын өшірмеу үшін кеңес билігінің тоталитарлы ақпараттық ықпалына балама көзқарас ұсынды. Зерттеу «Яш Түркістанның» кеңестік үгіт-насихатқа қарсы қандай ақпараттық стратегиялар қолданғанын анықтай отырып, оның публицистикалық әдістерін талдауды, сол арқылы «Яш Түркістан» журналының тарихи балама көзқарас қалыптастырудағы маңызын бағалауды мақсат етеді. Журналдың 1929-1930 жылғы алғашқы 13 нөмірі негізінде басылымның кеңес билігіне қарсы жүргізген ақпараттық күресі зерттелді. Мақалада талдау әдісі: атап айтқанда, тарихи-салыстырмалы талдау, дискурсивті талдау және контент-талдау әдістері қолданылды. Кеңестік насихаттың Түркістан халықтарына қатысты идеологиялық ұстанымдары зерделеніп, «Яш Түркістан» журналының оған қарсы ұстанған стратегиялары жүйеленді. Басылым кеңес үкіметінің отаршылдық саясатын «қызыл империализм» деп атап, оның Түркістан халқына жүргізген саясатын әшкерелеуге тырысты. «Яш Түркістан» тек эмиграциялық басылым ғана емес, кеңестік насихатқа қарсы балама дискурс қалыптастырған интеллектуалды платформа ретінде ерекшеленеді. Зерттеу нәтижелері ұлттық бірегейлікті сақтау жолындағы ақпараттық күрестің маңызын айқындайды.

Бұл зерттеу эмиграциялық журналистиканың кеңес билігімен ақпараттық күресін тереңірек түсінуге көмектеседі. Сондай-ақ XX ғасырдағы түркі халықтарының саяси санасының қалыптасу үдерісін жаңаша пайымдауға жол ашады.

Түйін сөздер: «Яш Түркістан», кеңестік насихат, эмиграциялық баспасөз, ақпараттық күрес, балама көзқарас, Мұстафа Шоқай.

У. Сайдирахман¹, Г. Акseit²

¹НАО «Университет Шакарима», Высшая школа филологии, Семей, Казахстан

²Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

Идеологическая борьба журнала «Яш Туркестан»: альтернативный взгляд против советской пропаганды (на основе материалов в номерах 1-13)

Аннотация. В статье рассматривается роль журнала «Яш Түркістан» в формировании альтернативного мнения в противовес советской пропаганде. В 1920-1930-е годы XX века советская власть активно продвигала свою идеологию посредством агитационно-пропагандистской кампании. В этот период представители тюркской интеллигенции, оказавшиеся в эмиграции, стремились сохранить национальное самосознание и не дать угаснуть идее независимости, предлагая альтернативную точку зрения на фоне информационного воздействия советской власти. В исследовании ставится цель определить, какие стратегии использовал «Яш Түркістан» против пропаганды, проанализировать его публицистические методы и оценить значение журнала в формировании альтернативного взгляда. Анализ борьбы издания с властью проведен на основе первых 13 номеров журнала, вышедших в 1929-1930 годах. В статье применены различные методы, включая историко-сравнительный, дискурсивный и контент-анализ. Рассмотрены идеологические установки пропаганды в отношении народов Туркестана, а также систематизированы стратегии, использованные журналом в ответ. Издание критиковало колониальную политику, называя ее «красным империализмом», и стремилось разоблачить политику, проводимую в отношении народов Туркестана. «Яш Түркістан» выступал не просто как эмигрантское издание, но как интеллектуальная платформа, сформировавшая альтернативный дискурс. Результаты исследования подчеркивают значимость борьбы в сохранении национальной идентичности. Данный анализ способствует пониманию противостояния эмигрантской журналистики советской власти, а также открывает новые перспективы в осмыслении процесса формирования политического сознания тюркских народов XX века.

Ключевые слова: «Яш Туркестан», советская пропаганда, эмиграционная пресса, информационная борьба, альтернативный взгляд, Мұстафа Шоқай.

