

ISSN 2616-7174

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің

# ХАБАРШЫСЫ

---

## BULLETIN

of the L.N. Gumilyov  
Eurasian National University

## ВЕСТНИК

Евразийского национального  
университета имени Л.Н. Гумилева

**ЖУРНАЛИСТИКА** сериясы

**JOURNALISM** Series

Серия **ЖУРНАЛИСТИКА**

**№2 (123) / 2018**

1995 жылдан бастап шығады

Founded in 1995

Издается с 1995 года

Жылына 4 рет шығады

Published 4 times a year

Выходит 4 раза в год

Астана, 2018

Astana, 2018

Бас редакторы **Қайрат Сак**

*филология ғылымдарының кандидаты, профессор (Қазақстан)*

Бас редактордың орынбасары **Аймұханбет Есдәулетов** *ф.ғ.канд., доцент (Қазақстан)*

Бас редактордың орынбасары **Гүлнар Кендірбай** *PhD (АҚШ)*

**Редакция алқасы**

Алдабергенов Қырықбай	Т. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Асанов Қойлыбай	Ф. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Әбдіманов Өмірхан	Ф. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Әбішева Вера	Ф. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Бейсенқұлов Аязби	Ф. ғ. к., доцент (Қазақстан)
Браун Михаил	PhD, проф. (АҚШ)
Дзялошинский Иосиф	Ф. ғ. д., проф. (Ресей)
Жақып Бауыржан	Ф. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Жусупова Алматы	ф.ғ.к., доцент (Қазақстан)
Ирназаров Кудрат	Т. ғ. д., проф. (Өзбекстан)
Корконосенко Сергей	Саяси ғ. д., проф. (Ресей)
Қара Әбдіуақап	Т. ғ. д., проф. (Түркия)
Қозыбаев Сағымбай	Т. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Лебедева Татьяна	Ф. ғ. д., проф. (Франция)
Нұртазина Роза	Саяси ғ. д., проф. (Қазақстан)
Омашев Намазалы	Ф. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Ризун Владимир	Ф. ғ. д. проф. (Украина)
Саид Агил бин Шех	PhD, проф. (Малайзия)
Саудбай Мадияр	PhD, проф. (Қазақстан)
Сердәлі Бекжігіт	Ф. ғ. к., доцент (Қазақстан)
Тахан Серік	Т. ғ. д., проф. (Қазақстан)
Тоқтағазин Мұратбек	Ф. ғ. к., доцент (Қазақстан)
Халилов Әбдіғани	PhD, проф. (Қырғызстан)
Ченгел Хулия	PhD, проф. (Түркия)
Шайхитдинова Светлана	Филос.ғ.д., проф. (Ресей)
Шалахметов Ғаділбек	Халықаралық Еуразиялық телевидение және радио академиясының академигі (Қазақстан)
Шестеркина Людмила	Ф. ғ. д., проф. (Ресей)
Шульцман Петр	Өнертану ғ. к., доцент (Қазақстан)

Жауапты редактор, компьютерде беттеген: Илияс Құрманғалиев

Жауапты хатшы: Гүлжазира Ертасова

Редакцияның мекенжайы: 010008, Қазақстан, Астана қ., Қ.Сәтпаев к-сі, 2, 408 б.

Тел.: (7172) 709-500 (ішкі 31413) E-mail: [vest\\_journalism@enu.kz](mailto:vest_journalism@enu.kz)

**Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің хабаршысы. ЖУРНАЛИСТИКА сериясы**

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

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

Мерзімділігі: жылына 4 рет.

Тиражы: 25 дана.

Типографияның мекенжайы: 010008, Қазақстан, Астана қ., Қажымұқан к-сі, 13/1, тел.: (7172) 709-500 (ішкі 31413)

© **Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті**

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

Deputy Editor-in-Chief **Aitmukhanbet Yesdauletov** *Candidate of Philology, Associate Professor (Kazakhstan)*  
Deputy Editor-in-Chief **Gulnar Kendirbai** *PhD, Professor (USA)*

#### **Editorial board**

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

Executive editor, computer layout: Ilyas Kurmangalyev  
Executive Secretary: Guljazira Yertasova

Editorial address: 2, Satpayev str., of.408, Astana, Kazakhstan, 010008  
Tel.: (7172) 709-500 (ext. 31413) E-mail: [vest\\_journalism@enu.kz](mailto:vest_journalism@enu.kz)

#### **Bulletin of the L.N. Gumilyov Eurasian National University. JOURNALISM Series**

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

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

Registration certificate No 16995-Ж from 27.03. 2018.

Periodicity: 4 times a year Circulation: 25 copies

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

© **L.N. Gumilyov Eurasian National University**

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

Зам. главного редактора **Айтмуханбет Есдаuletов** к.ф.н., доцент (Казахстан)  
Зам. главного редактора **Гульнар Кендирбай** PhD (США)

#### Редакционная коллегия

Алдабергенов Кырыкбай	Д. ист. н., проф. (Казахстан)
Асанов Койлыбай	Д. ф. н., проф. (Казахстан)
Абдиманов Омирхан	Д. ф. н., проф. (Казахстан)
Абишева Вера	Д. ф. н., проф. (Казахстан)
Бейсенкулов Аязби	К. ф. н., доцент (Казахстан)
Браун Михаил	PhD, проф. (США)
Дзялошинский Иосиф	Д. ф. н., проф. (Россия)
Жакып Бауыржан	Д. ф. н., проф. (Казахстан)
Жусупова Алматы	К. ф. н., доцент (Казахстан)
Ирназаров Кудрат	Д. ист. н., проф. (Узбекистан)
Корконосенко Сергей	Д. полит. н., проф. (Россия)
Кара Абдиуакап	Д. ист. н., проф. (Турция)
Козыбаев Сагимбай	Д. ист. н., проф. (Казахстан)
Лебедева Татьяна	Д. ф. н., проф. (Франция)
Нуртазина Роза	Д. полит. н., проф. (Казахстан)
Омашев Намазалы	Д. ф. н., проф. (Казахстан)
Ризун Владимир	Д. ф. н., проф. (Украина)
Саид Агил бин Шех	PhD, проф. (Малайзия)
Саудбай Мадияр	PhD, проф. (Казахстан)
Сердали Бекжигит	К. ф. н., доцент (Казахстан)
Тахан Серик	Д. ист. н., проф. (Казахстан)
Токтагазин Муратбек	К. ф. н., доцент (Казахстан)
Халилов Абдигани	PhD, проф. (Киргизстан)
Ченгел Хулия	PhD, проф. (Турция)
Шайхитдинова Светлана	Д. филос. н., проф. (Россия)
Шалахметов Гадильбек	Академик Международной Евразийской академии телевидения и радио (Казахстан)
Шестеркина Людмила	Д. ф. н., проф. (Россия)
Шульцман Петр	К. н. искусств., доцент (Казахстан)

Ответственный редактор, компьютерная верстка: Ильяс Курмангалиев  
Ответственный секретарь: Гульжазира Ертасова

Адрес редакции: 010008, Казахстан, г. Астана, ул. К.Сатпаева, 2, каб. 408  
Тел.: (7172) 709-500 (вн. 31413) E-mail: [vest\\_journalism@enu.kz](mailto:vest_journalism@enu.kz)

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

## Мазмұны

### **ЖУРНАЛИСТИКА ТАРИХЫ**

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

### **БАҚ ЖӘНЕ ҚОҒАМ**

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

### **PR ТЕХНОЛОГИЯ**

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

### **ЖАҢА МЕДИА**

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

## Contents

### *HISTORY OF JOURNALISM*

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

### *MASS MEDIA AND SOCIETY*

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

### *PR TECHNOLOGIES*

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

### *NEW MEDIA*

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

## Содержание

### ***ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ***

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

### ***СМИ И ОБЩЕСТВО***

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

### ***ТЕХНОЛОГИИ PR***

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

### ***НОВЫЕ МЕДИА***

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



**ЖУРНАЛИСТИКА ТАРИХЫ**  
**HISTORY OF JOURNALISM**  
**ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ**

ХҒТАР 19.51.09

**Б.Т. Баткеева**

*Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан*  
(E-mail: bakytbatkeeva@mail.ru)

### **Мәшһүр Жүсіп Көпеевтің публицистикалық шығармаларындағы ел, жер тағдыры**

**Аңдатпа.** М.Ж. Көпеевтің соңына қалдырған мол рухани мұраларына тереңірек үңілер болсақ оның әсіресе, публицистикалық шығармалары әлі де болса толық зерттеле қойған жоқ деп айтуымызға әбден болады. Жалпы М.Ж. Көпеевтің публицистикалық мұраларын екі салаға бөліп қарастыруға болады. Біріншісі – өлең түрінде жазылған публицистикалық еңбектері. Өлең түріндегі публицистикалық дүниелеріне 1907 жылы Қазан қаласында жарық көрген «Тірілікте көп жасағандықтан көрген бір тамашамыз» және «Сарыарқаның кімдікі екендігі» кітаптарын жатқызамыз. Бұл екі кітаптағы өлеңдердің мазмұны ұқсас. Екеуінде де ХХ ғасырдың бас кезіндегі қазақ халқының қоғамдық-саяси, шаруашылық өмірі жазылған. «Тірілікте көп жасағандықтан көрген бір тамашамыздың», «Сарыарқаның кімдікі екендігі» кітабынан өзгешелігі - мұндағы бір бөлім қара сөзбен жазылған. Өлеңдердің негізгі түйіні – патша империясының отаршылдық езгісінен құтылу. Мұнда Ресейдегі саяси-шаруашылық өзгерістердің қазақ өміріне әсері баяндалады. Ғасыр басындағы Қазақстанның саяси өмірі мен әкімшілік-басқару құрылымы, ұлттық психологиясы жан-жақты ашып көрсетілген. Осылайша, Мәшһүр Жүсіп қазақ қоғамының жан айқайын түсіне білді. Оны ашына жазды. Қазақтар босқа даурығысып, құр мансапқа таласып жүргенде, ел мен жерді орыстар басып алып, қоныстанып жатқандығын айтты. Ол қазақтың ата қонысының қолдан кете бастағанына күйінді. Жұрттың күйзелген қамын ұлт ынтымағы арқылы түзетуге болады деп ұғынды. Туған халқын бірлікке шақырды.

Мақалада Мәшһүр Жүсіп Көпеевтің публицистік шығармаларының мән-мазмұны ашылып, бүгінгі күн тұрғысынан баға берілген.

**Түйін сөздер:** отаршылдық саясат, атақоныс, ұлт ынтымағы, ұлттық психология, Науырызбай, Кенесары.

Мәшһүр Жүсіп Көпеевтің публицистикасы екі жанрда көрінеді. Соның ішінде бір тобы – қара сөзбен жазылған публицистикалық шығармалары. «Сарыарқаның кімдікі екендігі» кітабының алғашқы тарауы қара сөз үлгісімен жазылған. Бұл тарауды С. Дәуітов еңбектің кіріспе бөліміне жатқызған [1]. Бірақ, біздің пікірімізше, бұл кіріспе бөлім емес, жеке бір тарау – себебі, бұл тарауда ауқымды мәселелер көтеріліп, өзіндік ой-тұжырымдар қорытындылаған. Тақырып аясы да «Қазақ жұртының осы күнгі әңгімесі» деп аталуына да кіріспеден өзгеше.

Осы бөлімде тарихтан, этнографиядан көп мәлімет беріледі. Мақала публицистикалық сарынмен, оның үстіне тарихи еңбек түрінде жазылған. Бұл екі сала бір-бірін толықтырып, суреттелетін құбылыстар мен оқиғалар мағыналық тұрғыдан үндесіп, тарихи-публицистикалық очерк түрінде келген. Бұл публицистикада сол күннің басты назар аударып отырған қоғамдық-саяси мәселелері көтерілген. Соған әлеуметтік тұрғыдан талдау жасалған.



Мәшһүр Жүсіптің оқиғаны баяндау желісі өзгеше. Жай ғана хабарлай салмай, әрбір мәселені философиялық оймен, тарихи деректер тұрғысынан баяндайды. Шығарма шешендік тілмен жазылғандықтан, оқырман түсінігіне жеңіл. Еңбек «Күн батысы- Сырдария, күн шығысы – ұзын аққан Ертіс, оңтүстігі – Жетісу (Семереченск өзені), солтүстігі – Еділ, Жайық. Сол төрт судың арасы заман қадымда Дешті Қыпшақ атанған қыпшақ жұртының қонысы еді. Сол Қыпшақтан тоқсан екі ру ел тарайды. «Қытай көп пе, қыпшақ көп пе» деген мақала болған себебі сол...», - деп басталады [1].

Осы сөздерді түсіну барысында әр адамның көз алдына қазақ елінің жағрафиялық картасы елестейді. Кітапта Сарыарқаның келбеті – дала табиғаты суреттелген. Төрт өзенді жазғандағы айтпақ ойы- қазақ даласының оңтүстік- солтүстік, батыс-шығыс шекараларының мызғымай, ата-бабалардан ауысып, ежелден келе жатқандығы. Даланы иеленбек болған шет жұрттың басқыншыларға қарсылығы тарихи фактілермен дәлелдеп, этнография мен топонимикалық деректерді өз орнында қолдануы арқылы білдіреді. Жалпы шекара мәселесі, туындай қалған жағдайда Мәшһүр сияқты шежіреші – философтардың еңбегіне сүйенген жөн. Себебі, олардың шығармаларына бізге беймәлім жер- су аттары молынан ұшырасады. Әрі, тың деректер тарихи фактілермен дәлелденген.

Ең көне жырлардың бірі – лиро-эпостық «Қозы Көрпеш-Баян Сұлу» жырындағы кейіпкерлердің тұрмыс-тіршілігін Мәшһүр Жүсіп қазақ әдебиетінде тарихи тұрғыдан тұңғыш зерттеген деп айтуымызға болады. Автордың өзі бұған: «өлеңнің аяғында «Қара оба», «Сары оба» деген екі төбе – Қарабай, Сарыбай деген екі байдың қоныс қылған мекені екен. Бұл екеуі де қазақ байлары.

Сол Сарыбайдың жалғыз қызы Баянсұлудың туған жері – Баянауыл тауы. Бұл таудың атының Баянауыл қойылған себебі «Баянауылы» атанып кеткендіктен. Сол қыздың қарқарасы жоғалып, түсіп қалған жері «Қарқаралы-Қызылық» аталған. Домбырасы мен бет-моншағы түсіп қалған жері «Тоқырауын- Жәмшім» атанған. Сандығы түсіп қалған жер «Алтын сандық-Ақшатау» атанған. Аттарының шідері түсіп қалған жер «Жауырбоғы» атанған. Қайыр, бұл сапар қазағы жер аты – бәрі қазақтың ата-бабасының аттары» [1], - деп анықтама берген.

Шығарма баяндау тәсілімен жазылған. Сөз болатын объекті – Сарыарқа даласы, қазақ халқы. Әңгіме Дешті қыпшақ жерін суреттеуден бастап, қазақ халқының жоңғарлармен, қалмақтармен болған шайқастарда баяндаумен жалғасады. Одан әрі нақты оқиғаларға байланысты қазақ даласында сақталып қалған ескерткіштермен жер-су аттарының шығу тегі түсінікті тілмен жазылаған. Бұрынғы заманда болған оқиғаларға Мәшһүр Жүсіп өзінше топшылау жасаған. Бұл шығармада әрбір жер-су аттарына байланысты фактілер жиналып, аңыз-әңгіме түрінде берілген. Оқиғалардың тізбегі баяндау түрінде берілсе де, шығарма мазмұны бұзылмай, ой шашырамай, оқырман тез қабылдайды. Қай оқиғаны баяндаса да Мәшһүрдің айтпақ болған негізгі идеясы - қазақ халқының жат жұрттық басқыншыларға деген азаттық күресі, халық патриотизмі.

Қай публицистикалық мақаласын алсақ та осы идея алдымыздан шығады. Қалмақтармен, ноғайлармен, Бұқара, Хиуа хандықтарына қарсы азапты, ұзақ жылға созылған ұрыстарда да қазақтың ұлт ретінде сақталып қалуы – ата-баба жерін жау қолында қалдырмау ұраны. Бұл ұранмен талай батырлар жау қолында мерт болған. «Ата-бабамыз қалмақтан не үшін қырылды? Кейінгі үрім-бұтағыма жер-су алып беремін деп қырылды. Жалғыз менің ата-бабам емес, жер-суға таласып көп қазақ қырғын тапты. Сол себепті бұл Сарыарқа біздің қазаққа атасының құны болып, олжа болып еді. Біреу-біреуге соңынан қалмаса «атаңның құны бар ма еді» дейді ғой. Сондай-ақ, атаның құны болғаны үшін жер-судан айырылып, қаңғып, қоныссыз жүргеніме ішім күйіп өлсем де ойымнан кетер емес. Баянауыл тауын қалмақтан еріксіз алған Жасыбай мен Олжабай еді. Жасыбай өлді де, Олжабай қалды. Жасыбай асуының алдында Жалаңтөс деген баласына қыстатып, Олжабайдың өзі Аяз басқан деген асуға қарсы қыстап еді. Дүние деген, шіркін, көшпелі, екен. Қазақтың тұлпар мініп,

ту ұстаған кейінгі үрім-бұтағына олжа салған ең алдында мұжықтың поселкесінің аты болды. Олжабай қаласы атанған қала, Ереймен тауы - Олжабайдың өлген жері. Содан бір сөз. Ата-бабасының қаны қойдың қанындай ағып, алып берген жерінен үрім-бұтақ бабалары көзінің жасын төге-төге қаңғып кете берді» [2].

Бұдан кейінгі сөз болар оқиға – XIX ғасырдың орта кезіндегі қазақ тәуелсіздігі үшін күрескен Наурызбай, Кенесарының орыс басқыншаларымен соғысы. Әр кезеңнің батырлары өз халқын аман сақтау үшін жан аяспас ұрыстарға бара білген. Шығарманың композициялық құрылымының бүтіндігі соншалық, әрбір сөйлемнің ара-жігі ажыратылмайды, барлығы түйінге келіп тіреледі. Оны бір төмендегі мысалдан айқын аңғартуымызға болады: «Біздің Сарыарқадағы қазаққа: «қазақ бізге бағын, бізге қара», - деп ақ патшадан жарлық алып шықтым деп Иван Семенович деген келді. Қазақ саған қармайды, маған қарайды деп ол екеуіне басқа қазақтың өз ішінен Кенесары, Наурызбай деген шықты. Олар:

Бағынба қазақ орысқа,  
Бағынсаң қазақ орысқа.  
Осы бастан амандас,  
Сарыарқа деген қонысқа, - деп ұрандады.

Осы замандағы қазақ жақсылары кеңесті де Кенесары, Наурызбайдың сөзін қостамады және қытай елшісімен сөйлеспеді. Жерімізге тимесең, солдат алмасаң, саған қараймыз деп, құдайшылығы бар деп, ақ патшаға өз ықтиярымен қарап, бағынады». Мәшһүр Жүсіп қазақ халқының Ресей империясына қарауын өз заманында болып өткен тарихи оқиғаларға байланысты жан-жақты суреттеген. Сол кезлегі екі жақты психология, екі топ арасындағы тартыс орыс ұлықтарының пайдасына шешілді. Олар бос жатқан жер деп емін-еркін пайдалана бастады. Бұл шығарма XIX ғасырдың қоғамдық-саяси жағдайын дұрыс түсіне біліп, талап көрсетуімен құнды. Ол бұл еңбектің отты екпіні мен жоғары эмоционалдығынан көрінеді. Бұл орайда: «Осы күнде байқап қарасақ. Қазақта ешкімнің есесі жоқ. Ол қалайша жоқ десек, қазақ жерін қала салумен бір алды. Бастықтарының уазибасы (усадыба) деп ағашты, шабындық жерлерді ат қойып, учаске деп ала берді. Қазақ жерін өзі тастап кете алмай неше жыл бойы көгіне ақша төлеп, қысы-жазы малының көрегі үшін сатылып, кедей болды. Бүйтіп сатып жеп қалайша күн көреміз деп суырма жонға қыстап еді. Жан сақтап, күн көріп жүрген жерлерін мұжық келіп егініне лайықты етіп алды.

Еркекте ақыл қала ма, өз қонысынан ауған соң,  
Әйелде ақыл қала ма, біреуден сауын сауған соң.

Азғантай ақылдан айырылып қалып, жауыр амалына береке қашып, оның үстіне өлім-шығын, землке деген қаптап, ел аралаған начальник, чиновниктердің жалдап мінген аттарының майын алмай қаңғып кетті. Бұхар, Ташкент барсаң, сарттың малайы қазақ. Малайлықта жалғыз-жарым болып кеткендер ауырса, суын беріп, кім басына жастық қойып, иман айтуға кім даяр тұрады? Өлсе кім жаназа шығарады? Осындай қиыншылықтан тірімізге иман, өлгенімізге жаназа жоқ болып, адам тәрбиесінен қалдық», -деп ашына жазды автор [3].

Бұл ойын Мәшһүр Жүсіп одан әрі: «Бір жерде, бір қазақты бір мұжық атып тастаса, қазақ өлгенін қолына алып, көшіп-қонып ел аралап кетеді, ал сары орыс үйінде жаннан тыныш отыра береді. Бір қазақты бір казак-орыс пышақтап жарып тастаса, казак-орысқа сот жоқ көшеде ойнап-күліп жүре береді», - деп жалғастырады.

Қазақ ұлтын қорлаудың шегіне жеткен түрі осы. Бұл шығарманың кульминациясы да осы жолдарға келіп тіреледі. Қазақты қонысынан аударғаны, ел билейтін азаматтарына билік бермеуі, малын тартып алуы былай тұрсын, енді патша отаршылары жергілікті халықты өлтіруге кірісті. Отаршылдықтың ең жабайы әдісі- халықты аяусыз қыру. Қазақтың басына да осы ауыр күн келді. Туғанын мұжық өлтірген соң қазақ амалсыздан басқа қоныс іздеуге мәжбүр болды. Қазақ жоғары әкімдерге арыздана алмайды. Себебі, оның құқығы жоқ. Қазақтың сөзін чиновник тыңдамайды, көзге ілмейді. Бұл – Ресей империясының жер-

гілікті халық құқығын аяққа басқан, отаршылдық саясатының көріністерінің бірі. Мәшһүр Жүсіп өзі көріп отырған қиянатты ашына жаза отырып, Ресей бұғауына бекер түстік деп күйінеді. Әділетпен, ел басқарған бұрынғы билер жолын аңсайды. Ол заманды «қой үстіне бозторғай жұмыртқалаған заман болды», -деп аңсайды. Мәшһүр Жүсіп орталық саясаттың қазақ ұлтының дәстүрлі ел билеу тәсіліне кесірін тигізгенін жазады. Орыс отаршылары халықты құлдыққа ұстау үшін, әдейі бұрынғы ел билеу дәстүрін жойып, ауылнайлық, болыстық билеу жүйесін кіргізді. Орыс чиновниктері надан, топас адамдарды ауылнай, болыс сайлап қояды. Елде қазақ ұрпағы аза бастады. Елде надан, жалқау, өсекші, жағымпаз адамдардың көбеюіне әкелді. Қазақ жұртының ғасыр басындағы азып-тозған халін Мәшһүр Жүсіп көрсете білді.

Мәшһүр Жүсіптің 1912 жылы «Айқап» журналының екі санында «Туысқан бауырларыма бір насихат» атты мақаласы жарық көрді [41]. Бұл мақалада қазақ елінің экономикалық хал-ахуалы, татар молдаларының қазақ ұлтына ықпалы жайында сөз болады. Мәшһүр Жүсіптің 1907-1912 жылдары айдауда болғаны белгілі. Сол жылдары Қазанда болып татар діни оқу жайын зерттеп, қазақ ауылындағы балалардың оқуына тигізген әсерін түсіне отырып, өз мақаласында осының мәнін ашып беруі мақсат етті. Мақала «Айқап» журналының 7-8 сандарында басылған. Соңында Мәшһүр Жүсіп Көпеев деп қол қойылған. Мақалаға фельетон деп айдар тағылған. Бірақ, бұл фельетон ба, әлде басқа жанрдағы мақала ма?

Бұл мақала фельетоннан гөрі проблемалық мақала жанрына сәйкес келеді. Бұл мақала бейнелі тіл болғанымен фелетонға тән басқа элементтер жетіспейді. Мақалада Ресейден және Қазан төңірегінен патша құлдығынан қашып, қазақ жерін паналаған татар молдалары, олардың жұртты алдап-арбап мал жинағандықтары жөнінде айтылады. «Сарыарқаның ен шөбінің байлығы мен шаруа күтіп, мал бағып, ғылым-білімнен, әртүрлі ғибратты өнерден сафир болып айтса да болмады. Көл орнында қалған жұрт еді. Солдаттан қашқан құмыра бөрікті, толағай басты ноғайлар келіп, «Бәдуаш», «Кесікбас», «Ақырзаман» деген кітаптарын оқытып, өзі құдайдың бұйрығынан, ақ патшаның қырғынынан қашып жүрген қулар Ресейдің жұртын жамандап, үкімет ерлерін жамандап, «патшаның бізге қызметшілігі осындай, Қаһарлы қаттылығы осындай деп құдайды ұзын құлақтан зорға естіп жүрген қазақты шөптің басынан үріккен қойдай, ақ жарықта көлеңкесінен қорыққан қояндай қылып, Ресейдің бас хакімдері қазаққа қала сал, баланды оқытуға бер десе, біздің ноғайға да осыларды айтқан, осылай айлалап барып тұзаққа түсірген деген. Қала салсаң шапшаң сал дейді, шоқын дейді. Балаларыңды орысша оқытуға берсең, солдаттыққа алады деп, көнектен шошыған биедей қылып шошытып, ғұмыр бойы өзіменен жырлас, сулас, отгас, арыздас болып тұрған Ресей жұртыменен ынтымағын қосуға келтірмей қазақтың ақылсыз, надан қатындары дуана келеді деп өз баласын өзі қорқақ қылып үйреткендей, жаман қылып, көк милау қылып жіберді», - деп жазды М.Ж. Көпеев [5].

Бұл жерде Мәшһүр Жүсіптің көзқарасының өзгергенін көреміз. Егер, бұрынғы шығармаларында ол Ресейдің тек отаршылдық саясатын ғана көріп, соған қарсы үн қатса, бұл жерде оқу-білім тарататын демократтық бағыттағы Ресейді көріп отыр. Көзқарасының өзгеруі сірә, Мәшһүрдің осы жылдары орыс демократтарымен көптеп араласуынан болса керек. Өзі діни білім алса да, татар молдаларының қазақ даласына таратаын жалған үлгі – насихатына қарсы шықты. Мәшһүр Жүсіп татар молдаларының таратып жүрген білімдері қазақ топырағына лайықты емес, күні өткен ескі оқу үлгісі деп тұжырымдайды. Соған байланысты қазақ жерінде жаңа бағдарламамен оқытатын медреселер ашу керек. Әрі бұл медреселерге ұстаздарды қашып жүрген ноғай молдаларының арасынан емес, жаңа оқу негіздерімен оқытатын молдалар арасынан іздеу керек. Мәшһүр Жүсіп орысша оқыту керектігін күн тәртібіне қойды. Себебі, заман өзгерді. Жаңа заманға жаңаша ойлайтын, жаңа ғылым-біліммен ойлайтын адамдар керек. Сондықтан да қазақ өз балаларын жаңаша үлгімен оқытатын мектепке беру керектігін айтады.

Мәшһүр Жүсіп бұл мақаласында қазақ жұртының арасында мұсылман дінінің толық негізінде таралмағанын айтады. Қазақ ораза ұстап, намаз оқымайды. Соған қарамастан өздерін-өздері мұсылмандық жолын ұстаймыз деп сендіретіндігін айтады. Бұл жерде Мәшһүр Жүсіп мұсылман дінінің тәрбие, жақсы үлгі берер жақтарын көріп отыр. Дін-жақсы үлгіні, адамгершілік пен әділеттілікті насихаттайды. Осы үлгі қазақ арасына таралу керек. Қазақ құдайға, мұсылман дініне онша сене бермейді. Дін көп таралмағандықтан да қазақ дінді оқыту жағдайын біле бермейді.

Мұсылман дінін үйренуге ықыластанғанымен үйрететін ұстаздары аз. Ілгеріде айтылған шала сауатты татар молдаларды осыны пайдаланып, қазақты алдап-арбайды. Сол молдалар оқытқан шәкірттерін де шала сауатты етіп шығарады. Шет жұрттан қашып келіп паналағандар қазақты былай деп өтірік мақтайды: «Ноғайдан келді қазақтың өзін мақтады, өзгенің бәрін жаманға қойды. Сарттан келді, ол да осыны айтты. Сонан соң бұл қазақ ойлады: біз болған екенбіз, жетілген екенбіз. Дүние де бізде екен. Әулиелік те бізде екен. Дүниеде не жақсылық, бәрі бізде екен деп. Дәнеңені керек қылмайтын мұңсыз болды. Құдай өзі бізден аямаған дәнеңесі жоқ екен. Осы келіп жүргеннің бәрі судырап- судырап тұрған мол ғой, әулиелікке жеткен ойшылдар ғой. Құдай жаман болса, сонша жерден осындай жақсы жетілген кісілер неге келеді?

Дүниеде төрт түлік малдан асқан құдай жаратқан жоқ екен, қазақтай асыл жұрты жасаған жоқ екен деп, Сарыарқадай жер қайда барсаң жоқ екен. Қыс болса халқының қазы-қартасындай тамақ қайда, жаз болса қымыздан артық шарап қайда деп шалқасынан түсіп жаттық та қалдық» [4]. Келімсектердің келген мақсаты біреу: қазақ жерінің кеңдігін пайдаланып, үкіметтен жасырыну, жергілікті халыққа қалайша сіңіп кету керек? Көзге түсіп қалмау үшін молдалардың атын жамылып, ұстаздық етуге тырысқан. Қазақтардың аңқаулығы сонша, айтылғандардың бәріне сеніп қалады. Қашқындарды қатты құрметтеп, олардан дәріс алады. Одан келімсектер екі түрлі пайда көреді. Әрі молдалық жұмыс үкімет құрығынан құтылуға көмектесе, әрі бала оқыттым деген сылтаумен қараңғы халықтан пайда түсіреді. Олардан дәріс алған шәкірттер сауатты білім ала алмаса да қараңғы қазақ оларды құрақ ұшып қарсы алып, құрмет тұтады. Молда сымақтар алдағанымен қоймай, елді теріс жолға үгіттейді. Олар орыс мектептерінің оқыту үлгісін жамандап, соған балаларды оқытпау керектігін айтып, бар жанын сала теріс жолға бастайды.

Мәшһүр Жүсіп осы бір теріс құбылысты көре біліп, жалған молдаларды қазақ арасынан қуу керектігін айтады. «Айқап» журналы арқылы оқырмандарға мұсылман дінін көркейту туралы ұран тастайды. Патша дінге бостандық берді. Енді осы мұсылман дінін қазақ арасына тарату арқылы елді дұрыс жолға бағыттайды. Адамдар арасындағы сыйластық қарым-қатынасты қалпына келтіріп, адамгершілік пен әділдікті насихаттау керектігін баса айтады. Мақала үгіт-насихат үлгісімен жазылған.

«Дала уалаяты газетінің» 1890 жылғы 18 санында М.Ж. Көпеевтің «Ғажайып бір құс заманымызда»(9) атты мақаласы жарық көрген. Бұл мақалада қазақ халқының аңшылық кәсібі туралы баяндалған. Аңшылық өнер құралы - бүркіт. Қазақтардың бүркітті қолда ұстауы, баптауы жайында қызықты мәліметтер келтірілген. Жәрмеңкелерде қазақ бүркіті көрушілерді алып тұлғасымен таңдандырады. Басқа мақалаларынан ерекшелігі- оқиға нақты фактіге құрылған. Мақаланы Павлодар уезі, Ақкелін еліндегі Т.М. Шормановтың бүркіті жайында бастай отырып, аңшылық өнердің қырларына бойлап кетеді. Аңшылық тек өнер емес, кәсіп, табыс көзі. Егер бүркіт алған аңдарды жәрмеңкеде өткізіп, көпестерге тұрақты сатып отырса, қазаққа біраз пайда түсетіндігін айтады. Алайда, «...оның бұл пайдасынан бөлек алған қызықтығы, мехнат иә машақатын таза біле тұрып, біздің қазақ халқы бүркітті пайда үшін салмайды, қызығына құмарланып, сол үшін машық қылып ұстайды» [5].

М.Ж. Көпеев мақаласында бүркіт ұстау қазақтың ежелден келе жатқан аңшылық өнері, дәстүрлерінің бірі екендігін, оны жалғастыру қажеттігін айтады. Бұл мақала ата



кәсіпті жойып алмай жалғастыру қажеттігіне үндейтіндігімен құнды. «Дала уалаяты газетінің» 1890 жылғы 14 санында жарияланған «Жақсы молда» [5] атты мақаласында М.Ж.Көпеев қазақтың ел билеу тәсілі, молдалары жайында жазады. Халыққа үлгі көрсететін билеушілер қандай болу керек? «Егер билеп тұрған ұлық жақсы жолда болса, халық та соған еліктеп жақсылыққа тырысады. Егер ұлық жаман болса, халық һәм жамандыққа айнала береді. Халық басшысынан ғибрат алады», - дейді.

Мәшһүр Жүсіптің мақалада айтпақ негізгі ойы - халықтың жақсы, жаман болуы елді басқарып тұрған ұлықтарға байланыстылығы. Бұл мақаладағы сол кездегі билеу жүйесін талдап көрсеткен пікірлер жоқ. Мақалада жалпылама деректер ғана берілген. Әдетте, Мәшһүр Жүсіп мақалаларында айтпақ болған құбылыстар мен оқиғаларға өзінің қатысы аңғарылатын және қорытынды тұжырым жасалатын.

Ал, «Жақсы молда» атты мақалада не молдалар, не ұлықтар жайында толық мәліметтер жоқ. Мақаланың тақырыбы «Жақсы молда» деп қойылғанмен, оқыған кезде оның мазмұнына сәйкес еместігін аңғарасыз. Соған қарамастан «Дала уалаяты газетінде» жарық көрген материалдарында халықтың шешендік сөздері, фольклор үлгілерімен мол мәліметтер келтірілген. Газеттегі мақала, өлеңдері М.Ж.Көпеевтің халық ауыз әдебиетін жинаумен шұғылданған кезеңіне сәйкес келеді.

### Әдебиеттер тізімі

- 1 Көпеев, М.Ж. Таңдамалы шығармалары. / Құраст. С. Дәуітов. - Алматы: Жалын, - 1990. -245 б.
- 2 Көпейұлы, М.Ж. Сарыарқаның кімдікі екендігі. Таңдамалы шығармалары. 4 том. - Павлодар: «ЭКО» ҒӨФ, 2004. - 536 б.
- 3 Көпеев, М.Ж. Туысқан бауырларыма бір насихат. / М.Ж. Көпеев «Айқап» журналы. - 1912, - № 7.
- 4 Көпеев, М.Ж. Ғажайып бір құс заманымызда. / М.Ж. Көпеев «Дала уәлаятының газеті». - 1890, - № 18.
- 5 Көпеев, М.Ж. Жақсы молда. / М.Ж. Көпеев «Дала уәлаятының газеті». - 1890, - № 14.

### Б.Т. Баткеева

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

### Судьба земли и народа в публицистическом творчестве Машһур Жусупа Копеева

**Аннотация.** М.Ж. Копеев оставил потомкам богатое творческое наследие в области истории, литературы, этнографии, публицистики. К исследованию его многогранного творчества обращались многие ученые, историки, писатели и публицисты. Его труды являются основой многих докторских, кандидатских, магистерских диссертаций, дипломных работ, научных статей и публикаций. Творчество М.Ж. Копеева и сегодня может служить источником научных исследований в различных областях культуры, литературы, истории. Особое место в творчестве М.Ж. Копеева занимает публицистика. Это – научные труды по истории, фольклору казахского народа, статьи о социальной, экономической, политической жизни казахского народа, особенностях уклада и быта, национальной психологии, образовании, воспитании.

В статье рассматриваются поэтические сборники М.Ж. Копеева «Кому принадлежит Сарыарка» и «Чудесные впечатления из многолетнего опыта», где в особой стихотворной форме отражена реалистическая картина жизни казахов начала XX века.

**Ключевые слова:** «Кому принадлежит Сарыарка», «Чудесные впечатления из многолетнего жизненного опыта», национальный характер, национальное единство, колониальная политика, Наурызбай, Кенесары.

**B.T. Batkeyeva**

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

### **The Fate of the Land and the People in Maskhur Zhusup Kopeyev's Publicistic Work**

**Abstract.** M.Zh. Kopeyev left to his descendants a rich creative heritage in the field of history, literature, ethnography, and journalism. Many scholars, historians, writers and publicists turned to the study of his many-sided creativity. His works are the basis of many doctoral, candidate, master theses, graduation works, scientific articles and publications. M.Zh. Kopeyev's creativity even today can serve as a source of scientific research in various fields of culture, literature, and history. A special stand in M.Zh. Kopeyev's creativity is journalism. These are scientific works on the history, folklore of the Kazakh people, articles on the social, economic, political life of the Kazakh people, peculiarities of the way of life and manners, national psychology, education, and upbringing.

The article deals with M.Zh. Kopeyev's poetry collections "Who Owns Saryarka" and "Wonderful Impressions from Many Years of Experience", where in a special verse form we can see a realistic picture of the life of Kazakhs of the early XX century.

**Key words:** "Who Owns Saryarka", "Wonderful Impressions from Many Years of Experience", national character, national unity, colonial policy, Nauryzbai, Kenesary.

### **References**

- 1 Kopeiuly, M.Zh. Izbrannye tvorshestvo [Favorites creativity]. / Sostovitel S.Daitov. (ZHalyn, Almaty, 1990. - 245 p.). [in Kazakh];
- 2 Kopeiuly, Saryarkanyn kimdiki ekendigi. Izbrannye tvorshestvo. [Who owns Saryarka]. 4 vol. (Pavlodar, 2004. - 536 p.). [in Kazakh];
- 3 Kopeiuly, M.Zh. Tuyskan bauyrlaryma bir nasikhat. [The advice to my relatives]. (Aikap Journal. 1912, № 7). [in Kazakh];
- 4 Kopeiuly, M.Zh.. Gajaiyp bir kus zamanymyzda. [Amazing bird of our time]. (Dala ualayaty newspaper, 1890, № 18). [in Kazakh];
- 5 Kopeiuly, M.Zh. Jaksy molda [Good mullah]. (Dala ualayaty newspaper, 1890, № 14). [in Kazakh].

### **Автор туралы мәлімет:**

**Баткеева Б.Т.**- Филология ғылымдарының кандидаты, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің доценті, Сәтпаев көш. 2. Астана, Қазақстан.

**Batkeeva B.T.** - Candidate of philological, associate professor, L.N. Gumilyov Eurasian National University, K.Satpaev str. 2. Astana, Kazakhstan.

XFTAP 19.51.09

Г.Қ. Ертасова<sup>1</sup>, Қ.Ө. Сақ<sup>2</sup>

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан  
(E-mail: <sup>1</sup>guljaz-1105@yandex.kz, <sup>2</sup>kaisak1964@yandex.kz)

### Алаш қайраткерлерінің тәуелсіздік туралы идеяларының өзектілігі

**Андатпа.** Қазақстан азаттығының бірегей белгісі – тарих. Бостандық үшін күрескен бодан күн мен азаттықтың баяндылығы үшін тер төккен бүгінгі күннің тарихы. Сол тарихтың алаулы, жарқын кезеңі – Алаш тарихы. Алаш – ұлтты ұйыстырған ұран. Алаш – қазақ қоғамы тәжірибесіндегі жаңару мен серпілудің, білім-ғылым мен батыл ізденістің, адалдық пен тәуекелшілдіктің жарқын беті. Алаш идеясы – ХХ ғасыр басындағы қазақтың ұлттық-мемлекеттік идеясы болатын. Алаш идеясы – қазақтың ұлттық идеясының темірқазығы болды.

Ресейдің ХІХ ғасырда жүргізген отаршылдық саясаты күрескер, ұлтшыл азаматтардың өмір сахнасына шығуына себеп болды. Аталған режим өз бағытын негіздеу үшін қазақ даласында орыс-қазақ мектептерін ашып, ұлт интеллигенциясын ықпалында ұстағысы келді. Демократиялық ұлттық интеллигенция бүкіл халық атынан әрекет етті. Олар өз халқына тәуелсіздік және отаршылдық құлдыктан азаттық алу жолында күресті. Осы мақсатпен Алаш қайраткерлері 1905 жылдан бастап саяси қызметті қызу өрістетті. Нәтижесінде Алаш партиясы құрылды. Тарих сахнасында ұлттық интеллигенция тұрды.

1917 жылы құрылған Алашорда партиясы мен оның маңына топтасқан Алаш зиялыларының ұлттық мүдде мен тәуелсіз мемлекет құру жолындағы тарихи істері де тарих қойнауына енді. Алаш қозғалысының басты мақсаты – Қазақ елінің өзін-өзі басқару, ұлттық мүддесін қорғай алатын мемлекеттік жүйе құру құқын метрополияға мойындату, түбінде дербес мемлекет құру, қазақ жерлеріне ішкі Ресейден қоныс аударуға шек қою, әлемдік озық тәжірибені пайдалана отырып, мал шаруашылығын өркендету, егіншілік пен өнеркәсіптің дамуын қамтамасыз ету, нарықтық қатынастарға жол ашу, жеке адам құқығы мен басқа да демократиялық принциптерді қадір тұту, оқу жүйесінің, тілдің дамуына қажет шарттар түзу еді.

Мақалада Алаш қайраткерлерінің тәуелсіздік туралы идеялары, позицияларының маңызы қамтылған.

**Түйін сөздер:** Алаш, Қарқаралы петициясы, Мемлекеттік Дума, Ақпан төңкерісі, Алаш партиясы, Автономия, Жалпықазақ съезі, Қазан төңкерісі, Ресей империясы.

ХІХ ғасырдың аяғы мен ХХ ғасырдың басында Ресей империясының отаршыл саясаты қазақ халқының тәуелсіз мемлекет құру идеясын орындалмас қиялға айналдыруға бар күш-жігерін жұмсады. Елбасымыз Н.Ә. Назарбаев «Тарих толқынында» атты еңбегінде: «Сырым, Кенесары және басқалар бастаған көтерілістер қазақтың ұлттық рухын орнықтыруға, ортақ жау - Ресей патшалығына қарсы күресте қазақтардың барлық күшін біріктіруге талпынған әрекеттер еді», - деп көрсетуі тарихи ақиқатқа негізделген [1].

Отарлау саясаты жазалау шараларынан бастап, түрлі құйтұрқы заңдар арқылы қазақтардың құқықтары мен бостандықтарын шектейтін іс-әрекеттерге дейін барып, ұлттық мемлекеттік институтының кез келген көрінісін жоюға тырысты. Соның салдарынан қазақ даласында хандық билік институтының белгілері біржолата жоғалып, оның орнына отарлау аппаратының иерархиялық сатыға бағындырылған шенеуніктер жүйесі басқаратын империялық әкімшілік билік орнады. Дәстүрлі билер соты, шешендік сөз бен салиқалы әділ шешімге жүгіну біртіндеп келмеске кетіп, оның орнына парақорлық, билік өкілдерімен жең ұшынан жалғасып ауыз жаласу, сайлау науқандарындағы саяси талас-тартыс, арамза үгіт-насихат сияқты келеңсіз көріністер туындап қана қоймай, үйреншікті құбылысқа айналды. Бір сөзбен айтсақ, сол кезеңде қолданысқа енген заңнама қазақ халқын қанауға бағытталды.

Патшалық Ресей қазақтың дархан даласын мемлекет меншігі деп жариялап, «пайдаланылмайтын бос жер» деген желеңмен озбырлықпен тартып алып, қоныс аударушыларға бөліп беру орын алды. Әлеуметтік-саяси жағынан алғанда, бұл кезең патшалық Ресей империясының қазақ даласындағы отарлау саясатының күшеюімен ерекшеленді. Кез келген әрекет өзінің қарсы әрекетін туғазатын табиғат заңдылығы бұл жерде де өзінің айнымастығын дәлелдеді. Отарлау саясаты өрістеген сайын, қазақ халқының ұлт азаттық күресі, ұлттық мемлекеттілік құру идеясы да құрыштай шындалып, дами берді. Самодержавиеге, отаршылдыққа, жергілікті шенеуніктердің озбырлығына қарсы халық наразылығы өршіді. Осылайша, қазақтардың жаңаша саяси санасы қалыптаса бастады. Қазақстандағы ұлт-азаттық қозғалысы дін тазалығын, тіл тазалығын қорғаудан, оқу-ағарту, ұлттық салт-дәстүрлерді қолдаудан басталып, біртіндеп жер дауы, ел дауына ұласты. Яғни, академик М.Қозыбаев көрсеткендей, «Алаштың ұлт азаттық қозғалысы идеологиясының өзегі – отаршылдық наразылық, отаршылдыққа қарсы ұлтшылдық. Олар заңмен шектелген праволық қоғам, конституцияда анықталған кейбір саяси бостандықтар, ғылым мен мәдени даму көлемінде күресіп бақты» [2].

Қазақ халқы ұлт ретінде өмір сүру қасиетін сақтап қалу үшін тырысты: аймақтардағы наразылық бас көтерулерден бастап, Мемлекеттік Думадағы депутаттық орынға дейін саяси күрес ісіне тартылып, азаттық қозғалысының арналы ағысына ілесті. Қазақтар өлке өміріндегі өзгерістерге, отаршылдық әкімшілік ойлағандай, сырттай бақылаушы ғана болып қалмай, оған белсене араласты. Олар болыс сайлау, партияға жіктелу, дауыс жинау, кандидаттыққа ұсыну, лауазымды қызмет атқару, Думаға сайлану т.б. қоғамдық-саяси істерге белсене араласты. Жергілікті мемлекеттік басқару отарлау әкімшілігінің басқаруымен, ал сайлаулар шалағайлықпен жүзеге асса да, кең байтақ қазақ даласындағы саяси процестерге халқымыз қызу қатысып отырды. Саяси қатысу қазақы дала өлкесінде өзгеше мәнге ие болды. Мұндай әділетсіздік сол кезеңдегі көзі ашық, ұлттық сана-сезімі оянған қазақтың зиялы азаматтарына серпіліс берді.

М. Құл-Мұхаммед жаңа замандағы қазақ тарихын, оның ұлт-азаттық қозғалыстарынан туындайтын саяси және құқықтық тарихын төмендегідей кезеңдерге бөліп қарастыруға болады деп тұжырымдайды:

- I кезең - XIX ғасырдың аяғы мен XX ғасыр басындағы Ресейдегі революциялық қозғалыстың өрістеуінен туындаған кезең. Бұл 1905 жылға дейінгі аралықты қамтиды.

- II кезең - Қазақстанда отаршылдық езгі, патша өкіметінің қазақ халқын қанауды одан әрі күшейтуі негізінде туындаған әр түрлі бас көтеру, наразылық акцияларынан бастап, саяси күштердің «Қазақ» газеті төңірегіне топтасуына дейінгі аралықты қамтиды. Бұл – 1905-1912 жылдар арасы.

- III кезең - «Қазақ» газеті шығуымен ұлттық зиялы қауымның біртұтас саяси күшке айналып, оның Ақпан (1917) революциясына дейінгі азаттық жолындағы күресін қамтитын кезең.

- IV кезең - Ақпан революциясынан бастап, Алашорда үкіметінің құрылуымен аяқтала-тын (1917 жыл, желтоқсан) - саяси тәуелсіздік жолындағы күрес кезеңі.

- V кезең - қазақ қауымының саяси жетекші күшін құрайтын Алашорда қозғалысы қайраткерлерінің қуғындалып, қозғалыстың таратылу кезеңі (бұл 1919-1920 жылдарды қамтиды) [3].

Біздің қарастырғалы отырған тақырыбымыз да осы хронологиялық ауқымда болмақ. Алаштың зиялы қауымы қазақ халқының қамын ойлап, елді өркениет көшінен қалдырмау жолдарын іздеді. Оның бірден-бір жолы ғылым-білім мен мәдениетті игеру екендігін халыққа насихаттаған зиялылардың алдыңғы қатарында Алаш зиялылары жүрді. Олар жан-жақты қоғамдық-саяси қызметтер атқара отырып, әмбебап маман ретінде де елге танылды. Оқу-ағарту мен ғылыми-зерттеуді, қазақ тілінде тұңғыш газет-журнал шығару мен әдеби шығармашылықты қатар алып жүрді. Бұл XX ғасырдың басындағы қазақ даласында саяси белсенділіктің қызған тұсы еді.



1905-1907 жылдардағы I орыс төңкерісі өз кезегінде қазақ жеріндегі ұлттық қозғалыстың өсуіне де әсерін тигізді. 1905 жылғы 25 шілде күні Қарқаралы маңындағы Қоянды жәрмеңкесінде қазақ зиялыларының ұйымдастыруымен митинг өтіп, ол өзіндік қазақ съезі іспетті болды. Жиын нәтижесінде Ресей Министрлер кеңесінің төрағасына арналған әйгілі «Қарқаралы петициясы» қабылданды. Онда қойылған талаптар 11 тармақтан тұрды: қазақтарға ар-ождан бостандығын беру, тұрғылықты халықты ана тілінде оқытуды ұйымдастыру, қоныстандыру саясатынан бас тарту, жер қорын байырғы қазақ ұлтының үлесіне құқықтық түрде тиесілі ететін арнайы заңды қабылдау, азаматтық және сот іс-қағаздарын қазақ тілінде жүргізуге құқық беру, аудармашылыққа қазақ тілін білетін және қазақша сауатты адамдарды алу, қазақтар өз құқықтарына нұқсан келсе, арызды ана тілінде бере алуы, судьялардың қазақ тілін білуін шарт ету және қазақ даласына присяжной сот жүйесін енгізу, отарлаушы аппараттың шенеуніктер санын қысқарту, генерал-губернаторларды орталықтан тағайындау тәжірибесін тоқтатып, басшылыққа жергілікті жерден лайықты тұлғаны сайлау, крестьян бастықтары мен урядник қызметін жою, қылмыс жасағандар тек сот алдында ғана жауап беретіндей тәртіп орнату, биліктің жоғары сатыларынан бодандық шеткері аймақтардан өкілдер сайлануына квота беру сияқты көкейкесті мәселелерді қамтыды. Ал петицияға қол қойған адамдар саны жөнінде ортақ пікір жоқ. Мысалы, Қазақстан энциклопедиялық сөздігі мен Қазақстан тарихы оқулықтарында оған 14 500 адам қол қойған деп көрсетіледі. Ал зерттеуші З. Тайшыбайдың келтірген деректеріне сүйенсек, Қарқаралы петициясына 12 767 адам қол қойған [4].

Алаш қайраткерлері туралы жазған еңбегінде М.Қойгелдиев XX ғасырдың басындағы қазақ даласында болған саяси оқиғаларға шолу жасай келіп, патша үкіметінің басқару органына жолдаған Қарқаралы петициясы ерекше екендігін атап өтеді: «нақты Қарқаралы петициясының тарихи орнына келсек, ол құжат авторларының сапалы жаңа даму сатысына аяқ басқан қазақ азаттық қозғалысының ең негізгі талап-тілектерін тұңғыш рет тұжырымдап, қалыпқа салып, патшалық билік алдына қойып, сол арқылы қазақ елінің өз еркіндігі үшін күрес жолына түскендігін ашық-анық білдіруінде еді. Бұл, әрине, сол тарихи кезеңдегі қазақ қоғамы үшін қатардағы оқиға емес-тін. Деректік материалдардың көрсетуіне қарағанда, Қарқаралы петициясын дайындауда Ә.Бөкейханов, А.Байтұрсынов, Ж.Ақбаев және басқа сол кезеңдегі белсенді қазақ интеллигенттері жетекшілік рөл атқарған [5].

Ә.Бөкейханов, М.Дулатов, Ж.Ақпаев, А.Байтұрсынов сияқты зиялы қауым өкілдерінің біріккен іс-қимылы нәтижесінде жазылған петиция Қазақ конституциялық-демократиялық партиясының құрылуына серпін берді. 1905 жылдың аяғында «Қарқаралы петициясының» авторлары қазақ өлкесінің бес облысының өкілетті өкілдерінің съезін өткізуге бастамашы болды.