References

1. Vered Y.T. Zhurnalisty i literaturnye deyateli kak uchastniki i posredniki mezh kul'turnogo dialoga emigrantskoi Rossii i Frantsii v 1920-kh gg. [Journalists and Literary Figures as Participants and Mediators of the Intercultural Dialogue of Emigrant Russia and France in the 1920s] // [Bulletin

of Moscow University. Series Journalism]. 4. 126–143(2019). DOI: <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.4.2019.126143> [in Russian]

2. Kutarenkova T.S. Russkaya periodicheskaya pechat' vo Frantsii v 1920-kh gg.: Tipologiya i problem razvitiya [Russian Periodical Press in France in the 1920s: Typology and Development Issues] // [Bulletin of the Russian State University for the Humanities. Series: History. Philology. Cultural Studies. Oriental Studies]. 13(93). 117–129 (2012) [in Russian]

3. Kocaoğlu T. Yaş Türkistan'ın Türkistan Basın Tarihindeki Yeri [The Place of Yaş Türkistan in the History of Turkistan Press] // YaşTürkistan. 1. 1929–1930(1997) [in Turkish]

4. Karasar H.A. The early Turkestan emigre struggle and Turkestanism: Nation-imagining in emigration: 1925–1940 // Bilig. 76. 179–204(2016) [in English]

5. Martin T. The Affirmative Action Empire: Nations and Nationalism in the Soviet Union, 1923-1939. (Ithaca: Cornell University Press, 2017. 528 p.) [in English]

6. Qara A. Mustafa Shokay: Omiri, shyğarmashylygy, küresi [Mustafa Shokay: Life, Works, and Struggle]. (Almaty: Arys, 2004. 320 p.) [in Kazakh]

7. Qydyräli, D.Q. Mustafa. (Astana: Delovoy Mir Astana, 2012. 280 p.) [in Kazakh]

8. Sadykova B.I. Mustafa Chokay v emigratsii [Mustafa Chokay in Emigration]. (Almaty: Mektep, 2009. 240 p.) [in Russian]

9. Köseoğlu T. Hariç'teTürkistan Millî Mücadelesinin Sesi: Yaş Türkistan Dergisi (1929 –1939) [The Voice of the Turkistan National Struggle Abroad: The Yaş Türkistan Journal (1929 –1939)] // Journal of Turkish Research Institute. 65. 431–443(2019). DOI: <https://doi.org/10.14222/Turkiyat3947> [in Turkish]

10. Köseoğlu T. Sovyetler'in Türkistan'I dönüştürmesiye setine muhalefet: Yaş Türkistan dergisi, 1929–1939 [Resistance to the Soviet transformation of Turkestan: Yash Turkestan, 1929–1939]. [Marmara University, Türkiyat Research Institute, Türk Tarihi Ana Bilim Dalı, Genel Türk Tarihi Bilim Dalı. - Doctoral thesis]. (İstanbul, 2014. 340 p.) [in Turkish]

11. Köseoğlu T. Sovyetler'in Türkistan'ı dönüştürme politikasına muhalefet: Yaş Türkistan Dergisi (1929–1939) [Opposition to the Soviet Policy of Transforming Turkestan: The Yaş Türkistan Journal (1929–1939)]. (Ankara: Türk Tarih Kurumu, 2020. 350 p.) [in Turkish]

12. Çelebi E. Türkistan millîmücadelesi: Yaş Türkistan dergisine göre [The National Struggle of Turkistan: According to Yaş Türkistan Journal]. (İstanbul: Hiperlink, 2018. 298 p.) [in Turkish]

13. Açık F. Yaş Türkistan dergisi'nde dil meseleleri [Language Issues in the Yaş Türkistan Journal] // [Turkish World Language and Literature Journal]. 22. 23–38(2006) [in Turkish]

14. Açık F. Nevaişahsında Sovyet bakış açısınınYaşTürkistan Dergisi'nde eleştirisi [The Soviet Perspective on Navoi Criticized in the YaşTürkistan Journal] // [AU Turkish Studies Institute Journal]. 39. 909–918(2009) [in Turkish]

15. Koç K. Yenive Yaş Türkistan dergileri ışığında Sovyetlerin Türkistan'da uyguladığı yerlileştirme politikaları [The Indigenization Policies Implemented by the Soviets in Turkistan in the Light of Yeni and Yaş Türkistan Journals]. [International Journal of Social Sciences of Asian Studies]. 7. 99–113(2023), DOI: <https://doi.org/10.58640/asyar.1411071> [in Turkish]