Қазақ халқы Ә.Бөкейхановты ұлттың лидері ретінде ұсынып, ол Мәскеуде 1905 жылы қараша айында өткен Ресей жергілікті және қалалық қайраткерлерінің съезіне қатысады. Съезге Ресей империясының құрамына кіретін барлық ұлттар мен ұлыстардың өкілдері қатысады. Күн тәртібіндегі мәселелер: барлық ұлттардың теңдігі, тең сайлау құқығы, ана тілін қолдануда бостандықтың болуы. Съезде Ә.Бөкейханов баяндама жасап, өзін 4 млн. қазақ халқының өкілі екенін, қазақ жері Оралдан Алтайға дейінгі, Сібір темір жолынан Омбыға дейінгі, бір шеті Ресей, бір шеті Қытай, бір шеті Каспий теңізіне дейінгі атырапты алып жатқанын айтады. Съезд делегаттарына қазақтардың мұқтаж болып отырған бір мәселесі – ана тілін қолдану аясы екенін көрсетіп, жергілікті тілдерді қолдануға қойылатын шектеулерді жою туралы ұсыныстарды толық қолдайтынын жеткізеді.

Көп ұзамай Ә.Бөкейханов 1906 жылы наурызда I Ресей мемлекеттік Думасына Семей қазақтары атынан депутат болып сайланады. Осы кезде «Семипалатинский листок» газеті «Ә.Бөкейханов Мемлекеттік Думада ұлт мүддесін қорғай алатын, қазақтың жоғын жоқтап, тілегін жеткізетін бірден-бір адам екеніне халқы сенсе керек» – деп жазды. Ол

депутат ретінде Еуропадағы, Ресейдегі сайлау ерекшеліктерін, олардағы заңдылықтарды, әділеттілік пен түрлі партиялардың саяси күресін талдай келе, мынадай ой түйеді: «...қазақ ішіндегі сайлау параға, малға сатылған, арамдықпен өтетіні айқын. Сайланған адам әділет, бірлік, адалдық жолында күрессе ғана шын мақсат орындалмақ» [6].

Депутат ретінде Ә.Бөкейханов ұлттық мүддеге қатысты ойларын жалпы мемлекеттік деңгейде айтуға мүмкіндік алды. Оның Мемлекеттік Думадағы баяндамалары қоныстандыру саясатына, жер мәселесіне қатысты болатын, сонымен қатар далалы аймақтарда білім беру және әлеуметтік-мәдени инфрақұрылымды дамыту мәселелеріне де көп көңіл аударды. Орыс шаруаларына су жағалауындағы құнарлы жерден 15 десятинадан жер бөлу, ал қазақтарға тура сондай көлемдегі жерді сусыз тақырдан берудің әділетсіз шешім екенін айтып шырылдады. Яғни, Ә.Бөкейханов сол кездегі өзге де қоғамдық қайраткерлер сияқты патша өкіметінің саясатын сынады. «Қазақ» газетінің 1913 ж. 30 қыркүйектегі 28-санында жарияланған «Жауапхат» атты мақалаларында «Степное положениенің» 120-бабына қосымшасында: «Қазақтанартық жерді алмақ. Бұлай болғанда, әуелі қазақты орнықтыру керек емес пе? «15-тен алсаң, жер белгілеймін, қазақ болып отырсаң, жерден күнде көшіремін», - деп, қазақты күнде көшіріп отыр. Осылай жұртты билеген патшалық бар ма екен? Біздің қазақ жерінен күнде көшіретін не жазып еді?» – деп сынады [7].

1911 жылы 10 қаңтарынан бастап 1915 жылдың қыркүйек айына дейін Троицк қаласындағы «Энергия» баспаханасынан қазақ тілінде үзбей шығып тұрған қазақ халқының тұңғыш журналы - «Айқап» ХХ ғасырдың басындағы халқымыздың әлеуметтік, саяси өмірінде, елеулі роль атқарды. Оның негізін салушы да, авторы да, идеялық қолдаушысы да М. Сералин болды. Басылым араб әрпімен теріліп, басында айына бір рет, кейін екі рет шығып тұрған.

Журналдың «Айқап» аталуын М. Сералин журналдың 1911 жылғы №1 санында былайша түсіндірді: «Біздің қазақтың «Әй, қап!» демей тұғын ісі бар ма? Газет шығармақшы болдық, қолымыздан келмеді. Пұлы барларымыз ынтымақтаса алмадық. Пұлы барларымыз ынтымақтассақ та, ақшасыз істің жөні табылмады. «Қап, пұлдың жоқтығы, қолдың қысқалығы-ай!» дедік. Жақсы жерлерімізді қолда сақтар үшін қала салмақ болдық. Басымыз қосылмады. «Қап, ынтымақсыздығымыз-ай!» дедік. Болыс, би, ауылнай боламыз деп таластық, қырылыстық. Жеңілгеніміз жеңген жағымызға «ендігі сайлауда көреміз, қап, бәлем-ай» дедік. Осындай біздің қазақтың неше жерде «қап» деп қапы қалған істері көп. «Қап» деген қапияда өткен істеріміз көп болған соң журналымыз өкінішімізге лайық «Айқап» болды».

1911-1915 жылдар аралығында Ә. Бөкейханов А.Ф. Керенскиймен үш мәрте кездесіп (1916 ж. Уақытша Үкіметтің басшысы болған), саяси мәселелерді талқылайды, онымен саяси билікке ие болған жағдайында Ресей құрамындағы Қазақстан автономиясын жасақтау туралы келіссөз жүргізеді.

Ақпан төңкерісінен кейін Алаш қайраткерлерінің саяси белсенділігі арта түсті. 1917 жылы 20 наурызда Уақытша үкімет ресейлік азаматтардың қандай да бір дінге, ұлтқа қатысты шектеулерін жою туралы саяси шешім шығарды. Сол жылы 7 сәуірде бұрынғы Түркістан генерал-губернаторлығын басқаратын Түркістан комитетін құру туралы қаулы шығарды. Комиет құрамына Ә.Бөкейханов, Н.Н. Щепкина, М.Тынышпаев, А.А. Даулетшина т.б. кірді. Осылайша, алғаш рет эсерлік-кадеттер партиялық блогына кіретін, көзқарастары үндес қазақ зиялы қауымының өкілдері Қазақстанды басқару органының құрамына кірді. Ә. Бөкейханов, М. Дулатов және М. Шоқаев бірігіп, Петроградтан 1917 жылдың 12 сәуірінде жазған «Алаш ұлына» (Қазақ газеті, 1917. № 87) мақаласында ақпан революциясының идеяларын қолдап, жаңа өзгерістерге сай қазақ халқына пайдасы тиетін нақты саяси қадамдар жасау қажеттілігін көтереді.

Алайда, 1917 жылдың шілде айында қазақ зиялылары жердің сатылуын қолдап, ұлт автономиясын мойындамайтын, діннің саясаттан бөлінуін құптамаған кадет партиясынан шығып, Алаш партиясын құруға кіріседі. Ә. Бөкейханов жерге жеке меншік құқығын беру үлкен қателік екенін атап айтады, себебі бұл қазақтар үшін тиімсіз, ұлтқа кесірін тигізетін, қазақтардың жерден айырылуына әкеліп соғады. Сонымен қатар мемлекеттік құрылысқа қатысты мәселелер бойынша да жаңа үкіметпен келіспейтінін көрсетеді. «Мен неге кадет партиясынан шықтым?» атты мақаласында осындай жәйттер жазылған [8]. Бұл кезеңде Ә. Бөкейханов мемлекет формасы, жергілікті бостандық негізі, құқық, дін ісі, билік және сот, ел қорғау, салық, жұмысшылар жағдайы, ғылым-білім, жер мәселесі деген он түрлі қоғамдық мәселе бойынша нақты концепцияны демократиялық үлгіде әзірлейді. Бұл концепция қазақ автономиясын жариялаған, елді президенттің билеуін қолдаған, жердің сатылмау принципін ұстанған Алаш партиясы бағдарламасына негіз болады. 1917 жылдың 21-26 шілдесі аралығында Орынборда өткен бірінші Жалпықазақ съезінде «Алаш» саяси партиясы құрылады, оның атқарушы комитеті сайланады. Оның жұмысына 6 облыстан – Ақмола, Семей, Торғай, Орал, Жетісу, Ферғана облыстары мен Бөкей ордасынан өкілдер қатысады. Съезде А. Байтұрсынов пен М. Дулатов «автономиялы тәуелсіз қазақ мемлекетін құру» идеясын ұсынса, Ә.Бөкейханов «демократиялық, федеративтік және парламенттік Россия республикасының құрамындағы» қазақтың ұлттық-территориялық автономиясы болуын қолдады. Басым көпшілік Ә.Бөкейхановтың ұсынысын қолдайды.

Сондай-ақ, осы съезде бұрыннан айтылып келе жатқан саяси ұйым - «Алаш» партиясы құрылып, оның бағдарламасын жасау жөнінде қаулы қабылданды. Партияның бағдарлама жобасын Әлихан Бөкейханов, Ахмет Байтұрсынов, Міржақып Дулатов, Елдес Ғұмаров, Есенғали Тұрмұхамедов, Ғабдолхамит Жүндібәев, Ғазымбек Бірімжанов бірігіп жасады. Мемлекет қалпы, жергілікті бостандық, негізгі құқық, дін ісі, билік һәм сот, ел қорғау, салық, жұмысшылар, ғылым-білім үйрету, жер мәселесі деген он бөлімнен тұратын бағдарлама жобасы 1917 жылы 21 қарашада «Қазақ» газетінде жарияланды [9].

«Алаш» партиясы бағдарламасы жобасының негізгі мақсаты – Ресей федеративтік демократиялық республикасының құрамындағы қазақ автономиясын құру болды. Себебі сол кезеңдегі қалыптасқан жағдай бойынша Қазақстанның тәуелсіз ел болуы үшін қажетті шарттар әлі қалыптаспаған еді. Мәні жағынан «Алаш» реакциялық ұлтшыл емес, эволюциялық отаншыл партия еді, ол қазақ қоғамын бірте-бірте өзгерту жолын ұстанды. Ал дін саясаттан ажыратылып, мемлекет зайырлы принципке сүйенетін болуы тиіс деген саяси ұстаным негізделді.

Бағдарлама жобасына қысқаша тоқталатын болсақ, оның бірінші бөлімі «Мемлекет қалпы» деп аталды. Онда Ресей демократиялық, федеративті республика болуы тиіс деп атап көрсетіледі және демократия мен федерация ұғымдарына түсінік беріледі. Демократия - халық билігі, ал федерация өзара тең мемлекеттерге бірлесу. Әрқайсысы өз тізгінін өзі алып жүреді. Яғни, өзін-өзі басқаратын тең құқықты мемлекеттер одағы. «Алаш» партиясы ұсынған бұл идеяда іргесі бөлек, ынтымағы бір дербес басқарылатын автономиялардан тұратын федеративті әрі демократиялық Ресей туралы қағида енгізілді.

Мемлекеттік құрылыс мәселесінде Үкімет басында - Құрылтай жиналысы, оның аралығында Құрылтай мен Мемлекеттік Дума белгілі бір мерзімге сайлаған Президент тұрды. Құрылтай жиналысы сессия түрінде жұмыс істеп, оның сессиялары арасында билік тұрақты орган Президенттің қолында болады. Ол халықты Құрылтай жиналысы мен Мемлекеттік Дума алдында жауапты Министрлер Кеңесі арқылы басқарады. Жоғары өкілді органның екі палаталы құрылымы - парламенттік республика ұсынылды, мемлекеттік құрылыс үшін билік бөлінісі идеясы енгізілді. Заң шығару Мемлекеттік Дума құзырында және атқарушы орган қызметіне бақылау жасау үшін депутаттық сауал салу құқығы бар. Жоба авторлары демократиялық сайлау жүйесін ұсынды. Депутаттар тегіс, тең, төте және

құпия сайлаумен болады. Азаматтардың сайлау құқығы қан, дін, жыныс айырмашылығына қарамай, барлығының сайлау құқығын жүзеге асыру арқылы бекітіледі. Осы бөлімде бекітілген салықтың өкілді орган - Мемлекеттік Думаның келісімінсіз салынбауы да Алаш қайраткерлерінің заңсыздық пен озбырлыққа жол бермеуге ұмтылысынан көрсетеді.

Бағдарлама жобасының «Жергілікті бостандық» деп аталатын екінші бөлімінде қазақтар мекендейтін облыстарда тұратын барлық ұлттар үшін автономия құру туралы мәселе ең бірінші кезекке қойылады. Мұнда «Алаш» партиясының қазақтың би, болыс, ауылнайлары сияқты орындарда қызмет ететін адамдарының халыққа пайдалы да, адал қызмет ететін механизм жасау жөнінде және оны өмірге енгізу үшін күресетіндігі туралы да сөз болады. Заңды құқықтар мен бостандықтарды қатаң сақтауды мақсат тұтқан «Алаш» партиясы әлеуметтік-әділеттілік саясатын жүргізуге ұмтылды.

«Негізгі құқық» деп аталған үшінші бөлім демократия мен адамгершілікке негізделді. Республикада дінге, қанға қарамай, бар адам тең құқылы болуы, жиылыс пен қауым жасауға, жариялыққа, газет пен кітап бастыруға еркіндік берілуін қолдады. Заңсыз жолмен ешкімді өкімет адамдарының ұстамауы, сот сұрамай, билік айтылмай, тұтқын қылмауы, қылмысты болған адамға судья бар жерде 24 сағат ішінде, судьясыз жерде бір аптадан қалмай қамауға алу туралы санкция ұсыну адам құқығының кепілі. Әрі тергеу орындарының озбырлық әрекеттеріне қарсы бағытталған құқықтық кепілдігі. Азаматтардың табиғи және саяси құқықтарын қамтамасыз ететін мұндай тармақтар бұрын-соңды Ресейдің заңнамасында болмаған екен. «Алаш» қайраткерлері тұжырымдаған либералды демократиялық ұстанымдар өзүақытынан озық болды. Тәуелсіздік жылдары ғана олардың асқақ армандары қолданыс тауып, 1995 жылғы Қазақстан Республикасының Конституциясында өз орнын мықтап тұрып алды.

«Дін ісі» атты төртінші тармақта мемлекеттің зайырлық негізін бекітудің қажеттігі бекітілген. Ар-ождан бостандығы мойындалып, әркім діни сенімі бойынша тең және еркін, діни сенімі бойынша астамшылық немесе дискриминацияға жол берілмейтіні айтылған. Әйелдерге күйеуге шығу құқығы беру, қалың малды жою, молдаларға 16 жасқа толмаған қыздар мен 18 жасқа толмаған ер балалардың некесін қиюына тиым салынды. Жесір дауы да сотта қаралуы тиіс болды. Мұсылмандық неке құқығының озық жақтары ескеріле отырып неке қию мен ажырасу, балаға ат қою мәселелерін молдаларға беру енгізілді.

«Билік һәм сот» деп аталатын бесінші бөлімде сот билігі және оның ішінде билер соты туралы айтылады. Билік пен соттың әр халықтың тұрмысы мен әдет-ғұрып ерекшеліктеріне қарай жүргізілуіне басты назар аударған жоба авторлары халыққа жат құқықтық нормаларды енгізуге қарсы. Құқықтық нормалар халықтың тұрмысы мен деңгейіне сәйкес болуы керек. Қала мен ауыл арасындағы айырмашылықты ескерген алаш қайраткерлері ауыл, болыс ішінде билік пен сот қазақ билерінің түрлі жиындарда сот істерін шешу кезінде басшылыққа алған дәстүрлі ереже жолымен атқарылғаны жөн деп бекітеді.

Сонымен қатар, би мен судьяның жергілікті халық тілін білуі, аралас халық тұратын жерлерде соттың тергеу-тексеруі мен шешімі сол жердегі көпшілік болып табылатын халық тілінде жүргізілуі, билер мен судьяның тергеусіз орнынан түспеуі, заң мен сот алдында барлық адамдардың тең болуы, құдайдан кейінгі ең күшті би мен судья болып танылып, барлық адам солардың үкімін мойындауы, сот шешімінің дереу орындалуы, ауыр қылмыстардың присяжный сотта қаралуы, олардың қазақтан алынуы және т.б. адам құқықтарын құрметтеудің нағыз демократиялық идеялары болып табылады.

Жобаның алтыншы тармағы ел қорғау мәселесіне арналған. Әскер жасына жеткендерді жергілікті жерлерде әскер ісіне үйрету және қызмет еткізу ұсынылды. Егемен ел болу үшін әскер жасақтау қажеттігін, әскерлік жасына жеткен жастар жерінде үйретіліп, жерінде қызмет ету, әскер табына бөлгенде туысқан табына қарай бөлу, әскерлік міндетін қазақ атты милиция түрінде атқару айтылады.



Жобаның жетінші бөлімі салыққа арналды. Салық салудың пропорционалды жүйесін енгізу ұсынылды: «Салық мал-ауқат, табысқа қарай байға-байша, кедейге-кедейше ғаділ жолмен таратылу». Бұл ізгі демократиялық қағида болатын. Көріп отырғанымыздай, әлеуметтік әділеттілік мәселесін алаш зиялылары ту етіп көтерді.

«Жұмысшылар» деп аталатын сегізінші тармақта еңбекшілердің құқығын заңмен қорғау қарастырылған. Қазақ жерінде завод-фабрикалардың аз болуы себепті жұмысшылар да аз, сондықтан «Алаш» партиясы жұмысшыларға қатысты социал-демократтардың меньшевик табының программасын жақтайтыны айтылған.

Тоғызыншы «Ғылым-білім үйрету» деп аталатын бөлімде тегін білім алуға баршаның құқығы болуы басты назарда. Мектептерде ана тілінде оқыту, қазақ мектептері мен университет ашу, үкіметтің оқу үрдісіне араласпауы, оқытушылардың сайланбалы болуы, кітапханалар ашу туралы ұсыныстар бар. Білім мен ғылым ісі қай заманда болмасын өзекті, қажетті, болашаққа бағытталған жауапты міндет. Мұны алаш қайраткерлері жете түсініп, келешектегі ұлттық мемлекеттің рухани негізі деп білді. Олардың өткен ғасырда айтқан ұсыныстары бүгінгі күнгі өткір мәселелердің де үстінен дөп түсіп тұр.

Соңғы, оныншы бөлімде қарастырылатыны «Жер мәселесі». Құрылтай негізгі заң қабылдағанда жерден тиесілі үлесін алдымен жергілікті жұртқа берілуін, өлшеу нормасы жердің топырағы мен шаруашылық түріне қарай жасалу мәселесі қойылды. Жерді қазақтар жеке үй басына иеленбей, ауыл-аймақ, туысқан табына меншіктеп алу, жер заңында жер сату деген болмау, әркім өзі пайдалану керектігі де ескерілді. Ал бұрын қазақтардан алынып, бірақ мұжық қоныстанбаған жерді қазақтарға қайтару керектігі және орналасқан қазақ жеріне мұжық келмеуін ескеру баса айтылды. Үлестіруден артылған жер земства қолында болып, артық жерден халық саны өскен сайын тиісті сыбаға беру, егіншілікпен айналысатын Түркістанда жермен бірге су сыбағасы да кесіліп, өзара әділдік жолмен пайдалану қарастырылды.

Жер байлығы, кен-қазынасы, астығы, өзен-көлдер мен өзге де табиғат байлығы мемлекет меншігінде, билігі земства қолында болуы тиіс екендігі айрықша атап көрсетілген. І жалпықазақ съезінде Алаш партиясын тұңғыш ұлттық саяси ұйым ретінде құрылды деп жариялау қазақ халқы үшін елеулі оқиға болды. Алаштықтар халық тағдырына тіке қатысты жалпыұлттық мәселелерді саяси күрестің күн тәртібіне қойды. Саяси күрестің түпкі мақсаты - қазақ халқын отарлық езгіден құтқару, жалпыұлттық мақсат-мүдделер негізінде тәуелсіз елге, ұлттық мемлекетке қол жеткізу болды. Аталған мақсат оқыған қазақ зиялыларынан тұратын жаңа саяси күш - Алаш қозғалысын ұлт-азаттық күрестің саяси сахнасына шығарып, оны қазақ даласындағы ең белді саяси партияға айналдырды.

1917 жылы желтоқсанның 5-13 аралығында Орынборда екінші Жалпықазақ съезі өтті. Онда бірауыздан мақұлдау нәтижесінде жаңа ұлттық-территориялық бірлік – «Алаш» құрылатындығы жарияланып, оның құрамына Бөкей ордасы, Орал, Торғай, Ақмола, Семей, Жетісу, Әмудария, Каспий облыстары мен Алтай губерниясы кіретін болды. Алаш Орданың үкіметі құрылып, оның Орталық комитетін Ә. Бөкейханов басқаратыны бірауыздан мақұлданды. Екінші Жалпықазақ съезінің басты қорытындысы Уақытша халық кеңесі құрылып, оның құрамындағы 25 адамның 10-ы қазақ емес ұлт өкілдерінен сайланатын болып келісіледі. Кеңес бүкіл қазақ қоғамындағы атқару билігін қолына алатын болды. Арнайы тармақ бойынша съезд қаулы қабылдап, онда қазақтардың арасында тұратын басқа ұлт өкілдеріне азшылық құқығы берілетіндігі бекітілді. Алаштың барлық мекемелерінде барлық ұлттар мен ұлыстардың өкілдері пропорционалды түрде қызмет ететіндігі жарияланады. «Алаш» мемлекетінің «Алаш Орда» мемлекеті заң шығарушы билік тармағына тәуелді болды.

Алайда автономияның декларациясын қабылдау мәселесіне келгенде зиялы қауымның көзқарасында екі бағыт туындады. Бірі Жаһанша және Х. Досмұхамедовтер бастаған топ автономияны бірден жариялау қажеттігін ұсынды. Ал Ә. Бөкейханов, М. Дулатов, А.

Байтұрсынов бастаған топ қазақы емес тұрғылықты халықтың пікірін анықтамайынша автономия жариялауды қоя тұру керектігін көрсетеді. Сонымен қатар, олардың ойынша, автономияны жариялау құқығы автономияның құрылтай жиналысында болып табылады. Осы мәселелер бойынша дауыс беруде қалыс қалғандар да болды, солардың бірі - М.Шоқай еді. Орын алған пікірталастың нәтижесінде Батыс және Шығыс Алаш Орда туындап, сәйкесінше олардың басында Ж. Досмұхамедов пен Ә.Бөкейханов тұрды.

1917 жылдың соңында Бүкілресейлік Құрылтай жиналысына қазақ қоғамынан депутаттар ұсыну сәтінде «Үш жүз» атты социалистік партия туындады. М. Қойгелдиевтің зерттеулеріне сүйенсек, ол өзінің негізгі қарсыласы «Алашты» саяси аренадан ығыстыру үшін түрік-татар қауымдастығына, мұсылман қозғалысына сүйенген Ш.Әлжанов, М.Әйтпенов, К.Тоғысов сияқты қазақ азаматтарының құрған саяси ұйымы. Партияны құрушылардың бірі М. Әйтпенов: «Белгілі кадет Бөкейханов ашқан «Алаш» партиясының программасына қанағаттанбай қазақтар өз алдына «Үш жүз» атты социалист партиясын ашты. Партияның мақсаты федерацияны жақтау һәм түрік-татар қауымдарын біріктіру, Учредительное собрание жеке список кіргізу» деп газеттерге жеделхат жіберген екен [10].

1917 жылғы 7-15 желтоқсан аралығында Томскіде төтенше жалпысібірлік съезд өтіп, онда Сібір үкіметі Г.Н. Потанин басқарған Сібір облыстық советі құрылды. Облыстық совет ІІ жалпықазақ съезінің Алашорданы құру туралы шешімін қолдап, Совет өкіметін мойындамау жөнінде қаулы қабылдайды. Бірақ Сібір думасының өмірі ұзаққа созылмады. 1918 жылғы 26 қаңтарда Томск советі Президиумының жарлығымен Сібір думасы таратылып, оның басшылығының бір бөлігі тұтқындалады.

Өз кезегінде Ә. Бөкейханов Қазан төңкерісі нәтижесінде билік басына келген, Азамат соғысына түрткі болған большевиктер партиясының саясатын, В.И. Лениннің саяси курсы қабылдамайтындығын ашық айтты. Осындай қайтпас қайсар мінезі мен берік саяси ұстанымы үшін оның өзі де, ұлттық мемлекет идеясын ту еткен қасындағы жанындағы үзеңгілес серіктері де Кеңестік билік тарапынан саяси қуғын-сүргінге ұшырайды.

А. Байтұрсынов 1917 жылғы ақпанда Николай ІІ патшаны тақтан тайдырған Ақпан төңкерісі мен оның орнына келген Уақытша үкіметті құлатқан большевиктердің Қазан төңкерісіне қазақ халқының қатынасын теориялық тұрғыдан дәл тұжырымдап берген еді: «Қазақтарға ақпан революциясы қаншалықты түсінікті болса, Қазан (әлеуметтік) революциясы оларға соншалықты түсініксіз көрінді. Олар алғашқы революцияны қандай қуанышпен қабыл алса, тура сондай үреймен екіншісін қарсы алуға мәжбүр болды. Қазақ халқымен таныс адамдар үшін қазақтардың бұл революцияға деген мұндай қатынасы әбден табиғи және түсінікті болатын. Алғашқы революцияны қазақтар тура түсініп, қуанышпен қарсы алса, ол біріншіден, бұл революцияның оларды патша өкіметінің қанауы мен зорлығынан құтқаруында, екіншіден, олардың өзімізді өзіміз басқарсақ деген ескі үмітін нығайта түсуінде еді», - деп жазды [11].

Сонымен қатар, «Қазақ» газетін 1918 жылғы 30-маусымдағы №262 санында жарияланған «Аттан, алаш азаматы» атты мақалада Қазан төңкерісіне қарсы идея айқын көрінеді: «...Жауың кім? Жауың большевик. Большевиктің тұқымы құрымаса Ресей мемлекетінде тыныштық болмақшы емес. Өз тізгінім өзіме, жұрт боламын десең атқа мін, қолыңа қару-жарақ алып, большевикке қарсы шығып, өзіңнің ерлігіңді іспен көрсет. ...Большевик дегендер кешегі байлардың есігінде жүрген, шандыры созылған өңшең малай... Ортақ жау - большевикке қарсы жорыққа аттану кеудесінде жаны, денесінде бабалары түріктің титтей қаны болған алаш азаматына парыз» [12].

Қазан төңкерісіне қазақтардың үрке қарауын алаштықтар қазақ қоғамында капиталистік қатынастардың жоқтығымен, соған сай таптық жіктелудің әлсіздігімен байланыстырды. Бұл ұлттық еркіндік, осы жолда ұлттық тұтастық идеологиясын ұстанған қайраткердің көзқарасы еді және ол сол тарихи кезеңдегі қоғамдық-саяси шынайылықтан алыс

емес еді. Сондай-ақ, осынау қоғамдық пікірді білдіру арқылы ол большевиктік билік пен ұлт-азаттық қозғалыс арасындағы айырмашылықты дәл белгілеп берген еді. Бірақ В.И. Ленин бастаған большевиктік билік Алаш қайраткерлерінің пікірімен есептеспеді.

К. Нұрпейісов өзінің зерттеуінде Совет өкіметінің де Алашорда жетекшілерімен келіссөз жүргізу барысында екіжүзділік танытқанын көрсетеді: «бұған оның атынан Дала-лық Қазақ өлкесінің төтенше комиссары болып тағайындалған Ә.Жанкелдинге 1918 жылы 14-мамырда ұлт істері жөніндегі халық комиссариатының таптық негіздегі Қазақ автономиясын құру мақсатымен Бүкілқазақстандық советтер съезін шақыру міндетін жүктеуі дәлел. Қазан төңкерісі қарсаңында большевиктер атынан «Ұлттардың өзін өзі билеу құқын» уағыздап келген Лениннің пролетариат диктатурасыорнаған соң бұрынғы айтқанынан бас тартып, оны «Еңбекшілердің өзін өзі билеуі»ұранымен алмастырғанының, басқа сөзбен айтқанда ұлттық-мемлекеттік құрылыста таптық принципті бірінші кезекке қойғандығының көрінісі болды. Сондықтан да Орталық Совет үкіметі қазақ халқының ұзақ жылдарға созылған ұлт-азаттық күресінің нәтижесінде дүниеге келген Алаш автономиясы мен Алашорда үкіметін іс жүзінде мойындамады, сол сияқты Орта Азияның жергілікті халықтарының заңды мемлекеттігі болған, 1917жылы 10-желтоқсанда Қоқан қаласында өткен төртінші жалпымұсылмандық құрылтайда жарияланған Түркістан (Қоқан) автономиясын 1918 жылдың ақпанында қарулы күш жұмсап талқандады [13].

Түркістандағы саяси билік пен әскери күш Кеңес үкіметінің қолына шоғырландырылды. Қарулы күшпен талқандалған Түркістан автономиясы өлкедегі өзекті мәселе – жергілікті халықтардың өзін-өзі билеу құқығын алға қойып, шешуге тырысқан саяси түзілім еді. М. Шоқаев сынды саяси қайраткердің бастауымен жүргізіліп, бағы баянсыз болған Түркістандағы қазақ жұртының саяси тәуелсіздікке ұмтылуының жарқын көрінісі болды.

1918 жылдың жазына қарай азамат соғысы кең етек жайды. Оған шетелдік империалистік мемлекеттердің Совет өкіметін құлату мақсатымен интервенция жасап, революцияға қарсы күштермен одақтасуы себеп болды. Көп кешікпей совет өкіметі құлатылған Россияның Қазақстанға жақын кейбір қалаларында советтік билікке қарсы бағытталған және Антанта елдерінің қолдауына сүйенген үкіметтер құрылды. Олардың қатарында 1918 жылғы маусымда Самара қаласында құрылған Құрылтай жиналысы мүшелерінің комитеті, Омбыда құрылған уақытша Сібір үкіметі, Уақытша бүкілроссиялық үкімет саналған «Уфа директориясы» болды.

Азамат соғысының бастапқы үш айында Алашорда үкіметі автономияны басқару, жер пайдалану тәртібі, салық, сот, дін, әскер істері жөнінде көптеген қаулы-қарарлар қабылдады. Алашорда қабылдаған алғашқы заңдық мәні бар маңызды құжат 1918 жылы 24-маусымда Ә. Бөкейханов, М. Тынышбаев және Х. Ғаббасов қол қойған «Алаш автономиясының территориясында уақытша жер пайдалану тәртібі» деген қаулы болды. Онда Бүкілроссиялық құрылтай жиналысы жер туралы заң қабылданғанша Қазақстанда жерге деген жеке меншіктің жойылатыны, жер-су байлықтарын пайдалану Алашорданың рұқсатымен ғана болатындығы, қазақтар мен орыстар арасындағы жер дауын жергілікті өзін-өзі билейтін земстволық органдар шешетіндігі айтылып, жер пайдалануға байланысты басқа мәселелерді шешудің тәртібі көрсетілді. Алайда Сібір үкіметі тарапынан да, Орынбор мен Орал қалаларындағы әскери үкіметтер тарапынан да оларды қолдауға бағытталған ешбір әрекет жасалмады.

1918 жылы қыркүйекте құрылған «Уақытша жалпыресейлік үкімет» ретінде танылған Уфа директориясы 1918 жылы 4 қарашада Алаш Орданы тарату туралы шешім шығарады. Ал ақ гвардияшылардың негізгі күшінің басшысы адмирал Колчак тарапынан Алашордаға сенімсіздік білдіріліп, жау ретінде қарау Алаш қайраткерлерінің өз одақтастарына деген сенімінөшіріп, жаңа күрес жолдарын іздестіруге итермеледі. Бұл өз кезегінде Алаш басшыларының большевиктермен ымыраға келіп, оларға қосылу туралы саяси шешім

қабылдауына ықпал етті. Бірақ та аумалы төкпелі азамат соғысы жылдары бұл әрекет те оңайға түспеді. Ел екіге жарылып, дел-сал болған шақта түсініспеушіліктің салдарынан Торғай қазақтарының ұлт-азаттық көтерілісі жетекшісі А. Иманов пен қызыл көтерілісшілер басшысы, Қостанай уездік кеңесінің төрағасы Л. Таранның Торғайда өлтірілуі Алашордашылардың арандатуы деп көрсетілді. Ақтар мен қызылдардың арасында ымыра таппаған Алаш қайраткерлерін біресе ақтар, біресе қызылдар тұтқынға алып, екі жаққа да сенімсіз саяси күшке айналды.

1919 жылы 27 қазанда Қазревкомның кеңейтілген мәжілісі өтіп, ол Қазақстандағы азамат соғысының аяқталуымен тұспа тұс келді, бірақ қызылдарға қарсы күрескен қазақтар мен Алаш қайраткерлеріне кешірім жасау мәселесі қаралмады. Сол жылы 4 қарашада Түркістан майданының революциялық соғыс кеңесі Совет өкіметіне тікелей және жанама түрде қарсы күресіп келген барлық қазақтарға тиісті шарттар орындалған жағдайда толық кешірім жасау туралы қаулы қабылдады. Ал Қазревком 31 қарашада ғана Түркістан майданының революциялық соғыс советіне Алашордаға кешірім жасау және оны жүзеге асыру шарттары жөнінде өтініш білдіру туралы қарар қабылдады.

Кешірім жасалғанымен, Алаш қайраткерлеріне деген сенімсіздік жойылмады. 1920 жылы 5 наурызда Қазревком Алашорданы тарату туралы қаулы қабылдап, онда совет өкіметі мықтап орныққанша Алашорданың жауапты жетекшілерін халықтан оқшаулау, меншіктерін есепке алу, оларды ревком мүшелігі мен жауапты кеңестік қызметтерге ұсынбау туралы шешім шығарылды. Алашорда кезеңіндегі атқарған қызметтері мен ұлт-азаттық идеялары үшін қазақ зиялы қауымы келешекте де қуғын-сүргінге ұшырап, репрессия жылдары атылып кетті.

Алаштықтардың ұлттық мемлекеттік құру жолындағы күресін зерттеуші отандық тарихшылар мынадай ғылыми тұжырымдар жасайды: 1) Совет басшылығы қазақ халқына 1918 жылғы көктемде уәде еткен советтік негіздегі автономиядан басқа мемлекеттіктің өзге түрін беруден бас тартты. 2) Азамат соғысының тәжірибесі Алашорданың ұлттық-мемлекеттік құрылыс мәселесінде басқа шешімге (советтік автономиядан басқа) қол жеткізу мүмкін еместігін көрсетті. 3) Соғыс барысында ақтар да, қызылдар да Алашордамен қарым-қатынас мәселесіне тек қана соғыс тағдырын шешуге әсер етуі мүмкін фактор ретінде қарады [14].

**Қорыта айтсақ,** Ә. Бөкейханов, М. Дулатов, А. Байтұрсынов бастаған қазақ ұлтының бетке ұстар саяси тұлғаларының қоғамдық қызметінсіз Алаш партиясы мен Алашорда үкіметінің өмірге келуі мүмкін емес те еді. Алаш қозғалысы жетекшілерінің өзгелермен терезесі тең автономия туралы идеялары тар таптық саяси шеңбермен шектелген жоқ, олар ұлттық мемлекет құру мұратын әйгілі 1905 жылғы патша самодержавиесіне қарсы петицияны ұйымдастырудан бастап, Алаштың Жалпықазақтық съездеріне дейінгі аралықта қазақ жерін талаған ресейлік отаршылдық жүйені құрту, патшалық самодержавиені жою, монархиялық басқаруды республикамен алмастыру, Ресей құрамында болса да өзгелермен терезесі тең автономияға ие болу арқылы саяси жүйені түбірімен өзгертуге бағытталған асқақ саяси идеяны ұстанды. Сол кезеңдегі қоғамдық санада ақиқат жол болып көрінген тап күресін мүмкіндігінше қантөгіссіз, бейбіт жүзеге асыруды ұсынды.

Алаш партиясы ұлттық саяси күш ретінде Алашорда үкіметін құрып және Алаш автономиясын жариялап, тәуелсіз қазақ мемлекетін құруды көкседі. Тағдырлары қайғылы аяқталғанына қарамастан, Алаш қайраткерлері елі мен жерінің, қазақ ұлтының қамын жеп, оның жарқын болашағы үшін күресті. Олардың идеялық мұрасы саяси санасы толыққан, тәуелсіздік идеясын ту еткен бүгінгі ұрпаққа аманат, атқарған ерен істері өнегелі өсиет, ал ардақты Алаш азаматтарының есімдері халқымыздың жадында мәңгі сақталады.



## Әдебиеттер тізімі

- 1 Назарбаев, Н. Тарих толқынында. / Н.Ә. Назарбаев - Алматы: Атамұра, 1999. - 296 б.
- 2 Қозыбаев, М. Ақтандақтар ақиқаты. – Алматы: Қазақ университеті, 1992. - 218 б.
- 3 Құл-Мұхаммед, М. Алаш қайраткерлері саяси-құқықтық көзқарастарының эволюциясы. - Алматы: Атамұра, 1998. - 360 б.
- 4 Тайшыбай, З. «Қарқаралы петициясы» туралы ақиқат. / З. Тайшыбай // Ақиқат, 2003. - № 8. - Б. 80-82.
- 5 Қойгелдиев, М. Алаш қозғалысы: көмекші оқу құралы. / М. Қойгелдиев - Алматы: Санат, 1995. - 368 б.
- 6 Әшкеева, Н. Әлихан Бөкейханов саясат сардары. Н. Әшкеева // Саясат, 2002. - № 3-4.
- 7 Алаш қозғалысы: Құжаттар мен материалдар жинағы (сәуір, 1901ж. - желтоқсан, 1917ж.) /Құрастырушылар: Қ.С. Алдажұманов, А.С. Зұлқашева, М.Қ. Қойгелдиев, К. Нұрпейіс, С.К. Рүстемов, Е. Сайлаубай, Ш.Б. Тілеубаев, Е.В. Чиликова. - Алматы: Алаш, 2004. - 552 б.
- 8 Бөкейханов, Ә. Шығармалар. / Құраст. М. Қойгелдиев. - Алматы: Қазақстан, 1994. - 375 б.
- 9 Байтұрсынов, А. Ақ жол. / А. Байтұрсынов - Алматы: Жалын, 1991. - 278 б.
- 10 Құл-Мұхаммед, М. Алаш қайраткерлері саяси-құқықтық көзқарастарының эволюциясы. / М. Құл-Мұхаммед - Алматы: Атамұра, 1998. - 263 б.
- 11 Нұрпейісов, К. Алаш һәм Алашорда. / К. Нұрпейісов – Алматы: Ататек, 1995. - 256 б.

### Г.К. Ертасова, К.О. Сак

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

## Актуальность идеи деятелей Алаш о независимости

**Аннотация.** Отличительной чертой и уникальностью свободного Казахстана является его история. История сегодняшнего дня, в которой для получения свободы и независимости боролись каждый день. И ярким, пламенным периодом этой истории, непременно, является история Алаша. Алаш призывал сплотить народ. Алаш – яркая страница, где в казахском обществе присутствовали обновление, смелые поиски, поиск к образованию и науке, а также риск и правда. Идея Алаша сформировалась в начале XX века, как национально-государственная идея казахского народа. Можно отметить, что алашевская идея стала основой казахской национальности.

Колониальная политика России в XIX веке стала причиной выхода на свет борцов и национальных патриотов, любящих свою Родину. Данный режим пошел на шаг как можно больше открывать русско-казахские школы в просторах казахской земли и влиять на национальную интеллигенцию. В свою очередь, демократическая национальная интеллигенция действовала от всех лиц казахского народа. Она боролась за свою независимость и путь за получение свободы от колониального давления. Именно в этих целях деятели Алаш с 1905 году активизировались в плане политической работы. В результате была основана партия Алаш. На исторической сцене сформировалась национальная интеллигенция.

Партия Алашорда, которая была образована в 1917 году, а также исторические деятельности национальной интеллигенции алашевского общества вошли в историю на пути формирования независимого государства. Главные цели движения Алаш были: самоуправление казахского народа и признание метрополии в формировании государственной системы, которая могла бы защитить свои национальные интересы, образование в конце концов свободного, отдельного государства, ограничить переселение с России на казахские земли, развить животноводство с использованием лучшего мирового опыта, открыть рыночные

отношения, основать демократические принципы и уважать права личного человека, систематизировать образование и развитие языка. В статье рассматриваются важные позиции и идеи о независимости, которые подняли деятели Алаш.

**Ключевое слово.** Алаш, Каркаралинская петиция, Государственная Дума, Февральская революция, партия Алаш, Автономия, Общеказахский съезд, Октябрьский революция, Российская империя.

**G.K. Yertassova, K.O. Sak**

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

### **Actuality of Alash people's Ideas About Independence**

**Abstract.** A distinctive feature and uniqueness of the free Kazakhstan is its history. The history of today where every day brought a fight for freedom and independence. A bright, fiery period of this story, without fail, is the story of Alash. Alash summoned the people to unite. Alash is a bright page where the Kazakh society witnessed a renewal, bold quests, a search for education and science, as well as risks and truth. The idea of Alash was formed at the beginning of the XX century as a national-state idea of the Kazakh people. It can be noted that the Alash idea became the fundament of the Kazakh nationality.

The colonial policy of Russia in the XIX century caused the emergence of fighters and national patriots who loved their Motherland. This regime made a purpose to open as many Russian-Kazakh schools in the vast Kazakh land as possible and influence the national intelligentsia. In turn, the democratic national intelligentsia acted on behalf of the Kazakh people. It fought for its independence and for the way to gain freedom from the colonial pressure. It was for these purposes that Alash activists in 1905 stepped up in terms of political work. As a result, the Alash party was founded. On the historical stage, the national intelligentsia was formed.

The Alashorda party which was formed in 1917, as well as the historical activities of the national intelligentsia of the Alash society made it into history on the path to the formation of an independent state. The main objectives of the Alash movement were: self-government of the Kazakh people and recognition of the metropolis in the formation of the state system that could protect its national interests, the formation in the end of a free, independent state, limit the relocation from Russia to the Kazakh lands, develop livestock using the best world experience, start market relations, establish democratic principles and respect personal rights of a person, systematize education and language development.

The article examines important positions and ideas about independence which Alash figures raised.

**Key words:** Alash, the Karkaraly Petition, the State Duma, the February Revolution, Alash party, Autonomy, Common Kazakh Congress, the October Revolution, Russian Empire.

### **References**

- 1 Nazarbaev, N. Tarih tolkynynda [In the stream of history]. (Atamura, Almaty, 1999). [in Kazakh]
- 2 Kozybayev, M. Aktandaktar akikaty [Truths of white spots]. (Kazakh universiteti, Almaty, 1992). [in Kazakh]
- 3 Kul-Mukhammed, M. Alash kairatkerleri sayasi-kukykyk kozkarastarynyn evolusiyasy. [Evolution politically-legal opinion figure Alash]. (Atamura, Almaty, 1998). [in Kazakh];
- 4 Taishybay, Z. «Karkaraly petisiyasy» turaly akikat [Truth about the Carcaralin petition]. (Akikat, 2003, № 8). [in Kazakh]
- 5 Koigeldiev, M. Alash kozgalysy: Komekshi oku kuraly [Alash movement: auxiliary textbook]. (Sanat, Almaty, 1995). [in Kazakh]

- 6 Ashkeeva, N. Alikhan Bokeikhanov sayasat sardary [Alikhan Bokeikhanov politician]. // (Sayasat. 2002. № 3-4). [in Kazakh]
- 7 Alash kozgalysy: Kuzhattar men materialdar jinagy (Saur, 1901 - jeltoksan, 1917) [Alash movement: Collection of documents and materials (April, 1901 - December, 1917)]. / Kurastyrushylar: K.S. Aldajumanov, A.S. Zulkasheva, M.K. Koigeldiev, K. Nurpeisov, S.K. Rustemov, E. Sailaubay, Sh.B. Tileubayev, E.V. Shilikova. (Alash, Almaty, 2004). [in Kazakh];
- 8 Bokeikhanov, A. Shygarmalar [Creation]. / Kurastyrgan M. Koigeldiev (Kazakstan, Almaty, 1994). [in Kazakh]
- 9 Baityrsynov, A. Akzhol. [Akzhol]. (Jalyn, Almaty, 1991). [in Kazakh]
- 10 Kul-Mukhammed, M. Alash kairatkerleri sayasi-kukykyk kozkarastarynyn evolusiyasy [Evolution politically-legal opinion figure Alash]. (Atamura, Almaty, 1998). [in Kazakh]
- 11 Nurpeisov, K. Alash ham Alashorda [Alash and Alashorda]. (Atatek, Almaty, 1995). [in Kazakh]

### **Авторлар туралы мәліметтер:**

**Ертасова Г.Қ.** – Журналистика және саясаттану факультетінің докторанты, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қ.Сәтпаев көш. 2, Астана, Қазақстан.

**Сақ Қ.Ө.** – Филология ғылымдарының кандидаты, ЕҰУ профессоры, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қ.Сәтпаев көш. 2, Астана, Қазақстан.

**Yertassova G.K.** – PhD student at faculty of Journalism and political, L.N. Gumilyov Eurasian National University, K.Satpaev str. 2. Astana, Kazakhstan.

**Sak K.O.** – Candidate of philological, professor. Dean of faculty of Journalism and political science, L.N. Gumilyov Eurasian National University, K.Satpaev str. 2. Astana, Kazakhstan.

XFTAP 19.41.09

**Р.А. Шакуова**

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

*(E mail: R\_Shakuova@mail.ru)*

### **Голощекин саясатының Қазақстанда жүргізілуі**

**Аннотация:** Қазақстанда ХХ ғасырдың отызыншы жылдары қолдан жасалған ашаршылық құрбандарын ұмытуға болмайды. Өйткені бұл тұтастай ұлттың басына күштеп таңылған нәубет еді. 1931-1933 жылдары республиканың алты миллион халқының 2,5 миллионы қырылып қалды. Аштықтан, билік тарапынан болған қуғын-сүргіннен қашып, 1 миллион адам шет елдерге өтіп кетті. Ғалымдардың айтуынша, ашаршылық қазақ халқының дамуын 110 жылға кейін шегерген. Бірнеше жыл қатарынан орын алған, дүркін-дүркін қайталанған ашаршылық зұлматынан ұлтымыздың әбден сансырағаны сөзсіз. Еліміздің тұңғыш Президенті Н.Ә. Назарбаев: «Егер ашаршылық болмағанда біз қазір 45-50 миллион халық болып отырар едік», - дейді. Кеңес үкіметі тұсында, зұлмат кезең жайындағы ақиқатты айтуға тыйым салынған еді. Алайда, еліміз егемендігін алған тұстан бастап, тарихшылар, саясаттанушылар, зертеушілер және журналситтер тарихтың бізге беймәлім тұстарын зерттеп, тың деректер ұсынып, жоғалғанымызды қайта жаңғыртты. Ресми деректерге сүйенсек, ашаршылық кезінде қазақ халқы 2 миллион 500 мыңға жуық тұрғынынан айырылды. Бұл көрсеткіш мұнан да көп болуы бек мүмкін.

Ел басына туған нәубет жылдардың өзге де зардаптары жөнінде жас ғалымдар әлі де ізденіп, тарихтың ақтандақ беттерінің сырын ашатыны сөзсіз.

**Кілт сөздер:** Голощекин, нәубет жылдары, 1931-1932 жылдардағы ашаршылық, ұжымдастыру, «Кіші Қазан» төңкерісі, демография.

ХХ ғасырдың алғашқы жартысында қазақ халқы ең ауыр кезеңдердің бірін бастан кешірді. Бабаларымыз найзаның ұшымен, білектің күшімен қалдырған кең байтақ мекенді жайлап жатқан еркін халықты талай сынақ күтіп тұрды. Солардың ішінде адамзат жадысында өшпес із қалдырып кеткен 1931-1932 жылдардағы ашаршылық азабы еді.

Кеңестік кезеңде нәубет жылдары жайында сөз қозғауға рұқсат болған жоқ. Ол кездегі баспасөзде де бұл тақырып жазылмағаны белгілі. Отызыншы жылдардың нәубеті от басында, оңашада ғана талқыланатын. Көшпенді жұртты қынадай қырған аштық азабынан ешбір қазақ әулеті дін-аман құтыла алмады. Тоталитарлық дәуір ауызға алуға тыйым салған саяси жазалаулар мен ашаршылық шындығы 1988 жылдан бастап қазақ баспасөзінде жазыла бастады. Алғашқылардың бірі болып сталиндік лагерьлер тауқыметін тартып оралған «халық жаулары» зайыптарының бір тобы Мәскеудегі «Мемориал» қозғалысының мақсаттарына қолдау білдірген үндеу-хаттарын жария етті. Міне осы оқиғалардан соң, тарихшылар, журналистер зерттеу жүргізіп, ел басына туған зұлмат жылдар жайында ақиқаттар ашыла бастады.

Тарихқа жүгінсек, қазақ халқы бұған дейін де аштықты бастан өткерген болатын. Алайда, 1921-1922 жылдары қуаншылық салдарынан егін шықпай аштыққа ұшырап, малы мен жанынан айырылды. Ал, 1931-1932 жылдардағы нәубет тым басқа еді. Жиырмамыншы ғасырдың басында кеңестік қызыл империяның саяси қудалауынан бас көтеріп үлгермен қалың қазақты билеп-төстеу, бағындыру мақсатымен арнайы ұйымдастырылған ашаршылықтан халқымыздың тең жартысы қырылып қалғаны белгілі. Бүтін бір елді «жою» идеясы сол тұстағы Қазақстан өлкелік партия комитетінің хатшысы Филипп Исаевич Голощекин билікке келуімен бастау алған еді. Ол 1925 жылдың қыркүйегінде қазақ жеріне табан тіреген күннен бастап өз ойын жүзеге асыру үшін ешбір тайсалмай, жантүршігерлік жоспарларын ойластыра бастады. Әрбір қадамын алдын-ала ойластыратын басшы, тепсе темір үзетін ерлері, бір қауым жаудың бетін қайтара алатын данагөй қарттары және төзімін

сабырға жеңдірген, алтын құрсақты аналары бар ұлы елдің ұрпақтары білектің күшіне оңайлықпен бағынбайтынын білді. Сондықтан кез-келген жоспарын құжат жүзінде рәсімдеп, заң арқылы шешуді қолға алды. Ол ең алдымен «1917 жылы қазан мен 1925 жылғы қыркүйек аралығында қазақ сахарасында Совет үкіметі болмады, коммунистік партия ұйымы жоқ» деген шешімге келді. Голощекиннің биелеп-төстеу жұмыс әдісі етек алып өрістей бастаған кезде республикалық партия, совет белсенділері оған қарсылық көрсете бастайды. Голощекин бұл жайды да ұтымды пайдаланады. Ол оппозиция қанатын бірден қырку үшін жаңа саяси бағытты дәлелдеп Сталинге хат жолдады. Көп ұзамай оның арандатушылық саясатын қолдап, арам ойларын іске асыруға жол ашқан хат келіп жетеді. Онда: « Я думаю, что политика, намеченная в настоящей записке, является в основном единственно правильной политикой. И.Сталин», - делінген. Міне, осы тұста Голощекиннің әкімшілік-әкімгер басшылық әдісіне қарсы шыққандарға неше түрлі жала жабылды. Олардың қатарында Т. Рысқұлов, Н. Төреқұлов, С. Сейфуллин, О. Жандосов, Н. Нұрмаков, С. Сәдуақасов, С. Қожанов, С. Меңдешев, А. Әйтиев сияқты Алаш ардақтылары бар еді.

1927 жылғы желтоқсанда БК(б)П XV съезі болды. Оның шешімі бойынша 1932 жылдың көктеміне дейін елдің ауыл шаруашылығы жеке қожалықтан ұжымдық шаруашылыққа айналып үлгеруге тиіс болды. 1928 жылғы 27 тамызда Қазаткомның арнайы декреті шықты, соған сәйкес дәулетті қожалықтарды тәркілеу туралы Қазатком мен Халкомкеңес қаулы шығарды. Ол бойынша тез арада байлардың мал-мүліктерін кәмпескелеу науқаны басталып кетті. Оның революциялық сипаты тәркілеуге қарсылық әрекет көрсеткендерді қылмыстық жауаптылыққа тарту және аса ірі әрі жартылай феодал байларды жер аудару туралы 1928 жылғы 13 қыркүйекте шығарылған қаулымен күшейе түсті. Орталық кеңселерде бекітілген жарғыларды негізге алған Голощекин қазақ кадрларына байланысты жоспарларының жүзеге асырылуын шебер ұйымдастыра білді.