16. Mikheyev D. The Soviet Mentality // Political Psychology. Vol. 8. 4.523(1987). DOI: <https://doi.org/10.2307/3790919>

17. Domenach J. M. Leninist Propaganda // The Public Opinion Quarterly. Vol. 15. 2. 265–273(1951) Available at: <http://www.jstor.org/stable/2746168> (accessed at: 12. 12. 2024)

18. Dome C. A Timid Flock: Investigating Propaganda Under Stalin // 18th Annual REECAS-NW Conference, Evergreen State College, Washington. – 2012. Available at: https://jsis.washington.edu/wordpress/wp-content/uploads/sites/13/2016/05/dome_REECASNW.pdf (accessed at: 14. 12. 2024) [in English]
19. Stern B. J. Soviet Policy on National Minorities // American Sociological Review. 9. 229–235(1944). DOI: <https://doi.org/10.2307/2086074>
20. 17 fevral'. [February 17] // Yash Turkistan. 5–6. 2–5(1930) [in Kazakh]
21. Lazzaretti V. The afterlives of repatriation: heritage, emancipation and violence in Hindu nationalist India // International Journal of Heritage Studies. 1. 1–26(2025). DOI: <https://doi.org/10.1080/13527258.2025.2496881>
22. Mysh. Sagidolla Qasym soty [The Trial of Sagidolla Qasym] // Yash Turkistan. 7–8. 12–21(1930) [in Kazakh]
23. N.M. Bolshevikterdiń Turkistandaghy sayasatyna bir alman nazary [A German Perspective on Bolshevik Policies in Turkistan] // Yash Turkistan. 5–6. 16–20(1930). [in Kazakh]
24. Eńbekshi qazaq. 12 qyrkúiek. (1930) [in Kazakh]
25. Shokayuly M. Turkistan leninshilderine zhauap [Response to Leninists of Turkistan] // Yash Turkistan. 5–6. 5–16 (1930) [in Kazakh]
26. On üshzhyl [Thirteen Years] // Yash Turkistan. 12. 2–6(1930) [in Kazakh]
27. Lewis S.L. Decolonising the history of internationalism: transnational activism across the South // Transactions of the Royal Historical Society. 2. 345–369(2024). DOI: <https://doi.org/10.1017/S0080440123000233>
28. Shokayuly M. Bolshevikter “tarihty” qalayjazady? [How Do the Bolsheviks Write "History"?] // Yash Turkistan. 3–4. 31–33(1930) [in Kazakh]
29. Tarihieske alular [Historical Memoirs] // Yash Turkistan. 13. 6–8(1930) [in Kazakh]

Information about the authors:

Сәйдірахман Ұ. – әлеуметтік ғылымдар магистрі, «Шәкәрім университеті» КЕАҚ, Филология жоғары мектебі, Семей, Қазақстан

Ақсейіт Ғ.М. – филология ғылымдарының кандидаты, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, баспасөз және баспа ісі кафедрасының аға оқытушысы, Астана, Қазақстан

Сведения об авторах:

Сайдирахман У. – магистр социальных наук, НАО «Университет Шакарима», Высшая школа филологии, Семей, Казахстан

Аксеит Г.М. – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры печати и издательского дела, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

Information about the authors:

Saidirakhman U. – Master of Social Sciences, Shakarim University, Graduate School of Philology, Semey, Kazakhstan

Akseit G.M. – candidate of philological sciences, senior lecturer, department of printing and publishing, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

Бас редактор: Қ.Ө. Сақ
Компьютерде беттеген: Д. Нурушева

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ХАБАРШЫСЫ.

Журналистика сериясы.

– 2025. – 2 (151). – Астана: ЕҰУ. – 197 б.

Шартты б.т. – 18,9. Таралымы – сұраныс бойынша.

Электронды нұсқа: <http://buljourn.enu.kz>

Мәтін мазмұнына типография жауап бермейді

Редакция мекенжайы: 010008, Қазақстан Республикасы,

Астана 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