«Кіші Қазан» төңкерісін жасамақ болған Филипп Голощекиннің жосықсыз саясатына қарсы жергілікті халық талай рет бас көтерді. Кейбір дереккөздер мұндай көтерілістер мен толқулар Қазақстанның түкпір-түкпірінде бас-аяғы 372 рет болғанын көрсетеді. Кез-келген толқу күшпен басылып, қатаң жазаға тартылды. «Бас көтерген халыққа аяусыз жазалау шарасы жүргізілді. 1929-1932 жылдары ірі көтерілістер мен толқуларға қатысқаны үшін 5551 адам сотталып, оның 855-і атылды. Жалпы алғанда, күштеп ұжымдастыру кезінде 100 мыңнан астам адам жазаланды [1].

«Бай-кулақтарды кәмпескелеу туралы» 1928 жылы 28 тамыздағы қаулы да қазақ халқына тағы бір бүйірден келген ауыр соққылардың бірі еді. Өйткені, күштеп тәркілеуге тек бай-манаптар ғана емес, алдында бірен-саран малы бар кез келген қазақтың да дүниесі талан-таражға салынды. Ресми деректерге сүйенсек, 1929 жылы Қазақстандағы мал басы 40 миллионды құраса, 1933 жылы бұл көрсеткіш 4 миллионға дейін төмендеді. Ес білгелі ұлан асыр далада малын жайып, күн-көріс қамын жасап жүрген қарабайыр халық үшін ас-ауқатынан бір күнде айырылу оңай болған жоқ. Мал-жанынан айырып қана қоймай, көшпенді халықты отырықшы елдер қатарына қосу саясаты да онсыз да абдырып жүрген қара құрымды одан әрі састырды. Ф. Голощекиннің саясатын қолдаған О. Исаев, І. Құрамысов, Т. Голуодов, Е. Ерназаров бастаған топ 700-ге жуық байдың бар малын тартып алып, оларды қара жұмысқа жеккен. Аз уақыттың ішінде осыншама теперіш көрген қарабайыр халық қайыршы хәлге жетіп, ашаршылықтың зардабын көрді.

1928-1930 жылдары Қазақстанда, әсіресе, солтүстіктегі аудандарда егін шықпай қалды, астық тапшылығы көбейді. Ал осы жылдардың қысы да қоғамдық малды қынадай қырып салды. Астық жинау, ет дайындау жөніндегі жоспарлар өсе түспесе, азайған жоқ. Мұның бәрі шаруаның тұрмысын күйзелте берді.

Осы тұста, айта кету керек, Кеңес үкіметі қарамағында болған елдердің барлығы да қызыл империяның солақай саясатынан әр түрлі деңгейде зардап шекті. Сол тұстағы



ашаршылықтан Қазақстанда жалпы халықтың 22,4 пайызы жойылды. Украиндықтар да 13,3 пайыз халқынан айырылған. Алғашқы төрттікті Ресей (3,2 пайыз) мен Беларусь (1,3 пайыз) түйіндеген [2].

Ғалымдардың есептеуі бойынша 1932-1934 жылдар аралығында КСРО-да 8,7 млн адам қаза болған. Оның 2 млн 500-ге жуығы қазақтар еді. Қазақ халқы 1723 жылдары жоңғар шапқыншылығы кезіндегі «Ақтабан шұбырынды» мен екінші дүниежүзілік соғыс кезінде де дәл мұндай қырғынға ұшырамаған.

1937 жылы «халық жауы» деп қамауға алынып, сотталған, кейін ату жазасына кесілген Мансур Ғатауллин сотталар алдында айтылған сөзі: «...1932 жылы командировкамен Кентке (Қарқаралы маңындағы елді мекен) келгенімде басталды.

Машинадан түстім, айналада тірі пенде көрінбейді. Ештеңе жоқ, ұзыннан салынған қора ғана тұр. Есігін ашсам, ішінде өліктер жатыр. Үлкен қораның іші қатар-қатар жиналған мәйіттерге толы. Кейбір адамдардың көздері ашық жатыр, бірақ әне-міне өлетіні көрініп тұр.

Айғай-шуды естіп, сыртқа шықтым. Шаштары жалбырап, көздері қанталаған, қолдарында пышақтары бар әйелдер жүргізушіге тарпа бас салып, оны бауыздамаққа әрекеттенуде. Әуеге оқ аттым, олар тұра қашты.

Жан-жағыма көз салсам, бір ошақта үлкен қазан қайнап отта тұр. Бірдеңе пісіп жатыр. Қақпағын ашсам – қайнап жатқан судың ішінен жас баланың бірде аяғы, бірде қолы, бірде өкшесі көрінеді» [3].

1930 жылы аштықтан 313 мыңнан астам адам өлді. 1931 жылы ондай өлім 755 мыңға жетті. 1932 жылы 769 мыңнан астам адам өлді немесе ата қонысын тастап көшіп кетті. Аштық, індет және басқа жоқшылықтар салдарынан толық емес деректер бойынша 1 миллион 750 мың қазақ немесе ауыл халқының 40 пайызы тікелей шығынға ұшырады... Тек 1930 жылғы қаңтардан 1931 жылғы маусым аралығында 280 мыңнан астам қожалықтан 1 млн 70 мыңдай адам көшіп кетті [4].

Мамыражай өмірінен айырылып қана қоймай, тіршіліктен тарығып, ашаршылыққа ұшыраған халық жан сауғалап басқа жаққа бет бұра бастайды. Елдің біразы Өзбекстанға, Қырғызстанға, Оралға, Омбыға, Құлынды даласына, Астраханьға, Еділ бойына қарай ауа бастады. Шекарада ұсталып, қанды қырғынға ұшырап, Қытай, Ауған, Иран, Түркия асып кеткені қаншама.

Алаш ардақтысы, голощекиндік озбырлыққа қасқая қарсы тұрған Тұрар Рысқұловтың сол кезде Сталинге жазған хатындағы деректер төмендегідей: «Қазақстанмен көршілес өлкелерге көшіп барғандардың жерлерінен шамамен алынған соңғы деректер бойынша қазір: Орта Волгада – 40 мың, Қарақалпақстанда – 20 мың, Батыс Сібірде – 50 мың, Қырғызстанда – 10 мың, Орта Азияда 30 мың қазақ бар. Көшіп кетушілер тіпті Калмыкия, Тәжікстан, Солтүстік өлке және басқа да алыс жерлерге барған. Байлар бастаған халықтың бір бөлігі Батыс Қытайға көшіп кеткен... Бұл әдетте жаздыгүні жақын жерлерге және мал бар кезде болатын жай көшу емес, едәуір дәрежеде аш адамдардың тамақ іздеп босуы еді». Аш қазақтар көрші Ресей қалаларына кетіп, шетел ауды. Олардың ізін ала жолын тосып кері қайтару үшін мұздай қаруланған тосқауыл отрядтары жіберілді. Бұл жолда қақтығыс та болмай қалған жоқ. Өткендері өлермендікпен өтіп кетті, қалғандары қарудың күшімен кері қайтарылды. Елде қалғандарына тыныштық болмады, біразына салынатын алым-салықтарды көбейтіп, енді бір тобына әр түрлі айып тағылды.

1928 жылдан бастап жүргізілген кәмпескеден кейін жалғасқан 1931-1932 жылдардағы аштық, үсті-үстіне салынған салық ауыртпалығы халықты ашындырып, наразылық көтерілістеріне ұласты. Қазақстанда 1929-1932 жылдары 372 көтеріліс болып, оларға 80 мыңға жуық адам қатысқан. Әсіресе, Созақ, Шұбартау, Маңғыстау, Бұқтырма, Ырғыз, Қазалы, Қармақшы, Самар, Абыралы, Шыңғыстау, Қастек, Балқаш және басқа аудандарда шаруа қозғалыстары белең алды.

Бас көтерген халыққа аяусыз жазалау шарасы жүргізілді. 1929-1932 жылдары ірі көтерілістер мен толқуларға қатысқаны үшін 5551 адам сотталып, оның 855-і атылды. Жалпы алғанда, күштеп ұжымдастыру кезінде 100 мыңнан астам адам жазаланды [5]. 1933 жылдың 21 қаңтарына дейін басшылық қызметте отырған Голощекиннің құйтырқы әрекеттері мұнымен біткен жоқ. Ол қазақ тілінің жойылуына да ықпал еткісі келді. Ол қазақ интеллегенциясы ұсынған мекемелерді қазақыландыру, іс-құжаттарды қазақ тілінде жүргізу ісіне қатысты: «Қазақыландыру жұмысы партиядан басқа мекемелердің бәрінде жүру керек, партияның қазақылануының қажеті жоқ, өйткені партия Россиянікі, оның тілі орысша болса да жетеді», - дейді.

Түрлі құйтырқы істеріне байланысты ел арасында «Қужақ» атанып кеткен Голощекин қазақтың ішінен интеллегенцияның шығуын да қаламады. Қазақ зиялыларының елді сауаттандыру ісіне мейлінше кедергі келтіріп, ел жастарының оқуының алдын алмақшы болды. Сол себепті де Қазақстанда жоғарғы оқу орындарының ашылуына қарсы болып, олардың кеңес үкіметінің саясатымен тәрбиелейтін Мәскеу, Ленинградта оқығанын қалады. «Оқығандар жастарды бұзады, ұлттар алауыздығын қоздырады», – деген сандырағының астында, «білімді азаматтар азаттыққа ұмтылады» деген ойын жасырған еді. Сондықтан болар, тәркілеу сонынан, ірі көлемдегі саяси репрессиялардың «Алаш ісі» атанған ұлт зиялыларының жаппай жазалануына да қолдау көрсетті. «Қужақ» басшыны қолдағандар да аз болмады. Олар «шаш ал десе, бас алу» әдісін ұстанып ұлтымыздың ішіндегі ұлыларын да, қарапайым жұртты да қырғынға ұшыратты. Биліктің әртүрлі саяси соққыларынан бас көтере алмаған қара халық сол кезеңде бұрын-соңды болмаған ағайын арасындағы алауыздықтың, сатқындықтың куәсі болды.

Талай адамды «халық жауы» деп көрсеткен Филипп Голощекинді де 1939 жылы «антисоветтік ұйым құрды, Орталық комитетке қарсы күрес жүргізді, сондай-ақ гомосексуализммен шұғылданды қазақ тарихында» деп айыпталып, 1941 жылы 27 қарашада атылды. Бірақ сонынан сталиндік саяси қуғын-сүргінге ұшырағандар ретінде 1961 жылы ақталады. Дегенмен, бүтін бір халықтың аяусыз қырылуына, ес білген ерлердің елден безінуіне себепші болған, қала берді қазақ интеллегенциясының түп-тамырын жоюға бар күш-жігерін жұмсаған қатігез тұлға ретінде қалды.

### Әдебиеттер тізімі

- 1 Көлбаев, Т. Геноцид Голощекина. / Т. Көлбаев // Алаш айнасы, 2009. - № 85.
- 2 Казахстан был признан самой пострадавшей страной в голоде. [Электр. ресурс] - URL: [https://baq.kz/kk/news/kogam/kazakstan\\_asharshiliktan\\_en\\_kop\\_zardap\\_shekken\\_el\\_bolip\\_tanildi20171126\\_105800](https://baq.kz/kk/news/kogam/kazakstan_asharshiliktan_en_kop_zardap_shekken_el_bolip_tanildi20171126_105800) (опубликовано в 26.11. 2017)
- 3 Жантасов Ж. Мансұр Ғатауллиннің сотталар алдында айтылған сөзі. / Ж. Жантасов // «Жалын» журналы, 1993, №7, - 47 б.
- 4 Козыбаев, М., Козыбаев, И., История Казахстана, - Алматы: Атамұра, 1993. - 246 б.
- 5 Сабыржанов С. Қазақтар қалай қырылды. // «Ақиқат» журналы, 1994, №3, - 112 б.

### Р.А. Шакуова

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

### Политика Голощекина в Казахстане

**Аннотация:** Нельзя забывать жертв голода тридцатых годов XX века. Этот период был самым жутким и незабываемым в истории страны, так как это была специально запланированная

политика для уничтожения целой нации. В 1931-1933 годах из шести миллионов населения республики погибло 2,5 млн. людей от голода. 1 миллион человек сбежал за рубеж из-за нищеты, голода и постоянных пыток со стороны властей. По словам ученых, из-за голода в стране в те годы развитие казахского народа отстало на 110 лет. Постоянная нехватка еды и нищета, непрекращающиеся несколько лет подряд, окончательно убило дух народа.

Первый Президент страны Н.А. Назарбаев отметил: «Если бы не голода те жуткие времена, то сейчас нас было бы 45-50 миллионов». Во время Советского правительства было запрещено говорить о страшном этапе казахской истории. Однако, после получения независимости страны, историки, политологи и журналисты начали активно изучать самые сокровенные тайны периода голодомора и предоставили неопровержимые факты о том, что голод был создан руками властей, и тем самым возобновили потерянный этап истории. По официальным данным казахский народ потерял около 2,5 миллионов человек во время голода. Однако в дальнейшем этот показатель мог быть и больше, так как историки и молодые ученые до сих пор изучают годы «белых пятен» в стране.

**Ключевые слова:** Голощекин, годы «белых пятен», голод в 1931-1932 годы, коллективизация, «Малый Октябрь», революция, демография.

**R.A. Shakuova**

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

### **Implementation of Goloshchekin's Policy in Kazakhstan**

**Annotation.** We must not forget the victims of the hunger in the thirties of the XX century. This period was the most terrible and unforgettable in the history of the country since it was a specially planned policy to destroy the entire nation. In 1931-1933 out of six million population of the Republic 2.5 million people died from hunger. Because of poverty and hunger and constant tortures by the authorities 1 million people fled abroad. According to the scientists, because of hunger in the country in those years, the development of the Kazakh people fell behind by 110 years. Constant lack of food and poverty continued for several years in a row and finally killed the spirit of the people.

The First President of the country N.A. Nazarbayev said: “Had there been no hunger in those terrible times, we would now be 45-50 million in number”. During the Soviet government it was forbidden to talk about the terrible stage of the Kazakh history. However, after gaining independence of the country, historians, political scientists and journalists began to actively study the most important secrets of the Holodomor period and provided irrefutable facts that the famine was created by the hands of the authorities and thus resumed the lost stage of history. According to the official data, the Kazakh people lost about 2.5 million people during the famine. However, in the following years, this figure might have been higher since historians and young scientists still study the years of “white spots” in the country.

**Key words:** Goloshchekin, years of “white spots”, the 1931-1932 famine, collectivization, “Small October”, revolution, demography.

### **References**

- 1 Kolbaev, T. Goloshekindik genocid [The genocide of Goloshchekin]. (Alash ajnasy, № 85. 2009). [in Kazakh]
- 2 Kazakhstan was recognized as the most affected country in the famine. [Electronic version] - URL: [https://kazakstan\\_asharshiliktan\\_en\\_kop\\_zardap\\_shekken\\_el\\_bolip\\_tanildi](https://kazakstan_asharshiliktan_en_kop_zardap_shekken_el_bolip_tanildi) [http://baq.kz/kk/news/kogam/kazakstan\\_asharshiliktan\\_en\\_kop\\_zardap\\_shekken\\_el\\_bolip\\_tanildi](http://baq.kz/kk/news/kogam/kazakstan_asharshiliktan_en_kop_zardap_shekken_el_bolip_tanildi) 20171126\_105800 (accessed 26.11. 2017) [in Kazakh]
- 3 ZHantasov, ZH. Mansur Fataullinnin sottalar aldynda ajtylgan sozi [Mansur Gataullin's speech before the verdict]. («ZHalyн» zhurnaly, 1993, №7). [in Kazakh]



- 4 Kozybaev, M., Kozybaev I., Kazakstan tarihy [History of Kazakstan]. (Atamura, Almaty, 1993. - 246 p.). [in Kazakh]  
5 Cabyrzhanov, S. Kazaktar kalai kyryldy [How the Kazakhs were killed]. (Akikat, 1994, №3).

**Автор туралы мәлімет:**

**Шакуова Р. А.** – журналистика факультетінің PhD докторанты, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық Университеті, Янушкевич көш., 6, Астана, Қазақстан.

**Shakuova R.A.** – PhD doctoral student of the Faculty, L.N. GumilyovEurasian National University, Yanushkevich str. 6, Astana, Kazakhstan,

XFTAP 19.41.09

**Г.А. Шауенова**

*Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан  
(E-mail: gulzabira\_72@mail.ru)*

**Абай ұлылығы**

**(Тұрағұл Абайұлының естелігі негізінде)**

**Аңдатпа.** Мақалада қазақтың ұлы ақыны, дана ойшыл, ұстаз, композитор, аудармашы, қазақ тілі мәдениетінің пионері, сонымен бірге ресейлік және еуропалық мәдениетке жақын болу туралы айтылады. Мақалада Қазақстан тарихында ең ұлы ақындардың орнын алған студенттердің еңбектеріне талдау жасалады. Абайдың сол заманғы өркениетке жақын ұлы Тұрағұлдың естеліктеріне сүйеніп, білім мен шабыт рахатын айқындайды.

Бұл мақалада сондай-ақ, Абайдың және оның шәкірттерінің қолжазбалары, жұмыстары бүгінгі күнде баспадан басылып шыққандығы, олар Қазақстанның ұлттық басылымын құру және дамытудың басы болғандығын атап көрсетеді.

Әкесі туралы жазған естеліктерінде Тұрағұл – Абай дәуіріндегі әлеуметтік, әлеуметтік, саяси және тарихи аспектілерді жан-жақты талдайды.

**Түйін сөздер:** Абайдың поэтикалық мектебі, ақынның ұлылығы, ұлттық басылым, жады жанры.

Қазан төңкерісіне дейінгі мерзімде қазақ елінде түрлі басылымдар жарыққа шыға бастағаны мәлім. «Дала уәлаятының газеті» («ДУГ»), «Түркістан уәлаятының газеті» («ТУГ») тұтастай алғанда, отарлаушы Ресей империясының қазақ жеріндегі билігін күшейтуге деген мүддесіне орай тиісті жарлық өкім, бұйрықтарын жариялауды мақсат етті. Бұл жерде бірер жайтты баса айтқан абзал:

1. Ресей патшалығы қуатты әскерінің арқасында ғана емес, идеологиялық құралымен де жергілікті қазақ ұлтын «ашса – алақанында, жұмса – жұдырығанда» ұстауға тырысты. Қазақтың көшпелілік өмір дағдысы жағдайында отарлаушы билік үшін тыныштық аса қажет болатын, себебі, а) қазақ жерінің байлығын пайдалану үшін жергілікті халық наразылығы, бүлік мүлде қажет емес-тін және осынау ұлан-ғайыр қазақ жері түгелдей Ресей үкіметінің меншігіне өткен болатын; ә) қазақ жері орыс империализмінің экономикалық, сауда-саттық әлеуетін арттыру үшін Орта Азия мен Шығыс елдеріне шыға алатын ұтымды плацдарм болатын.

2. Адамды құлдықта, кіріптарлықта ұстауға болар, бірақ оның санасын бұғауда ұстауға боламайтынын бұлжытпас, әлдеқашан дәлелденген қағидаға жатқызсақ, бұлқынған озық ой, кемелденген сана бәрібір аз да болса өз пікірін білдірмей тұра алмайтынын баса айтқымыз келеді.

Сондықтан да 1917 жылғы төңкеріске дейінгі жарық көрген газеттерде, – біз бұл жерде «Қазақ газеті», «Айқап» журналы сияқты ұлт мүддесін жақтаған басылымдарды емес, «ДУГ», «ТУГ» сияқты басылымдарды айтып отырмыз, – ұлттық рух, озық ой-сана элементтері сирек болса да жарияланғанын айтуға тиіспіз.

Бірден басын ашып айтайық, отарлаушы үкімет баспасөзінде ат қойып, айдар тағылмаса да Абай тағылымы, Абай өнегесі, Абай рухы байқалып тұратынын атаған жөн. Шын мәнінде империялық биліктің аса қатты үрейленгені де осы рух асқақтығынан еді. Сондықтан да болса керек, патшалық Ресей де, оның орнын басқан большевиктік-коммунистік тоталитарлық тәртіп те осы ұлттық рухпен аянбай күресті. Оның жарқын дәлелі ретінде ұлы Абай 1904 жылы дүниеден озса да, патшалық билік кезінде де, кеңестік билік кезінде де бір ғана ұлы ақынның жетпістен астам ұрпақ, үрім-бұтағының қуғынға ұшырауын, сондай-ақ Абай үндеген азаттық идеясын күрес туы етіп көтерген Алашорда қайраткерлерінің трагедияға толы тағдырларын айтуға болады.

Отаршыл Ресей патшалығының қас жауы болған да, орыстың ұлттық рухы болған да – орыстың озық ойлы азаматтары болатын. Сондықтан да Н.Г. Чернышевскийдің: «Ұлы жазушы өз елінде қандай орында болу керек болса, бүкіл орыс жұртшылығының көз алдында, сондай ардақты орынға ие болған тұңғыш ақын Пушкин болды» деп жазуы айрықша ден қойғызатын болса [1, 70], осы тұжырымды қазақтың ұлы Абайына да қатысты айтуға болады. Таза ұлттық ақын атауына ие болған Пушкинге қатысты мына пікір де Абай болмысына қатысты деуге толық негіз бар. «Әдебиеттің өте маңызды ұлттық мәні бар екендігін бірінші рет көре білген, кеңседе, патша сарайында отырып қызмет істеуден де артық деп санаған Пушкин ғана. Жазушының атағын жоғары көтерген, қол жеткісіз биікке шығарған да Пушкин [2, 79]. Пушкинше «ақын халықтың барлық сезімі мен ойын жарыққа шығарушы, ақын өмір күрестеріне толық түсініп, суреттеп беру үшін туады» деген М. Әуезов толғамына назар аударайық: «...Абайдың өзі тірісінде, оның айналасында жиналған талапкер, өнерлі жастардың саны көп болған. Бұлардың ішінде әншілер, композиторлар, халық фольклорын жырлаушылар, әнші ақындар, орыс мәдениетін білуге талпынған жай көзі ашық жастар аз емес еді. Бұлар әр буыннан шыққан болатын. Іштерінде жас жағынан Абайға тетелес – Көкбай, Мұқа, Бейсембай ақын сияқтыларынан бастап, Абайдың балалары: Ақылбай, Мағауия және інісі Кәкітай сияқты көп адамдар болады...» [3, 171].

«Бұлардың еңбектерін шолуда, алдын-ала есте тұратын бір жайды ескере кету керек. Ол – осы шәкірт ақындардың еңбек үлгілерінен және айқындап көріне түсетін, Абайдың өзінің ерекшелігі болады... Өзге ақындар «шәкірт» деп аталған соң, Абай, әрине, олардың басшысы – ұстаз ақын болмаққа керек. Әрбір әдебиеттік мектеп осындай аға мен іні ақындардың екі буынынан құралатын болса, ең алдымен, сол әдебиеттік мектепте басшы ақынның бағыты, өзгеше идеялары, өз халқының әдебиет тарихына кіргізген анық тарихтық, көркемдік жаңалықтары – қысқасын айтқанда, барлық қасиеттері, әралуан түрде бой көрсететін болады...» [3, 173].

Бір ескеретін мәселе мынада: М. Әуезов осы «Абай шәкірттері туралы» атты зерттеу мақаласында ақынның баласы Тұрағұл, немере інісі Шәкәрім туралы бәлендей басын ашып, анық айта қоймаған. Бұлардың, әсіресе, Шәкәрімнің тоталитарлық тәртіптен көрген қиянаты, өлімі, ұзақ жылдар бойы «жау» атанып, есімінің тасада қалуы, сірә, ұлы жазушының да сақ болуына алғышарттар жасаған сияқты.

Белгілі ғалым Қайым Мұхамедханұлы М. Әуезовтің ақыл-кеңесі бойынша Абай төңірегіндегі ақындар шығармашылығын зерттеген болатын. Кезінде диссертация да қорғаған. Ал осы істі 1940 жылдан бастап қолға алған ол кісінің тоталитарлық жүйеден қандай зардап шеккені қазірде барша жұртшылыққа мәлім.

М. Әуезовтің «...Абайдың шығармаларын, ұлы ақынның қазақ әдебиеті тарихындағы орнын әңгіме еткенде, Абай тәлім-тәрбие беріп өсірген немесе оның тікелей әсері тиген шәкірттерін еске алмай болмайды» [3, 175] деп ескертуі – *біріншіден*, дәстүр сабақтастығы мен жалғастығына мән беруі деп білуіміз керек, себебі, тарихи-философиялық ұғымға жататын дәстүр, ең алдымен, жаңашылдық ретінде дүниеге келеді, ал ол дәстүрге айналуы үшін сабақтастық керек, әйтпесе әлгі жаңалық дәстүрге айнала алмай қалады; *екіншіден*, Абай ұлылығын дәйектеу үшін М.Әуезов Абай ғұмыр кешкен Ұлы Даладағы рухани шүйгіндікті насихаттауға тырысты дегеніміз абзал.

Жалпы, Абай, оның өмірі, шығармашылық жолы, ұлылық феномені жайлы, сондай-ақ ұлы ақынды әлемдік деңгейдегі ойшыл өнер иесі деңгейіне көтерген М. Әуезовтің «Абай жолы» тарихи роман-дәуірнамасы жайлы 1917 жылғы қазан төңкерісіне дейінгі уақыттан бастап, осы кезеңге дейін жазылған қыруар еңбектерді шолғанда, ұлы тұлға туралы әр кезеңнің, әр буынның өзінше топшылап, өз таным деңгейіне орай құнды пікірлер айтқанын бірден байқауға болады. Және бұл ертелі-кеш жарық көрген ірілі-ұсақты еңбектер әдебиет теориясы тұрғысынан алғанда естелік, өмірбаян, монография, зерттеу, сондай-ақ ұлы ақынның шыққан ортасы, сол кезеңдегі қоғамдық-әлеуметтік, тарихи, саяси жағдаяттарға арналған дүниелер екенін бірден байқаймыз және бәрі де, тұтастай алғанда, Абайтану атты аса қуатты, рухани шүйгіні мол ілімнің туу, даму, қалыптасу кезеңдерін қамтығанына ден қоямыз.

Жалпы, қазан төңкерісіне дейінгі кезеңде Абай өлеңдері мерзімді баспасөз бетінде жарияланған болатын. Ал 1909 жылы Ә. Бөкейханның ыждахатымен Санкт-Петербургте жарық көрген Абай шығармаларының жинағындағы Кәкітай Ысқақов жазған ақын өмірбаяны Әлихан еңбегімен қатар алғашқы ғұмырбаян еңбегіне жатады [6]. Ал басқа еңбектерін айтпағанның өзінде, Абай шығармашылығын өз еңбегіне «алтын діңгек» деп есептеген М. Әуезовтің [7; 8], М. Бейсенбаевтың [9], «Абай және архив» еңбегінің [10], Б. Сапаралының [11], Ә. Ысқақовтың [12], А. Шәкәрімұлының [13], Т. Жұртбайдың [14; 15] т.б авторлардың қаламынан туған дүниелерді айтсақ та (бұл жерде тізім толық емес), көп нәрсеге көзіміз жетеді.

Абай төңірегіндегі талантты ізбасарлардың бірі – Тұрағұл Абайұлы Құнанбаев 1875 жылы туып, 1934 жылы дүниеден озған. Абайдың екінші әйелі Әйгерімнен туған тұңғыш бала. Абайтанушы Қ.Мұхамедханұлы дайындаған «Абайдың ақын шәкірттері» атты кітапта ғалым Тұрағұлдың нақты туған жылын 1875 жыл деп дәлелдеген [4, 171]. Тұрағұл қуғын-сүргінді көп көрген. Патшалық Ресей билігі және оның бірден-бір заңды мұрагеріне айналған кейінгі кеңестік билік Абайдың биік зияткерлік деңгейі, ақыл-ой, санасы, асқан беделі мен тәуелсіздік аңсаған идеясынан қорқып, ұлы ақынды да, оның ұрпақтары мен шәкірттерін де қаншалықты дәрежеде қуғын-сүргінге ұшыратқаны тарихи шындық. Ал терең үңілген адам Әлихан Бөкейханның өз ғұмырында Абай шәкірттері сияқты, ұлы ақын туралы алғаш үлкен еңбек сіңіргенін, 1909 жылы Петербургте Борагинский баспасынан ұлы ақын шығармаларының жарық көруіне бастамашы болғанын, ал, 1905 жылы «Семи-палатинский листок» атты газетте ақын өмірбаянын жариялағанын аңғарар еді. Осы санаттағы еңбектер қатарына - Тұрағұлдың «Әкем Абай туралы» атты естелік еңбегі жатады. Бұл еңбек «Әкем туралы» деген атпен еліміз тәуелсіздік алған жылдары жарияланды [5].

Тұрағұлдың «Әкем Абай туралы» естелігі М. Әуезовтің тілегі бойынша жазылып, ұлы жазушыға табыс етілген. Бұл жазбаны қазақ әдебиетіндегі естелік жанрының тұңғыш қарлығашы деуге толық негіз бар.

«Менің әкемнің биографиясында, керекті сөздерді жинамақшы болған азаматқа, менің әкемнің жалпы әдепті мінезін, салтын көрсетуге замандасының бір жолыққандағы қалпын, түрін, киген киімін, отырған-тұрғанын, сөйлеген сөзін, қуанған не ашуланғанын жазбағын қажет екен. Менің әкемнің замандастарында қаламға үйір, көргенін-білгенін қағазға түсіре білері аз болған соң, амалсыз өзім жазбақты мойныма алдым. Әйтпесе, әкесінің әдеп-ғұрпын баласы жазбағы менің білуімше солақай секілді» [4, 202]. Осы жолдардан бірнеше жайтты аңғаруға болады, атап айтсақ: а) автордың өз еңбегін жазардағы асқан жауапкершілікті сезінуі; ә) ұлылықты өз мәнінде жеткізе алмаймын ба деп жүрексінуі.

«...Мен әкемді танығанда, әкемнің жүзі ашық, ажары сыртында, көзі өткір, ашуы да, қуануы да жылдам, ширақ жанды еді. Мәжілісі қызықты, сауықшыл, дастарханы аса мол еді. Бір іспен қызықтамай, жай салбырап, шаруасын істеп отырмаушы еді. Маған десе малай, малшы, қызметкер қатыннан да болса, бір тәуір мінезін, қылығын тауып жақсы көріп, ойнап, қалжыңдап отырар еді. Еш уақытта: іші сүймеген, сенбеген адаммен мәжілістес болып, ұзақ отыра алмаушы еді. Ондай адамдармен бас қоспақ уақыт еріксіз кез келсе, ол уақыттың өзі абақтыдан кем көрінбеуші еді. Сыпайылық, сыйлық, әдейі реттеніп, аяғын басқанын аңдып, аузынан шыққан сөзін санап отыратын адамға еш уақытта риза емес еді. Жарқын сөзбен, ашық көңілмен қалтқысыз келетін адамды аңсап сағынып, ондай адам келгенде, баласы иә туған бауыры келген кісідей қуанып қалушы еді» [4, 202-203].

Бұл үзіндіде Абайдың мінезі, портреті, ниет-пиғылы қысқа да нұсқа түрде берілген. Егер кез келген ақын шығармасындағы лирикалық қаһарман-ақынның, яғни автордың өзі десек, жоғарыдағы жолдардан және мына төмендегі «Біздің қазақтың уақытқа байлығының бір әдеті – бір жерге жұмысқа барса, барған жұмысын барған жерден айтпай, не қонып, не түстеніп, енді аттанарында ғана айтады. Менің әкем елдің бұл әдетіне қарсы еді. Алыс жерден келген сый адам болмаса, ел арасының адамынан келген жерден жұмысын сұрап, бітіріп, енді отыра бер деп өзі алаңсыз ойынына, иә кітабына кірісіп кетуші еді. Егер келген кісі, сұраған жерден жұмысын айтпай, елдің әдетіне салып тынығып қалса, оған ыза болып, енді ол айтарлық кезегім келді деп жұмысын айтпақшы болғанда, бағана сұрағанымда неге айтпадың деп ұрысып, кейде сөзін тыңдамай да қояды. Сұраған кезде жұмысын айтқан кісіге ырза болып қалады. Біздің елдің адамы бұл мінезіне үйренгендігінен нағып жүрсің деп сұраған жерден келген жұмысын айтатын болды» [4, 203-204] деген үзіндіден Абайдың қара сөздеріндегі толғамдарды бірден аңғаруға болады, яғни Абайдың адами мінезі оның таным көкжиегімен, көзқарасымен тығыз бірлікте екендігін бажайлайсың. «Осы қатарда мінез жайын айта келіп өтірік, батырсынған бояма мінезді сынау, адамдықты үгіттеу (Он төртінші сөзінде) көрінеді» [16, 329], - деп, - «Халық басындағы, қоғам ішіндегі ауыртпалық күйдің бәрін теріп көрсететін осыған тән сөздердің бір алуаны (Қырық екінші сөз) жұмыссыздыққа арналады. Енбексіз жатып ішу, қолы ұдайы бос болу жеке адамның басындағы және бар қауымдағы кеселдің үлкен себепшісі деген аса сыншыл, дұрыс ойлар айтылады» [16, 329]. Бұлар елімізде тәуелсіздік жылдары алғаш рет жарық көрген «Абай» энциклопедиясынан алынды. Егер тоталитарлық тәртіптің бұғауын көрмеген өркениетті ел болса, Абай сияқты әлемдік деңгейдегі ұлы тұлға туралы бұндай энциклопедияны баяғыда-ақ шығарған болар еді.

Қандай адам болса да, ол, бәрінен бұрын, пенде. Демек, пендеге тән қасиеттер: жетістік те, кемістік те әр адамда болатыны хақ. Естелік жазған адам белгілі бір дәрежеде субъективизмнің ырқында болатыны анық. Сірә, оқырман тарапынан осындай күдік туатынын сезінгендей, автор төмендегідей ескертпелерін ұтымды келтірген. «Мен жоғарыда жазғанымда айтқаным: әкесінің мінезін баласы жазбақ қолайсыз деп, сондағы менің ойыма



келгені баласының көңіліне әкесінің жақсы қылықтары ғана түсіп, жаман мінезі түспейтін сықылды. Мен қандайлық әділ көзбен қарап жазамын десем де: жасында қарулы еді, жанын күткіш, ертерек шау тартып еріншегірек тартты демесем, басқа мін таба алмадым, мұным әкемді мақтаймын дегенім емес, бар білгенім-сезгенім осы-ақ» [4, 210].

Т.Абайұлының естелігіндегі ең бір назар аударарлық және сәтті шыққан жайттар, негізінен әкесінің ақындық болмысына, шығармашылық ғұмырбаянының жекелеген қырларына шама-шарқының келгенінше барынша үңілуге тырысқанынан байқалады. Егер өз бойында да қаламгерлік қасиеттер бар екенін ескерсек, Тұрағұлдың жоғарыдағы ойларынан кейін көпшілікке кеңінен танымал Долгополовқа қатысты пікірлерін келтіруі әкесін айрықша асқақтатумен қатар, Долгополовты мейлінше төмендету деген пиғылдан тумағандығын бірден айтуымыз керек. «Енді Долгополовтың менің әкеме айтқан сынын жазайын. Бұл Долгополов бірінші ме, иә екінші ме, государственный Думаға Одесса қаласынан депутат болып сайланған адам. Докторлыққа экзамен беріп жатқан жерінде саяси айыбы анықталып, Семейге айдалып кеткен жерінде, менің әкеммен таныс болып – бір жаз 85 жылы жаздай біздің ауылда болған. Бір күні менің әкем сөйлесіп отырып, менің балаларымды сынашы депті. Сонда Долгополовтың айтқаны: сенің балаларыңның адамға қарасы түзу, зерек, жақсы балалар. Бірақ сенің мына сән-салтанатыңды, дәулет-дәуренінді көре отырып, жақсы бала болмайды (әкемнің жазды өлең қылғандағы ауылы, осы Долгополовтың ауылды жайлағандағы өзінің ауылы еді), ғылымға ет ауыртып қылмаса – қолға түспейді. Сенің балаларың оншалық етін ауыртып еңбек қып неғылсын, еңбексіз-ақ өзі хан, өзі би, сенің ауылыңның төбесі көрінбестей алысқа кетсе, сонда адам болады депті.

Содан соң өзімді сынашы депті, сондағы Долгополовтың айтқан сыны: Сенің басың алтын адамсың, бірақ, үйренген әдет-салтың ұнамсыз, таңертең төсектен тұрасың, киімдерінді біреу әкеліп береді, арқаңа шапаныңды жабады, есікті ашып тысқа шығарады, қайтып келген соң тағы да есікті ашып үйге енгізіп, алдыңа шылапшынды әкеліп, құман мен суды қолыңа құяды. Ас келсе шайыңды құйып береді. Етінді жапырақтап береді, ұйықтамақ болсаң, төсегінді салып, өзінді біреу шешіндіріп, жатқызып, шақшанды бір жағыңа, мұрын орамалыңды бір жағыңа тығып, үстіңе көрпенді жауып салады. Өзің – өзің үшін не қыласың? Әр нешік ұйықтап көресің депті.

Осы Долгополовтың аз ғана сөзі, менің әкемнің бірқатар әдетін, салтын көрсетер деп жаздым, бірақ бұл әкеме сырт берілген сын, оның оқу, жазу, ой қызметі – бәрінен де қиын ғой, Долгополов осы жағына көңіл бөлмеген сияқты» [4, 211]. Бұндай пікір өнерді киесі бар деп есептейтін, шығармашылықты азабы мол деп түсінетін адамға ғана тән деп білуіміз қажет. Жалпы, аталмыш еңбектің құндылығы, естелік авторының ұлы Абай өлеңдерінің қандай жағдайда дүниеге келгеніне, қандай себептермен туғанына өз түсінігі бойынша талдау жасағанынан байқалады дер едік.

Автор әкесіне, қазақтың ұлы тұлғасына деген перзенттік махаббатын ағыл-тегіл сезіммен бергеннен гөрі, «мен ондай адамның барша адами, ақындық, азаматтық, ойшылдық болмысын бере алмаймын» дегенді көкірегінде мықтап түйгені бірден аңғарылады. Сондықтан да болса керек, сабырлы да салмақты ойларын барынша қарапайым тілмен беруге тырысқан.

Тұрағұл естелігінен осы уақытқа дейін өз шешімін таппаған бір мәселенің шындығына тап боламыз. Атақты Біржан мен Сара айтысы расымен-ақ болған ба, болмаған ба деген сауалға жауапты автор естелігінен табамыз.

«Көкбай молланың: «Әзіреті Әлі айдаһармен алысыпты» деген өлеңі болған. Әріп деген сыбан, өлең жазғыш жігіт Зияда деген өлең жазған қызды мақтамақшы болып суреттегенде көзі гауһар, сүйегі асыл деп осы сықылды асыл тастарды түсіне қарамай сұлудың бетіне жапсыра берген. Сол үшеуіне ой салып, ақыл көрсетпекші болып жазған еді. Ол өлеңге Әріп кектеніп, Біржан мен Сара деген қыз айтысыпты деп, өлең жазып, біздің ақсақалды жамандайды, Біржанның Арғын емес, Керей екенін білмейді» [4, 218].

Естелік авторы әкесі Абайдың «Не іздейсің көңілім, не іздейсің», «Жүрегім, ойбай, соқпа енді», «Ал, сенейін, сенейін», «Жүрегім, нені сезесің», «Сағат», «Алла деген сөз жеңіл, аллаға ауыз жол емес», «Өлсе өлер табиғат, адам өлмес», «Алланың өзі де рас, сөзі де рас» т.б өлеңдерінің, «Ескендір» поэмасының қандай уақытта, қандай жағдайда туғанына дейін баяндауға тырысқан. Сол арқылы

- Абай заманының тыныс-тіршілігінен мейлінше шынайы хабардар еткен;
- сол тұстағы қоғамдық-әлеуметтік, саяси, тарихи жағдаяттардың қыр-сырына үңіле отырып, адам-уақыт-сана ұштағанына тиісті дәрежеде талдау жасаған;
- әдебиеттегі естелік жанрына зерттеу, талдау, салыстыру элементтерін молынан енгізіп, кешенді дүниенің жарыққа шығуының тарихи, қоғамдық қажеттілігін дәлелдей алған.

### Әдебиеттер тізімі

- 1 Чернышевский, Н. О классиках русской литературы. / Н. Чернышевский - Москва: Классик, 1949. - 215 с.
- 2 Горький, М. Әдебиет туралы. / М. Горький - Алматы: Жазушы, 1949. - 351 б.
- 3 Әуезов, М. Абай шәкірттері туралы. / М.О. Әуезов Он екі томдық шығармалар жинағы. Т.ІІІ. - Алматы, 1967. - 268 б.
- 4 Абайдың ақын шәкірттері. / Дайынд. Қ. Мұхамедханұлы. - Алматы: Жазушы, 1993. - 238 б.
- 5 Құнанбаев, Т. Әкем туралы. / Т. Құнанбаев - Алматы: Жазушы, 1993. - 74 б.
- 6 Қазақ ақыны Ибраһим Құнанбайұлының өлеңдері. - СанктПетербург, 1909.
- 7 Әуезов, М. Абайтану дәрістері. / Құраст. Л.М. Әуезова пен М. Мырзахметов. - Алматы: Жазушы, 1997. - 297 б.
- 8 Әуезов, М. Абайды білмек парыз ойлы адамға. / Құраст. М.Мырзахметов. - Алматы, 1997.
- 9 Бейсенбаев, М. Абай және оның заманы. / М. Базарбаев - Алматы: Жалын, 1998. -261 б.
- 10 Абай және архив. Деректер жинағы. / жинақ. - Алматы, 1995.
- 11 Сапаралы, Б. Құнанбай қажы. / Б. Сапаралы - Алматы: Қағанат-ҚС, 1997. - 265 б.
- 12 Ысқақов, Ә. Абайдың өмір жолы / Ә. Ысқақов // Жүрегімнің түбіне терең бойла. -Алматы: Жазушы, 1995. - 296 б.
- 13 Шәкәрімұлы, А. Құнанбай туралы // Абай, - 2004, - №4.
- 14 Жұртбай, Т. Құнанбай (Тарихи және әдеби тұлға). - Алматы: Алаш, 2004. - 400 б.
- 15 Жұртбай, Т. Бесігіңді аяла! - Астана: Фолиант, 2002. - 258 б.
- 16 Абай. Энциклопедия. - Алматы, 1995. - 400 б.

### Г.А. Шауенова

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

### Величие Абая (по мемуарам Турагула Абайұлы)

**Аннотация.** В статье рассказывается о великом поэте Казахстана, мудром мыслителе, педагоге, композиторе, интерпретаторе, первопроходец культуры казахского языка, но в то же время, будучи близки к русской и европейской культуре. В статье будут проанализированы работы его учеников, которые в истории Казахстана заняли место величайших поэтов. Чтобы показать пример, они полагаются на мемуары сына и ученика Абая – Турагула, где повествуется образование и вдохновение.

В этой статье также подчеркиваются работы Абая и его учеников, которые стали началом создания и развития казахстанского национального издания. Написав мемуары о своем отце, Турагул проанализировал социальные, общественные, политические и исторические аспекты в эпоху Абая.

**Ключевые слова:** Поэтическая школа Абая, величие поэта, национальное издание, жанр памяти

**G.A. Shauyenova**

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

### **The Greatness of Abai (according to Turagul Abaiuly's memoirs)**

**Abstract.** The article is devoted to the great Kazakh poet, wise thinker, educator, composer, interpreter, pioneer of the culture of the Kazakh language, but at the same time, very close to the Russian and European culture. There is an analysis of the works of his disciples who have become the greatest poets in the Kazakh history. To show an example, they rely on the memoirs of Abai's son and disciple Turagul.

This article also highlights the work of Abai and his disciples who represented the beginning of the creation and development of the national publication of Kazakhstan. Having written memoirs about his father, Turagul analyzed social, public, political and historical aspects in Abai era.

**Key words:** Abai's poetic school, poet's greatness, national publication, memory genre

### **References**

- 1 Chernyshevskiy, N. O klassikakh russkoy literatury [About the classics of Russian literature]. (Classic, Moscow, 1949). [in Russian]
- 2 Gor'kiy, M. O literature [About literature]. (Almaty, 1949). [in Kazakh]
- 3 Ayezov, M. Abaj shakirtteri turaly. / M. Auezov On eki tomдық shygarmalar zhinagy [About Abay's students. / M. Auezov The collection of twelve volumes] (Almaty, 1967). [in Kazakh]
- 4 Abajdyn akyn shakirtteri [Abai's poetry pupils]. / Dajyndagan: K., Mukhamedkhanuly. (Almaty, 1993). [in Kazakh]
- 5 Kunanbayev, T. Akem turaly [About my dad]. (Almaty, 1993). [in Kazakh]
- 6 Stikhi kazakhskogo akyna Ibrahima Kunanbaiuly [Poems of the Kazakh akyn Ibrahimi Kunanbaiuly]. (St. Petersburg, 1909).
- 7 Ayezov, M. Abajtanu daristeri [Abai lectures]. / Composer. L.M. Auezova and M. Myrzakhmetov. (Almaty, 1997). [in Kazakh]
- 8 Ayezov, M. Abajdy bilmek paryz ojly adamya [Abay is a wise man]. / Composer M. Myrzakhmetov (Almaty, 1997). [in Kazakh]
- 9 Beysenbayev, M. Abaj zhane onyn zamany [Abay and his time]. (Almaty, 1998). [in Kazakh]
- 10 Abaj zhane arhiv. Derektter zhinay [Abay and the archive. List of archives]. / savings (Almaty, 1995)
- 11 Saparaly, B. Kunanbay kazhy [Kunanbay Haji]. (Kaganat-KS, Almaty, 1997). [in Kazakh]
- 12 Iskakov, A. Zhyregimnin tybine teren bojla... [Further to the depth of my heart...]. (Almaty, 1995). [in Kazakh]
- 13 Shakarimuly, A. Kunanbai turaly [About Kunanbay] // (Abay, 2004, №4). [in Kazakh]
- 14 Zhurbay, T. Kunanbay (Tarihi zhane adebi tyлга) [Kunanbai (Historical and literary person)].
- 15 Zhurtbay, T. Besigindi ayala! [Take care of your cradle!]. (Folianus, Astana, 2002). [in Kazakh]
- 16 Abay. Entsiklopediya [Encyclopedia]. (Almaty, 1995). [in Kazakh]

**Автор туралы мәлімет:**

**Шауенова Г.А.** - Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

**Shauyenova G.A.** - L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan



ХҒТАР 19.21.11.

**Д.Ө. Байғожина**

*Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан*  
(E-mail: baigozhina777@mail.ru)

### **Бұқаралық коммуникация кеңістігіндегі мәдениет**

**Андатпа.** Автор мақалада медиа мен мәдениеттің үйлесімділігін, қоғамдағы БАҚ мәдениетінің рөлі мен аспектілеріне талдау жасаған. Ақпарат ғасырындағы медиамәдениет қызметі басты феномен ретінде қарастырып, отандық және шетелдік нақты мысалдармен айқындай түскен. Адамдар арасындағы мәдениеттің маңыздылығын ескере отырып, қоғамға мәдениетті медиатеchnологиялар арқылы жеткізудің кемшіліктері мен артықшылықтарын атап өтеді. Медиа кеңістіктегі ұлттық мәдениеттің әрбір мемлекет үшін басты құндылық екенін негізге ала отырып, қоғам санасына ықпал ететін, қоғам қажеттілігін өтейтін немесе психологиялық манипуляция жасайтын, қабілеттілігі сан алуан субъектілері бар ықпалдық күш ретінде талданады. Сондай-ақ, автор шетелдік зерттеушілердің теориялық материалдарын негізге ала отырып, өзіндік қорытынды жасайды.

Мәдениеттің этимологиясына сипаттама жасап, мысалдар келтіріледі. Барлық зерттеушілердің тұжырымы сәйкестеніп, мәдениет тарихы тактильді, ауызшадан жазбаша және дыбысты-бейнелілікке дейін коммуникация түрлерінің барлығымен үйлесімді екеніне түсініктеме береді. Әрбір заманда жаңа мәдениеттің жетекші формаларын қалыптастыратындығын, медиатеchnологиялардың қоғамның қажеттіліктерді тиімді қанағаттандыратындығына талдау жасайды. Яғни, утилитарлы функциялардың тұрғысынан, олардың әлеуметтік бағасымен де ең қолайлы болып табылатындығын қарастырады. Мұндай жағдайда әлеуметтік баға коммуникацияға балама болып табылады, өзара түсіністік пен қоғам мүшелерін біріктіру деңгейіне тең келетіндігін сипаттайды.

**Түйін сөздер:** ақпарат, медиа, медиатизация, медиамәдениет, БАҚ, БҚК.

**Кіріспе.** Қазіргі заманда ақпараттық қоғам мен жаңа технологиялық құралдар ғасыр жаңалығы мен даму факторларының бірі болып отыр. Ақпараттық қоғам тұжырымдамасы постиндустриализм нышандарынан кейін пайда болды.

1960-шы жылдың басында АҚШ пен Жапонияда «ақпараттық қоғам» ғылыми концепция айналымына енгізілді. Порат М., Масуда Ж., Стоуниер Т. сияқты авторлардың шығармашылығында дамыған атаудың тұжырымдамасы сипатталған. Ғалымдардың тұжырымы бойынша, ақпараттық технологиялардың даму қарқыны постиндустриялық қоғамды ақпараттық қоғамның жаңа сапалы кезеңіне аудару деп біледі. Мәселен, 1940-1970 жылдардағы кезеңді талдаған И. Масуда компьютерлік технологиялардың ұрпақты өзгертуі, бір технологиялық қарқыннан екінші технологияға көшу жылдамдықпен жүріп келе жатқанын атап көрсетеді [1].

Ақпараттық қоғам – ақпараттық және компьютерлік революцияның басталуымен кіретін дәстүрлі және жаңа әлеуметтік дамудың сапалы, жаңа кезеңін сипаттау үшін қолданылатын теориялық модельдердің бірі. Қоғамның технологиялық негізі өнеркәсіптік емес, ақпараттық-коммуникациялық технологиялар (АКТ) болып табылады. Дәл осы ақпараттық қоғамның бір бағыты – мәдениет. Яғни, медиамәдениет аралық қарым-қатынас. Мәдениет... Жалпы мәдениет ұғымы, адамның ішкі және сыртқы әлемі, өзіндік көрінісі. Мәдениет



адамдық сана, игілік, адамдық парасат пен білімнен құралады. Сондай-ақ, адамның өзі-өзі тану мен тұлға ретінде қалыптастыратын фактор. Әр кезең адамның мәдени дамуының куәсі, тарихы көрінісі. Адам және мәдениет мәселесін тереңдете түсетін тағы бір жайт адамның қабілеттілігіне, жан-жақтылығына, шексіздігіне байланысты. Мәдениет – адамның физикалық, психологиялық және биологиялық ортаға бейімдеу тәсілі. Өмір сүру және даму үшін ұрпақтан-ұрпаққа жалғасқан салт-дәстүр, тәрбиенің жалпы нормалары. Мәдениет өз нормаларының арқасында адам өмірін жеңілдетеді, қорғайды. Кез-келген мәдениеттің өзегі ретінде дәстүрлер арқылы берілетін идея мен оның құндылықтары маңызды. Ғылыми тұрғыдан алғанда, мәдениет материалдық және әлеуметтік құбылыстарды қамтитын күрделі құбылыс, сондай-ақ жеке мінез-құлықтың әртүрлі нысандарымен ұйымдастырылған іс-әрекеттері.

**Мәселенің тұжырымы.** Мәдениетті түрлі құндылықтарда, рәсімдерде, дәстүрлерде, тілдік қарым-қатынастар байқауға болады. Дегенмен, мәдениетті толықтай көру мүмкін емес, жеке феномен ретінде айқындалады. Бір аумақта адамдар тобының ұзақ өмір сүруі, олардың шаруашылық құзыреттіліктері, аумақты қорғауға ортақ көзқарас қалыптастыру, өмір стилі, қатынас тәсілі, аспаздық тәсілдер және т.б. қамтиды. Нәтижесінде халықтың этникалық мәдениеті қалыптасады, ол халықтың ұжымдық өмір сүру процесінде қабылданған белгілі бір ережелердің жиынтығына негізделеді. Адам мәдениеті әртүрлі жергілікті мәдениеттерден тұрады, тасымалдаушылары – халық. Кез-келген мәдениеттің өзіндік ерекшелігі әлемнің мәдени көрінісінде сипатталады. Әлемнің мәдени бейнесі әлем туралы білім мен идеялар жиынтығы (құндылықтар, нормалар, әдет-ғұрыптар, өз менталитет мәдениеті және басқа ұлттар мәдениеті). Әлемдік мәдениет картинасының арқасында бір мәдениетті екінші бір мәдениеттен айырмашылығын көруге болады. Әлемнің мәдени бейнесі түрлі мәдени құбылыстарға қатысты әртүрлі көзқарастарда көрініс табады.

Біз өмір сүріп жатқан уақытты зерттеушілер түрлі ұғыммен сипаттайды. Біреулер үшін «сандық технология ғасыры», басқаларға «ақпараттық уақыт», үшінші «жаһандану кезеңі» десе, ендігі ұғым «ақпараттық ағым» ретінде айқындалады. Канадалық әлеуметтанушы Маршалл Маклюэн «ақпараттық жарылыс» кезеңінде екенімізді талқылайды [2]. Бірақ ғалымдар қолданатын кез-келген терминдері – әлемдегі ақпараттық құрылымды құру арқылы, сондай-ақ әртүрлі ақпараттық технологиялардың белсенді дамуы арқылы сипатталатын прогрессивті бұқаралық байланыс жүйелерінің әлемінде қалыптасып жатқанымызбен келіседі. Медиа («media», «medium») латын тілінен аударғанда «құрал, делдал» мағынасына ие, бүгінде дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарынан басқа барлық ақпарат тасымалдаушы, ақпаратты иемденген құралдарды атауға болады. Дегенмен, қазіргі кезде медианы тек делдал ретінде қарастыруға болмайтын шығар, бұл тұтас орта. Өзге салалар сияқты мәдениетте қоғамға ақпараттық қарым-қатынас, коммуникация арқылы жүзеге асады. Әрине, мәдениет өзінің жеке функциялары арқылы қатынас орнатады.

**Мақаланың мақсаты.** Мәдениет пен коммуникацияның ықпалдасуынан «мәдениетаралық коммуникация», «медиа коммуникация», «медиа мәдениет» терминдері пайда болады. Медиа мәдениет құрамына мәдениетті ақпарат арқылы беру және оны тұтыну мәдениетін қамтиды; бұқаралық ақпарат құралдарын қабылдау, талдауға, медиамәтіндерді бағалауға, медиа шығармашылықпен айналысуға және бұқаралық ақпарат құралдарындағы жаңа білімді игеруге, тұлғаның қабілетін дамыту бағытына қарай қызмет атқарады [3].

Бүгінде медиамәдениет тек белсенді түрде қоғам санасына ықпал ету функциясын атқарып қоймай, адамдарға мәдени және білім қатынасын қамтамасыз етіп, шығармашылық қабілеттерін дамытуға мүмкіндік береді. Заманауи компьютерлік техниканың өзінің ерекше функцияларның арқасында медиаөнімдерді адам санасына сіңіру ғана емес, сондай-ақ өздігінен құрылған ақпаратты құруға және таратуға мүмкіндік береді. В.И. Михайлович: «Бұқаралық коммуникация құралдарының көрнекті тілі» атты кітабында «...өзіндік әлем мықты ақпараттық ағымдарсыз мүмкін емес», - деген тұжырым жасайды [4].

Мәдениет пен өнердің белсенді түрде тоғысуы бұқаралық ақпарат құралдарына байланысты. Ақпаратты белсенді түрде жаппай енгізу, компьютерлік және медиа технологияларға байланысты тек оңтайлы фактор туғызбайды, сондай-ақ теріс аспектілерді арттырады. Жүйелілік және адалдық медиамәдениетінің негізгі қасиеттері ретінде қарастырылады, бірыңғай медиа кеңістігі жағдайында қоғамның барлық мүшелеріне тұтастық сипатта болады. Дегенмен, оның тұтастығын бұзатын кейбір факторлар – қоғамның рухани өміріне адамның медиамәдениет арқылы үлес қосуының шектелуі. Бұқаралық медиамәдениет қатынасының (жалпы ұлттық, аймақаралық, ішкі аймақтық және т.б) жоғалуы нәтижесінде медиамәдениеттің құрамдас бөліктері әлеуметтік дамудың негізгі міндеттерін шешуде қоғамды біріктіруді қамтамасыз етпейді [5]. Әр дәуір мәдениеттің жаңа жетекші нысандарын қалыптастырады. Ғылыми-техникалық жаңалықтар мен өзгерістерге байланысты ақпараттандыру және медиатизация біздің уақытымызды дамытудың негізгі бағыттары болып табылады. Сондай-ақ мәдениеттің жаңа түрі - мәдениеттің ақпараттануы және медиамәдениет енгізілді. Медиамәдениет ақпараттық және коммуникациялық құралдар жиынтығы, материалдық және зияткерлік құндылықтар, мәдени және тарихи даму процесінде адамзат әзірлеген көріністер, адамның әлеуметтік сана-сезімін қалыптастыруға және әлеуметтенуіне ықпал ететін фактор ретінде анықталуы мүмкін [6]. Медиамәдениеттегі ақпарат – бұқаралық ақпарат құралдары арқылы ақпаратты беру, адам өмірінің алуан түрлілігін көрсету. Мәдениет мәдени нормалар, құндылықтар мен білімді таратып, жүзеге асыратын рухани өндірістің нәтижесі ретінде қарастырылады. Ақпараттану кезеңінде ақпарат және мәдениет екі әлеуметтік жаңа функционалды-құрылымдық конструкт ретінде *ақпараттық мәдениет* немесе *медиамәдениет* сипатталады. Жалпы бұған, халықтың пікірі мен мінез-құлқымен қатар, қоғамның құндылықтарына әртүрлі әлеуметтік-мәдени топтардың әлемдік көзқарастармен ықпалдасуын жатқызуға болады. Медиамәдениеттің әсері мен рөлі күннен-күнге артып келеді. Қазіргі уақытта медиамәдениет жеке адамның, топтың және қоғамның дамуы үшін барған сайын маңызды болып келеді. Қазіргі қоғамның әлеуметтік процестердегі ірі күш болып табылады. Медиамәдениет бағытындағы заманауи зерттеулер келесі бағыттарды қамтиды: медиаорта, БАҚ мазмұны және форматын, медиасаясат және медиаменеджмент, медиабілім берудегі теориясы мен тәжірибесін, сондай-ақ медиасауаттылықтың даму жолдарын игерсе (немесе медиакомпоненттілік), қоғамның қабылдауға, зерттеуге, бағалауға, медиамәтін мен медиа шығармашылықпен айналысуға, өмірдің жаңа құндылықтары мен білімдерін игеруге ықпал етеді. Жаһанданған ақпараттық дәуірде әлеуметтік және мәдени құбылыстар қалыптасқан, ақпараттық және коммуникациялық технологиялар негізделген, мәдениеттің ғылыми жүйесін қалыптастыру тұрғысынан зерттеу маңызды. Осыған байланысты теориялық негіздерін және сипаттамаларын талдауға және салыстыруға болады, олардың қазіргі заманғы қоғамдағы рөлі және қоғамдық сананы қалыптастыруға және жеке тұлғаны әлеуметтендіруге әсер етеді. Әлемнің ақпараттық картинасында медиамәдениет және БАҚ-тағы мәдени құбылыс немесе ғылыми концепция ретінде – ақпараттық кезең өнімі, олардың теориялық генезисі, жаңа ақпараттық технологиялардың ықпалымен әлеуметтік құндылықтардың өзгерісін, адамның өзін-өзі тану мен қалыптастырудан қарастырылады.

**Қалыптасу тарихы.** Медиа (латынның «media», «medium» – *құрал, байланыстырушы* деген мағына білдіреді) – ХХ ғасыр термині, алғашында «бұқаралық мәдениеттің» кез келген көрінісіне сілтеме жасалды, сондықтан зерттеушілер жаңа терминологияны қолдану арқылы мәдениет тарихы мен теориясын қайта қарау мүмкіндігіне ие болды. ХХ ғасыр өнері (постмодерндік және феминистік сынның ықпалымен) өнер мифін көркем шығармашылықтың дербес саласы ретінде қарастырды, бұл өнер және оның идеалдары қоғамдағы басым идеологиямен, әлеуметтік мифтермен, көркемдік қызметінің экономикалық жағдайымен тығыз байланысты екенін сипаттады. Осылай өнертану мәдениеттану мен әлеуметтің мәдениетімен жақындай түсті.

Батыста медиамәдениет феноменін зерттеуге Р. Арнхейм, А. Базен, Р. Барт, В. Беньямин, М. Фуко, Ж. Деррида, Ж. Делёз, Г. Дебор, Г. Маркузе, Т. Дж. Митчелл, К. Силверман, Ж. Бодрийяр, Г. Полок, М. Маклюэн және т.б. өз үлестерін қосты.

Канадалық ғалым, публицист Г.М. Маклюэн бүкіл мәдениет тарихын, медиа мен мәдениеттің үйлесімділігін қайта қарастырған, алғашқы медиа теоретиктерінің бірі болып саналады. Ол өзінің зерттеулерін мәдениет саласындағы коммуникация арналарын талдауға арнаған, адамның күнделікті өмірін ақпараттық қоғамдағы, әлемдегі ең жаңа БАҚ арқылы зерттеген. Әртүрлі байланыс құралдарына сілтеме жасау үшін, алғаш рет «медиа» терминін қолданған – Г.М. Маклюэн.

М.Маклюэн өзінің ғылым жолын ХХ ғасырдың ортасында бастаған. Мәдениетке заманауи көзқарас мәтіндік қорытындыға екпін түсіруді қажет етті, сондықтан М. Маклюэннің қызығушылығы медиадағы тілге, риторикаға және поэтикаға кездейсоқ емес. Бұқаралық мәдениетке деген қызығушылық қоршаған ортаға жағымды әсер етті. Америка өткен ғасырдың басында жаңа әлемнің гипнозында болды, киноматография әлемі, комикстер, жарнама, поп-музыка – символдар мен ақыл әлемі, адамдардың құмарлықтары мен тілектерінің керемет хаосы болды. М.Маклюэн жаңа медиадағы мәдениетті зерттей түсті.

**Зерттеу тәсілі.** Адам қабілеттеріндегі техникалық экстериоризацияны метафора ретінде қабылдады: «Барлық бұқаралық коммуникация – белсенді метафоралар». Өзге метафоралар сияқты, олар әлемді қайта жазады. Медиа тілі, басқа тілдер сияқты бұл – технология. Адамдар кейбір жағдайда құралдардың ықпалын сезіне бермейді, себебі ол әлемге артқы көрініс айнасы арқылы қарайды: жаңа құралдар ескі құралдардың жалғасы ретінде қабылданады [7].

Медиа туралы, медианың өзге салалармен ықпалдасу туралы С.Жижектің зерттеулерінен көруге болады. С.Жижек медианы түрлі мысалдарда зерттейді. «Киберкеңістік немесе күнделікті төзгіссіз жабықтық» атты мақаласында ол виртуалды шындық туралы жазады, қазіргі заманауи мәдениетті жалпы медиатизация контекстінде қарастырады. Медиамәдениеттің ықпалына түскен адам, өзінде жаңа медианың өнімі болады, - деп тұжырымдайды. Медиатизацияланған денеде санада өзгереді. Медиатизация терминін түсіндіруде С.Жижек «The Art of motor»: «Медиатизация тұжырымының қажетті түсінік» атты жұмыстағы Пола Вирильоның теориясын қолданады. Бастапқыда бұл тұжырымдама тақырыпты шешуге тікелей және дереу құқығынан айырылған қимылдың пайда болуын білдіреді. Саяси медиатизацияны Наполеонның әрекеттерінен көруге болады, ол жаулап алынған монархтарда билікті көрінісін қалдырды, алайда ол биліктің өзгерікті қолдануға мүмкіндігі тіпті болмады [8].

Ақпараттық үдерісте мәдени құбылыстар белсенді түрде қоғамдық пікірге, әртүрлі әлеуметтік топтардың дүниетанымына ықпал етеді. Әлемнің ақпараттық картинасы – ақпараттық шындық туралы білімді жүйелендіру. Бұл әлемнің арнайы ғылыми бейнесі ғана емес, сонымен бірге әлемдік ақпарат банкіндегі барлық білім мен мәдениет. Осыған байланысты оның мазмұны ақпаратқа қатысты барлық аспектілерді қамтиды; медиамәдениет қоғамның материалдық және интеллектуалдық құндылықтарына, шығармашылық пен қоғамды әлеуметтендіруге бағытталған. БАҚ тіліне тек бұқаралық ақпарат құралдарының мәтіні ғана емес, сондай-ақ сөйлеудегі мәдениетті білдіреді. Қоғамның жаһандану жағдайында әлемнің және медиа мәдениеттің ақпараттық бейнесі әлеуметтік-мәдени құбылыс ретінде қалыптасады. Субъект – ақпарат және ақпараттық технологиялар болса, объект – ақпараттық үдеріс, сондай-ақ ақпараттық мәдениет пен өркениеттің көмегімен бейнеленген заманауи адамның әлеуметтік-мәдени шынайылығы. Мұның бәрі қоғамның құндылықтарына, түрлі әлеуметтік-мәдени топтардың дүниетанымына әсер етеді.

Әлемнің ақпараттық бейнесі – бұқаралық ақпарат құралдарының негізі болып табылатын медиа мәтіндерден басқа, жарнама, көркем және деректі фильмдер, музыкалық

шоулар қамтиды. Осылайша, бұқаралық ақпарат құралдары мәдениет әлемнің ақпараттық көрінісінің маңызды бөлігі болып табылады. Белгілі бір ақпарат түрлерін (мәтіндік, көркем, графикалық) ғана емес, сонымен қатар жалпы соңғы өнімге ие – жаңа сананың моделі.

**Қорытынды.** Әрине, тіл мен мәдениет коммуникативтік үдерістерде өзара байланысты. Әлемдік ақпараттық кеңістіктің жаһандануы мәдениеттердің өзара әрекеттесуі және өзара ықпалдастығын арттырады. Ақпараттық қоғамда бұқаралық коммуникация арнасы арқылы мәдениет пен лингвистикалық ықпал ең белсенді түрде жүзеге асырылады. Мәдениет саласындағы медиа тілін талдау қазіргі заманғы мәдениеттің құрамдас бөлігі ретінде қарастырылады, мәдениеттердің өзара әрекеттестігі аясында бұқаралық ақпарат құралдарының мәтіндерін зерттеуді қамтиды. Медиа-мәдениетті модернизм дәуірінің феномені ретінде қарастыра отырып, медиа-мәдениет техникалық революция мен қазіргі заман мәдениетінің синтезі болып табылады.

Индустриалды қоғамдағы медиаинновация құралдарының арасында «бұқаралық» баспасөз, фотосурет, телеграф, радио, кино ерекшеленеді. XX ғасырдағы бұқаралық мәдениет тек әлеуметтік модернизация факторы ғана емес, сонымен қатар мифтік шығармашылықтың негізі. Бұл үдеріс тоталитарлық идеологияларда коммунистік және фашистік тепе-теңдік кезеңінде айқын көрінеді. Миф тарихи-саяси билік құрал бола отырып, баспасөз, кинематография, телевизия мифологиясын құрайды. Медиа-мәдениет – тарихи даму процесінде адамзат әзірлеген ақпараттық және коммуникациялық құралдардың мәдени ақпараттық жиынтығы; бұқаралық ақпарат құралдарында материалдық және интеллектуалды құндылықтардың үйлеседі, қоғамның қалыптасуы үшін тарихи негізделген жүйе.

### Әдебиеттер тізімі

- 1 Масуда, Ю. Информационное общество как постпромышленное общество. / Ю. Масуда - Вашингтон, 1981. - 228 с.
- 2 Маклюэн, М. Понимание медиа: внешнее расширение человека. (Перевод с английского: В.Г. Николаев). / М. Маклюэн - Москва: 2003. [Электронная ресурс]: Центр гуманитарных технологий. – URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/3528>
- 3 Кириллова, Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. / Н.Б. Кириллова - Москва: Академический проект, 2005. - 448 с..
- 4 Михалкович, В.И. Изобразительный язык средств массовой коммуникации. / В.И. Михалкович - Москва: Наука, 1986. – 224 с.
- 5 Возчиков, В.А. Философия образования и медиакультура информационного общества / В.А. Возчиков [Электронный ресурс] – URL: <http://www.dslib.net/soc-filosofia/filosofija-obrazovaniya-i-mediakultura-informacionnogo-obwestva.html> (- стр. 21)
- 6 Кириллова, Н.Б. Медиакультура: От модерна к постмодерну. 2-е изд. / Н.Б. Кириллова - Москва: Академический проект, 2006. – 428 с.
- 7 Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека. / М. Маклюэн - Москва–Жуковский: Канон-пресс-Ц, 2003. – 464 с.
- 8 Жижек, С. Киберпространство, или Невыносимая замкнутость бытия. / С. Жижек // Искусство кино, 1998, № 1. – С. 125.



**Д.О. Байгожина**

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

### **Культура в массово-коммуникационном пространстве**

**Аннотация.** Автор анализирует в статье взаимосвязь медиа и культуры, а также роль и аспект медиакультуры в обществе. Опираясь на национальные и зарубежные конкретные примеры, медиакультура в информационной эпохе рассматривается как ключевой феномен. Учитывая важность культуры среди людей, подчеркивает обществу недостатки и преимущества культуры через медиатехнологии. Основываясь на том, что национальная культура в медиапространстве является главной ценностью для каждого государства, которое с помощью различных субъектов значительно влияет или психологически манипулирует сознанием общества.

Автор также делает выводы, основанные на теоретическом материале зарубежных исследователей. Описывая этимологию культуры, приводятся примеры. В соответствии с выводами всех исследователей, дает объяснения что история культуры тактична и прояснена со всеми типами общения, от устных и письменных до аудио. Каждая эпоха формирует новые формы культуры, анализируя эффективно довольствуется ли медиатехнологии потребностям общества. То есть, с точки зрения утилитарных функций, они считаются наиболее подходящими для их социальной ценности. В этом случае социальное ценообразование является альтернативой коммуникации, описывая уровень взаимопонимания и слияния членов общества.

**Ключевые слова:** информация, медиа, медиатизация, медиакультура, СМИ, СМК.

**D.O. Baigozhina**

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

### **Culture in the Space of Mass Communication**

**Annotation.** The author analyzes the relationship between media and culture, as well as the role and aspect of mediaculture in society. Relying on national and foreign specific examples, mediaculture in the information age is seen as a key phenomenon. Considering the importance of culture among people, the author emphasizes the society's shortcomings and advantages of culture via media technology. Based on the fact that the national culture in the media space is the main value for each state, which, with the help of various subjects, significantly influences or manipulates the consciousness of the society in a psychological way.

The author also draws conclusions based on the theoretical material of foreign researchers. There are examples given to describe the etymology of culture. According to the findings of all researchers, there is an explanation that the history of culture is tactful and clarified with all types of communication, from oral and written to audio. Each epoch forms new forms of culture, effectively analyzing whether media technology meets the needs of the society. That is, from the point of view of utilitarian functions, they are considered to be the most suitable for their social value. In this case, social pricing is an alternative to communication, describing the level of mutual understanding and merging of members of society.

**Key words:** information, media, mediatization, mediaculture, mass media, mass communications.

### **References**

- 1 Masuda, Y. Informasionnoe obshestvo kak postpromyshlennoe obshestvo [The Information Society as Post-Industrial Society]. (Wash., 1981. – vol. 228, - 86 p.).
- 2 Makluen, M [McLuhan M]. Ponimanye media: vneshnee rashirenije sheloveka. Perevod s angliskogo: V.G. Nikolaev [Understanding the media: the external expansion of man. Translation



- from English: VG Nikolaev]. ( Moscow, 2003). [Electronic publication: Center for Humanitarian Technologies]. - URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/3528> [in Russian]
- 3 Kirillova, N.B. Media kultura: ot moderna k postmodernu. [Media culture: from the modern to the postmodern]. (Academic Project, Moscow, 2005. - vol. 448, - 216 p.). [in Russian]
- 4 Mikhalkovich, V.I. Izobrozhitel'nyi yazik sredstv massovoi kommunikatsiy [Fine language of mass communication]. (Nauka, Moscow, 1986. – vol. 224, - 116 p.) [in Russian]
- 5 Voznikov, V.A. Fylosovyya obrazovaniya I mediakul'tura informatsionnogo obshchestva [Philosophy of Education and Media Culture of the Information Society]. [Electronic resource] . – URL: <http://www.dslib.net/soc-filosofia/filosofija-obrazovaniya-i-mediakultura-informatsionnogo-obshchestva.html> [in Russian]
- 6 Kirillova, N.B. (2005) Media kultura: ot moderna k postmodernu. [Media culture: from the modern to the postmodern]. 2nd pub. (Academic, Moscow, 2005. - vol. 428, - 354 p.) [in Russian]
- 7 Makluev, M. (2003) Ponymanie media: vneshnye rasshireniye sheloveka [Media Understanding: external extensions of a person.]. (Press-C, Moscow-Jukovskii, vol. 464, - 356 p.). [in Russian]
- 8 Jijek, S. (1998) Kiberprostranstvo, ili Nevinosimaya zamknutost' bitiya [Cyberspace, or the Intolerable Closedness of Being] // Art of cinema, № 1. – P. 125. [in Russian]

#### **Автор туралы ақпарат:**

**Байгожина Д.Ө.** – журналистика және саясаттану факультетінің І-ші курс PhD докторанты, аға оқытушы. Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

**Baygozhina D.O.** – PhD doctoral student I course, Faculty of Journalism and Political Science, L.N. Gumilev Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

ХҒТАР 19.51.51

**А.П. Жанысбаева<sup>1</sup>, М.Б. Шындалиева<sup>2</sup>**

*Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан*  
(E-mail: <sup>1</sup>akniet.zhanysbayeva@mail.ru, <sup>2</sup>mendigul@list.ru)

### **Аймақтық БАҚ-тың қоғамдағы рөлі**

**Андатпа.** Бұл мақалада аймақтық газет, журнал, радио, телевизия тарихына тыңғылықты зерттеу жүргізу қажеттігі, журналистиканың дамуы мен қалыптасу жолы, барлық облыстарда кеңес заманында, қазір шығып отырған мерзімді басылымдардың қызметі мен рөлі сөз болады. Аймақтық журналистиканың қалыптасуына саясаттың әсері басым екендігі, аймақтардағы телеарна, радио, баспасөздің қалыптасу, даму тарихы аймақтың рухани-мәдени өмірімен біте қайнасып жататындығы талданған. Аймақтық баспасөздің саяси күрес құралы ретіндегі қызметі, ғаламтордың дамуына байланысты БАҚ аймақтық ақпараттық сұранысты қанағаттандыру жағы мен Қазақстанның ақпараттық-коммуникативті кеңістікке қосып отырған үлесі де жан-жақты сөз болады.

Аймақ экономикасы мен әлеуметтік ахуалының жағдайын аудандық газеттерден көретініміз, әр аймақтың өзіндік ерекшеліктері, өмір сүру салты, жергілікті жерге ғана тән дүниетанымдық стереотиптер мен құндылықтар бұл мақалада толық қамтылған. Өңірлердегі баспасөз қоғамдық өмірі, дамуы, саяси-экономикалық, қоғамдық-әлеуметтік капиталдың құрылуы, өзара іс-қимыл жасайтыны әлеуметтік топтармен, мекемелермен арадағы тұрақты байланыс желісі жайында да сөз болады. Билік пен халық арасындағы саяси диалогты ұйымдастыруда бұқаралық ақпарат құралдарына толықтай және аймақтық баспасөзге жекелеген түрде үлкен жауапкершіліктер жүктелген. Бұл мақалада БАҚ-тың трансформациясы, аймақтық БАҚ саяси коммуникацияның күшті, әрі ықпалды арнасы болып қала беретіні, БАҚ бір мезгілде басшысының саяси преференцияларына тәуелденіп, саясаттануы сөз болады.

**Түйін сөздер:** аймақтық, әлеумет, саясат, жаһандану, қоғам.

**Кіріспе.** Аймақтық газет, журнал, радио, телевизия тарихына тыңғылықты зерттеу жүргізу - ұлттық мәдениеттің арнасын кеңейте түседі. Сондықтан да аймақтық журналистиканың тарихын, қалыптасу, даму кезеңдерін жүйелі түрде зерттеу уақыт талабынан туындап отыр. Қазақстанның барлық аймағы да ежелден әдебиет пен мәдениеттің рухани ошағы. Ұлттық журналистикамыздың дамуы мен қалыптасу жолына көз жіберер болсақ, барлық облыстарда кеңес заманында да, қазір де мерзімді басылымдардың көпшілігі шығып, ұлттық сөз өнерінің майталмандары Б. Кенжебаев, Ә. Нұршайықов, Қ. Мұхаметжанов, Р. Нұрғали, Ф. Оңғарсынова, М. Шаханов, А. Сейдімбек, Қ. Салғараұлы, Ж. Әбдіхалық т.б. журналистік шеберліктерін шыңдаған. Қазақ журналистикасы тарихындағы тұңғыш зерттеушілердің бірі журналист Б. Кенжебаев, Ә. Нұршайықовтың да осы өңір басылымдарында журналист, редактор ретінде қалыптасып, қаламының ізі қалған. Сондықтан да аймақтық журналистиканың қазақ журналистикасы дамуы мен тарихында орны ерекше.

Қазақстанның аймақтарындағы облыстық басылымдарда есімдері елімізге танымал журналист-жазушылар Б. Кенжебаев, Ә. Нұршайықов, Қ. Мұхаметжанов, Р. Нұрғали, Ф. Оңғарсынова, М. Шаханов, А. Сейдімбек, Қ. Салғараұлы, Ж. Әбдіхалық т.б. қызмет атқарған. Облыстардағы телерадио тарихының да тамыры тереңнен бастау алады. Қазірде аймақтардың өзінде жүзге жуық басылымдар жарық көреді. Аймақтық журналистика тарихын зерттеген Н. Шыңғысова [1], А. Қасымов [2], Ә. Белдібековалар [3] жекелеген өңірлік газеттердің ерекшеліктеріне баса көңіл бөлген. Аталмыш еңбектер баспасөз тарихына қосылған сүбелі үлес екендігі даусыз.

**Аймақтық журналистика туралы:** «Аймақтық журналистика алаңын қалыптастыруда саясат басым рөл атқарады. Журналистердің саяси жобаларға қызмет ететін пиар мамандарынан бөлінуі бүгінде азайып, алаңның шексіз екендігіне, сонымен қатар, оның ішкі трансформациясына алып келеді» [4, 22 б.], - деген пікір орынды.

Аймақтарда бірнеше телеарна, бірнеше радио жұмыс істейді. Бұлардың әрқайсысының қалыптасу, даму тарихы аймақтың рухани-мәдени өмірімен біте қайнасып жатыр. Сөйте тұра осы уақытқа дейін облыстық газеттердің мерейтойларына байланысты шыққан шағын тарихы туралы материалдар болмаса, бұл облыстар журналистикасының толыққанды тарихы әлі жасалмай келеді. Бұл мәселе жайында: «Аймақтық баспасөз саяси күрестің құралы ретінде қала бермек: ол халықтың және зиялы қауымның ақпараттың әсері мен өзара ықпалдастықтың жаңа әдістерін іске асырады. Үкімет пен халықтың арасында саяси диалогтың жүруіне бұқаралық ақпарат құралдары, оның ішінде, аймақтық БАҚ жауапты» [5, 8 б.]. Электронды ақпарат құралдарының дәуірі жүріп тұрған кезеңде облыстық телеарналар тарихы мен тәжірибелерінің жинақталмауын ескерсек, бұл тақырыптың маңызы арта түспек. Бұл туралы орыс ғалымы Е.В. Карпова: «Аймақтарда Интернет-БАҚ-тың және жалпы ғаламтордың дамуына байланысты БАҚ аймақтық ақпараттық сұранысты қанағаттандыруға тырысуда. Ақпараттық-коммуникативті кеңістікке аймақтық жүйелік БАҚ деген жаңа ұғым енді» [6, 56 б.], - дейді. Оған қоса аймақтардағы аудандық газеттер тарихы мен тәжірибесі әлі күнге зерттеу нысанына айналмаған.

Аймақ экономикасы мен әлеуметтік ахуалының айнасы – аудандық газеттер. Сонау отызыншы жылдардан бастау алатын аудан газеттерінің редакциясында сөз өнеріне бейімі бар талай таланттар қанаттанып, еңбек жолдарын аталмыш басылымдардан бастаған. Журналистің шеберлігін шыңдауда алғашқы баспалдақ саналатын аудандық газеттердің бүгінгі беделін арттыру үшін жаңа технология жетістіктерін кеңінен пайдалану қолға алынып жатыр. Бұл туралы: «Әр аймақтың өзіндік ерекшеліктері бар: дәстүрлері, өмір сүру салты, сонымен қатар, жергілікті жерге ғана тән тәрбиелік, дүниетанымдық стереотиптер мен құндылықтар. Аймақтағы әлеуметтік-мәдени кеңістік әкімшілік-мемлекеттік аймақтық бөлінуге сай құрылады» [7, 29 б.]. Қазіргі таңда өңірлерден шығатын барлық басылымдар офсеттік баспа түрінде, түрлі-түсті суреттермен безендіріледі. Осылардың барлығы аймақтық журналистиканың тарихын зерделеу қажеттілігін көрсетіп отыр.

Аймақтық баспасөз - аймақтың қоғамдық өмірі мен оның дамуына әсер ететін, экономикалық, саяси, қоғамдық-әлеуметтік капиталдың құрылуы мен жинақталуына әсер ететін, өзара іс-қимыл жасайтын әлеуметтік топтармен, мекемелермен арадағы тұрақты байланыс желісі.

Қазақстанның әлеуметтану ғылымында бұқаралық ақпарат құралдарының аймақтық қызметіне деген қызығушылық жақында ғана пайда болды. Ол бұқаралық ақпарат құралдарына қатысты қоғамдық сананың белсенді өзгеруіне әкелді. Жаңаша бағыттағы массмедиа қоғамның саяси өміріне және нақты саяси оқиғаларға әсер етудің беделді және қуатты құралы ретінде таныла бастады. Аймақтық бұқаралық ақпарат құралдарының заманауи қоғамдағы рөлі зор және саясаткерлер мен оқырмандар үшін саяси ақпарат көзі ретінде әрекет етеді, сонымен бірге бүгінгі күні елемуге болмайтын саяси қарым-қатынастардың субъектісі болып табылатынын көрсетеді. Әсіресе, бұл аймақтық бұқаралық ақпарат құралдарына қатысты.

Аймақтық қоғамның саяси өміріндегі бұқаралық ақпарат құралдарына арналған пилоттық сауалнама нәтижесіндегі зерттеулер (50 респондент, 2017 жыл қазан-қараша) аймақтардағы БАҚ саяси, әлеуметтік-мәдени және құқықтық сипаттағы себептерге байланысты елеулі өзгерістерге ұшырады деп айтуға мүмкіндік береді.

Аймақтық бұқаралық ақпарат құралдары саяси тұрғыдан қарағанда, өкінішке орай, саясат саласында әлі де ықпалды емес. Сонда да, бұқаралық ақпарат құралдары өзінің негізгі функцияларын орындауды жалғастыруда: ақпараттандыру және қоғамдық пікірді қалыптастыру саласында ғана белсенділік танытып отыр. Сонымен бірге, бұқаралық ақпарат құралдары бүгінгі таңда сайлаушыларға әсер ету құралы немесе саяси және қаржылық топтардың мүдделерін білдіру құралы ғана емес, сондай-ақ белгілі бір аймақтың тұрғындарының мүддесіне сай ақпараттандыру арнасы ретінде де қарастырылуда. Оның қызметіндегі

елеулі кемшіліктерге қарамастан (саясаттандыру, экономикалық тәуелділік) халыққа жүргізілген әлеуметтік деректерге сәйкес, бұқаралық ақпарат құралдарын өкілетті деп санайды және басқа әлеуметтік және саяси институттарға қарағанда көбірек сенеді.

Бұқаралық ақпарат құралдарының маңыздылығы мен рөлін күшейту, сондай-ақ олардың аймақтағы саяси өмірде олардың аймақтардағы саяси өмірде олардың қызметінің тиімділігі, біздің ойымызша, екі негізгі бағытта жүргізіледі: коммуникативті БАҚ-тың аудиторияға бағытталған әсері ретінде (аудиторияны хабардар ету, оны нақты әрекеттерге ынталандыру, оқиғалардың мәнін түсіндіру) және экономикалық бағытта, яғни, медиа ұйымдардың иелері мен құрылтайшылардың пайда табуы.

Бұқаралық ақпарат құралдарының ықпалдылығы мен тиімділігінің коммуникациялық бағыты, біріншіден, белгілі бір саяси оқиғаларға назар аударғанда, саяси қайраткерлер, саяси дау-дамай және т.б. арқылы аудиторияның саяси оқиғаларға, саяси процестерге назарын аударту. Атап айтқанда, саяси көшбасшыларға берген аудиторияның бағасы БАҚ-тағы материалдардың негізінде және ықпалының нәтижесінде қалыптасады. Бүгінгі таңда аймақтық бұқаралық ақпарат құралдары өз қызметін төмендегі компоненттер мен өздерінің қабілеттерін пайдалану арқылы өзгертеді: жаңалықтар мен басқа да бұқаралық ақпарат құралдарын өңдеудің белгілі бір схемасы, ақпаратты тарату арнасы ретінде аудиторияға оңай қолжетімділік, саяси өмірдегі маңызды оқиғаларды таңдап, түсіндіру тәсілдері де бар. Мұның бәрі аймақтың саяси өміріндегі бұқаралық ақпарат құралдарының қоғамдық-саяси рөлінің маңыздылығына баса назар аудартады.

Зерттеулерге сәйкес, аймақтық БАҚ-тың трансформациясы қазіргі уақытта өте өзгермелі түрде: бір жағынан, аймақтық БАҚ саяси коммуникацияның күшті, әрі ықпалды арнасы болып қала береді, БАҚ бір мезгілде басшысының саяси преференцияларына тәуелденіп, саясаттанады.

Аймақтың саяси және коммуникациялық кеңістігінде БАҚ-тың, қоғамдық-саяси рөлі үш негізгі қағидаға байланысты болуы мүмкін:

- БАҚ саяси субъектілердің қызығушылығын таратушы болып табылады;
- БАҚ саяси ақпараттарды қабылдауға, өңдеуге және таратуға қабілеттілігінің арқасында саяси коммуникацияның тәуелсіз қозғаушы күші ретінде әрекет етеді;
- БАҚ саяси субъектілер арасындағы өзара саяси іс-қимылды жүзеге асырушы кеңістік ретінде әрекет етеді.

Сарапшылардың пікірінше, бұқаралық ақпарат құралдарының меншік иелері яғни құрылтайшыларына пайда әкелмейінше, оны дамытып және қолдау көрсетпейінше БАҚ кәсіпорын ретінде қабылданбайды. Бұқаралық ақпарат құралдарының саяси қарым-қатынаста аспаптық рөл атқарады.

Бұл көзқарас саяси күштер мен шешімдердің пайдасына шешілетін БАҚ-тың және оның иесінің, құрылтайшысының сипаттамасымен расталады. Аймақтың саяси өміріндегі бұқаралық ақпарат құралдарының қызметін жетілдіру үшін өңірлік БАҚ-тың жұмыс істеуінің әртүрлі аспектілеріне қатысты сарапшы топтардың бірлескен әрекеттері болуы қажет. Тек осы жағдайда ғана аймақтық бұқаралық ақпарат құралдарына қатысты жергілікті және ұлттық деңгейде тиімді мемлекеттік саясатты жүзеге асыруға болады. Дегенмен, бұқаралық ақпарат құралдары аймақтың саяси өміріндегі өте ықпалды күш болып табылады, сондай-ақ, көптеген жаңа ақпараттық және коммуникациялық өзара қарым-қатынастар дамып келе жатқан қоршаған ортаның маңызды құрамдас бөлігі болып қала береді.

Әлеуметтік коммуникациясының ұйымдастырушылық функциясын аймақтық БАҚ атқарады. Медиамәтіндер әлеуметтік байланыстың сапалық сипаттамасына әсер ететін бірыңғай семантикалық кеңістік құруы керек. Дегенмен, бұқаралық ақпарат құралдары шындықты дұрыс көрсете отырып, шындықтың ақпараттық моделін қалыптастыру мәселесімен бетпе-бет келеді. Аймақтың тұрғындарын әлеуметтік маңызды деректерімен жер-



гілікті және жаһандық маңызы бар оқиғалар, маңызды саяси, әлеуметтік-экономикалық және мәдени процестер туралы қажетті ақпарат береді. Сонымен қатар, өңірлік бұқаралық ақпарат құралдары әлеуметтік шиеленістің өсуіне, қоғамдық кеңістіктің «этнизациясына» әсер ететін әртүрлі әлеуметтік топтар мен мекемелерге қатысты дұшпандық сезімдерін қалыптастыруға әсер етуі мүмкін.

Бұқаралық ақпарат құралдары бұқаралық аудиторияға әсер етудің негізгі ресурсы мен тиімді құралы болып табылады. Ақпараттық капиталға ие болу үшін күрес әсіресе сайлау науқаны кезінде шиеленіседі. Аймақтық бұқаралық ақпарат құралдарының өткізілген контент-сараптамасы бойынша сайлау науқаны кезінде қарсыласына әртүрлі әдіс-тәсілдерді қолданады (ақпараттың толық еместігі, жартылай шындық, өтірік айту).

Аймақтағы әлеуметтік шиеленістің екінші тақырыбы ұлтаралық, конфессиялық қақтығыстар болуы мүмкін. Контентті-талдау нәтижелері көрсеткендей, медиа-мәтіндерде дұрыс емес тақырыптар мен хабарландырулар болуы мүмкін, ал журналистер хабарламаларда жаргон сөздерді қолдануы да мүмкін. Бұқаралық ақпарат құралдардағы мәтіндерде «өшпенділікпен сөйлеуді» пайдалану, әрине, бұқаралық ақпарат құралдарына қатысты теріс көзқарасын туғызады. «Өшпенділікпен сөйлеу» этникалық және конфессиялық топтар немесе олардың өкілдері туралы кез келген қате мәлімдеме беруі мүмкін. Мысалы, газет беттерінде «грузин-шешен қарақшылары», «ауған террористері», «кавказ ұлтының өкілдері», «араб-азия ұлтшылдары», «циган бақыты», «шетелдіктер еліміздің жартысын жаулап алды» деген сынды тіркестер сирек кездеседі. Бұл тіркестер пішіні жағынан ғана емес, мағынасы жағынан да дұрыс емес, ол әртүрлі топ өкілдерінің арасында наразылық тудырып қана қоймай, қоғамдағы этносаралық татулықтың нығайуына кері әсер етеді.

Медиа саласының үш негізгі нормативті нысаны бар: бұқаралық ақпарат құралдарындағы меншік және басқару саласындағы мемлекеттік монополия, басқарушылары автономияны пайдаланып және атқарушы немесе заң шығарушы билікке тікелей бағынбаған кезде қоғамдық бақылау жүйесі, мемлекеттік реттеумен бірге жүретін жеке меншіктік нысан. Тек қана нарықтық тетіктерді қолдайтындар жеке бұқаралық ақпарат құралдардың демократиялық құндылықтарға бағдарланған ақпараттық құрылымды дамыту үшін аса маңызды.

Бұқаралық ақпарат құралдарының нарықтағы реттеушілік қызметіне қарсыластары өз уәждерін келтіреді. Бұқаралық ақпараттық процестердің заманауи саласы ақпаратты таңдау бостандығын шектей алатын концентрация мен монополияға қарсы үрдістерімен сипатталады. Сондықтан, мемлекеттік медиа саясаттың негізгі мақсаты қоғам өкілдерінің көпшілік көзқарастары, идеялары мен ұстанымдарын сипаттайтын бұқаралық ақпарат құралдарына кеңінен қолжетімділігін қамтамасыз ететін жағдайларды жасау болып табылады.

Ақпараттық ресурсқа ие болудың маңыздылығын М. Кастельс атап өтті. Оның пікірінше: *«Билік шындықты айқындау және саналы шешімдерді жетілдіру үшін қоғамда қолданылатын жаңа мәдени кодтарды құруға қабілетті адамдарға тиесілі. Кодтар мен конвенцияларға негізделген қоғамда номинацияның күші, әлемді құрудың күші үшін үнемі күрес жүріп жатыр. Мемлекет әлеуметтік саланың актері ретінде осы билікті иеленуге ұмтылады»* [8,90-б]. Аймақтық биліктің лауазымды тұлғалары мен жергілікті бұқаралық ақпарат құралдарының журналистерінің жүргізген сараптамалық сауалнамасының нәтижелері аймақтық бұқаралық ақпарат құралдарының басты мәселесі олардың билік институттарына қаржылық және ұйымдастырушылық тәуелділігі болып табылатынын көрсетеді. Біздің сауалнамаға қатысқан қазақстандық журналистердің көпшілігі аймақтық БАҚ-тарды халыққа билік институттарының әсер ету құралы ретінде бағалайды (28,6%). Аймақ шеуніктері мен журналистері аймақтық бұқаралық ақпарат құралдарының қызметін анықтауда



респонденттердің негізгі мақсаты ретінде билік институттарының қызметіне (лауазымды тұлғалардың 38,1%-ы және журналистердің 42,9%-ы), сондай-ақ халықтың мүддесін және нақты өкілдікті қорғауды емес, облыс тұрғындарының әлеуметтік проблемаларын емес билік ұсынған ақпараттарды таратады екен. Бұл аймақтық БАҚ-тың билікке тәуелді екенін көрсетеді.

Бұқаралық коммуникацияларды цензура ретінде мемлекеттік реттеудің осындай шаралары бар екендігі туралы респонденттер арасында пікірі бөлінісі туындады. Респонденттердің 71,4 алдын-ала цензура бар екендігін мойындайды. Респонденттердің көпшілігі «зорлық-зомбылық», «жыныстық қатынастар», «жарнама» сияқты тақырыптар цензураны талап етеді деп санайды. Респонденттердің жартысынан көбі жұмыс барысында цензураға тап болғандарын мойындайды. Ал респонденттердің 57,1 %-ы цензураны «қажет емес» деп санайды екен. Журналистердің кәсіби ұйымдарының тиімді жұмысында (50%), бұқаралық ақпарат құралдарының (33,3%) немесе ақпараттық даулар бойынша аралық сотты (16,7%) реттейтін арнаулы қоғамдық құрылымдарды құрудың тиімділігі көрініс табуы мүмкін.

Осылайша, сауалнама нәтижелері бойынша мынадай қорытындылар жасауға болады. Бұқаралық ақпарат құралдарында мемлекеттік саясат, ұлттық идеология насихатталуы тиіс. Алайда, қатты әкімшілік бақылауда болған бұқаралық ақпарат құралдарының тиімді жұмыс істеуі де қиынға соғады, сондай-ақ бұқаралық ақпарат құралдары саласындағы бәсекелестік болуы шарт. Ол үшін өңірлік деңгейлерде қоғамдық кеңестерді құрып, міндетті ақпараттық дауларды қарауға, абырой, ар-намыс пен іскерлік беделін қорғау, бұқаралық ақпарат құралдарында кәсіпкерлік пен зорлық-зомбылыққа насихаттауға қарсы күресті күшейту керек сияқты.

Қазақстандағы аймақтық БАҚ-тың қызметі мен дамуының сараптамасы, БАҚ-тың аймақтық жүйелерінің өзгешелігі өте өзекті мәселе болып табылады. Тәуелсіз Қазақстанның әрбір жекелеген аймақтарында нарықтық жағдай айтарлықтай деңгейде аймақтағы мемлекеттік, экономикалық элиталардың шешімдеріне байланысты қалыптасып, рухани мәдениетті дәл осы БАҚ-тың көмегімен қалыптасты деуге болады. Билік пен халық арасындағы саяси диалогты ұйымдастыруда бұқаралық ақпарат құралдарына толықтай және аймақтық баспасөзге жекелеген түрде үлкен жауапкершіліктер жүктелген.

### Әдебиеттер тізімі

- 1 Шыңғысова, Н. Өңірлік мерзімді баспасөздің даму тенденциялары (қазақ тілді жарияланымдар бойынша): фил. ғыл. докторы ғылыми дәрежесін алу дисс... авторефераты. – Алматы, 2010. - 25 б.
- 2 Қасымов, А.Қ. Шығыс Қазақстан облыстық газетінің қалыптасу, даму кезеңдері (1931-2006жж.): фил. ғыл. канд. ғылыми дәрежесін алу үшін дайындалған дисс... авторефераты. – Алматы, 2008. - 32 б.
- 3 Бельдибекова, А. Оңтүстік Қазақстан баспасөзінің даму проблемалары: фил. ғыл. канд. ғылыми дәрежесін алу үшін дайындалған дисс... авторефераты. – Алматы, 2010. - 24 б.
- 4 Рыгина, Л.С. Производство гендерного дискурса в поле региональной журналистики. – Москва: 2006. - 163 с.
- 5 Халтанова, С.С. Роль региональных СМИ в политической жизни России / С.С. Халтанова - Москва: 2009. - 157 с.
- 6 Карпова, Е.В. Специфика функционирования региональных сетевых СМИ на современном этапе. - Москва: 2013. - 189 с.
- 7 Бадмаева, Л.В. Региональные СМИ и аудитория: особенности функционирования в период трансформации российского общества. - Москва: 2014. - 161 с.
- 8 Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. (Пер. с англ. Под научн. ред. О.И. Шкаратана). - Москва: ГУ-ВШЭ, 2000. - 607 с.

**А.П. Жанысбаева, М.Б. Шындалиева**

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

### **Роль региональных СМИ в обществе**

**Аннотация.** В этой статье рассматривается роль и функции региональных газет, журналов, радио, телевидения, которые выходили в советское время во всех областях и которые выходят сейчас, а также необходимость проведения тщательного исследования истории, путь развития и становления региональной журналистики. Проанализировано влияние политики на формирование региональной журналистики в том, что в регионах функционирование и история развития телевидения, радио и прессы региона неразрывно связаны с духовно-культурной жизнью региона. Также, всесторонне рассматривается деятельность региональной прессы как средства политической борьбы в связи с развитием интернета и вопрос работы СМИ по удовлетворению информационных спросов регионов, всесторонний вклад Казахстана в информационно-коммуникативное пространство.

Экономическая и социальная обстановки региона известно читателям из газет, также информация касающиеся, что у каждого района свои особенности, образ жизни, мировоззренческие стереотипы и ценности, характерные только для данной местности полностью охвачено в данной статье. Влияние периодической печати в общественную жизнь и развитие региона, на создание и накопления экономического, политического и общественно-социального капитала региона, влияние на создание взаимодействия, и функционирование периодической прессы как сеть постоянной связи общества с социальными группами и учреждениями тоже глубоко изучено. В организации политического диалога между властью и общественностью средства массовой информации несут полную, а региональная пресса частичную ответственность. В этой статье описывается трансформация СМИ, что региональные СМИ остаются сильным и эффективным каналом политической коммуникации, и СМИ будут одновременно ссылаться на политические предпочтения руководителя прессы.

**Ключевые слова:** региональный, социал, политика, глобализация, общественность.

**A.P. Zhanysbayeva, M.B. Shyndaliyeva**

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

### **The Role of Regional Media in the Society**

**Abstract.** This article examines the role and functions of regional newspapers, magazines, radio and television that were published in the Soviet times in all regions and are currently published, as well as the need for a thorough study of history, the way of functioning and the development of regional journalism. The influence of politics on the formation of regional journalism is analyzed in the fact, that the functioning and history of the development of television, radio and regional press are inextricably linked with the spiritual and cultural life of the region. Also, the activities of the regional press as a means of political struggle in connection with the development of the Internet and the issue of the work of the media in satisfying the information needs of the regions, the comprehensive contribution of Kazakhstan to the information and communication space.

The article gives coverage of the economic and social situation in the region is known to readers from newspapers, as well as information that each district has its own peculiarities, lifestyle, ideological stereotypes and values, characteristic only of this area. The influence of the periodical press on the public life and the development of the region, on the creation and accumulation

of the economic, political and socio-public capital of the region, the influence on the creation of interaction, and the functioning of the periodical press as a network of constant communication of society with social groups and institutions are also deeply studied here. In the organization of a political dialogue between the authorities and the public, the media have full responsibility while the regional press have only partial. This article describes the transformation of the media that the regional media remain a strong and effective channel for political communication, and the media will simultaneously refer to the political preferences of the head of the press.

**Key words:** regional, community, politics, globalization, society.

## References

- 1 Shyngysova, N. Onirlik merzimdi baspasozdin damu tendencijalary (kazak tildi zharijalanymdar bojnsha) [Trends in development of regional press (by Kazakh language publications)] // Filologiya gylym doktory darezhesin alu yshin dajyndalghan diss... avtoreferaty [Author 's abstract dissertation for the degree of Doctor of Philology]. (Almaty, 2010. - 25 p.). [in Kazakh]
- 2 Kasymov, A.K. Shygys Kazakstan oblystyk gazetinin kalyptasu, damu kezenderi (1931-2006zh.) // Filologiya gylym kandidaty darezhesin alu yshin dajyndalghan diss... avtoreferaty [Author 's abstract dissertation for the degree of kandidat of Philology]. (Almaty, 2008. - 32 p.). [in Kazakh]
- 3 Bel'dibekova, A. Ontystik Kazakstan baspasozinin damu problemalary // Filologiya gylym kandidaty darezhesin alu yshin dajyndalghan diss... avtoreferaty [Author 's abstract dissertation for the degree of kandidat of Philology]. (Almaty, 2010. - 24 p.). [in Kazakh]
- 4 Rygina, L.S. Proizvodstvo gendernogo diskursa v pole regional'noj zhurnalistiki. (Moscow, 2006. - 163 p.). [in Russian]
- 5 Haltanova, S.S. Rol' regional'nyh SMI v politicheskoy zhizni Rossij. (Moscow, 2009. - p. 157).
- 6 Karpova, E.V. Specifika funkcionirovaniya regional'nyh setevyh SMI na sovremennom jetape. (Moscow, 2013. - 189 p.). [in Russian]
- 7 Badmaeva, L.V. Regional'nye SMI i auditoriya: osobennosti funkcionirovaniya v period transformacii rossijskogo obshhestva. (Moscow, 2014. - 161 p.). [in Russian]
- 8 Kastel's, M. Informacionnaja jepoha: jekonomika, obshhestvo i kul'tura. (Per. s angl. Pod nauchn. red. O.I. Shkaratana). (GU-VShJe, Moscow, 2000. - 607 p.). [in Russian]

## Авторлар туралы мәлімет:

**Жанысбаева А.П.** - Журналистика және саясаттану факультетінің І курс докторанты, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қ.Сәтпаев көш. 2, Астана, Қазақстан  
**Шындалиева М. Б.** - Журналистика және саясаттану факультетінің профессоры, филология ғылымдарының докторы, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қ.Сәтпаев көш. 2, Астана, Қазақстан

**Zhanysbayeva A.P.** – 1 year Doctoral student of the faculty Journalism and Political Science, L.N. Gumilyov Eurasian National University, K.Satpayev str.6, Astana, Kazakhstan  
**Shyndaliev M, B.** - Doctor of Philology, Professor of the faculty Journalism and Political Science, L.N. Gumilyov Eurasian National University, K.Satpayev str. 6, Astana, Kazakhstan.

МРҰТІ 03.06.2018

**Z. Seifullina**

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

*(E-mail: Zarina.press@gmail.com)*

### **Gender Inequality in Journalism**

**Abstract:** This paper considers potential problems of gender representation in Journalism and offers solutions. The first part of the report examines the background of Journalism, including the analysis of historical and the current situation regarding to a gender ratio and finds the reasons for the existing disparity. To that end, this report mainly focuses on evaluating two possible decisions, which contain potential solutions for the shortcomings of gender discrimination, particularly in Journalism. The following section evaluates the above measures and analyses their strengths, weaknesses and the possibilities in growing the number of women in sports media. Finally, the report concludes that both solutions may be effective ways to tackle the current issue.

**Key words:** gender representation, journalism, equality, journalism, gender equality.

It might seem that female sports journalism is a modern phenomenon; however, women started covering the sport in media approximately a hundred years ago, in the 1920s [Miloch, Pedersen, Smucker&Whisenant, 2005]. Then, between the 1950s and 1960s, the number of female presenters in that field was extremely insignificant. The situation has been changed since the 1970s after the passage of Title IX forbidden gender discrimination in education. This U.S. federal law slightly positively influenced by various social processes, including the development of journalism. Nevertheless, during that period, female sports journalists experienced inequality. For instance, work conditions of women were not as comfortable as their male colleagues' were. They were even not allowed to enter locker rooms and gained access there in the 1980s [ibid]. Eventually, in 1987, sportswriters officially united in the special organization Association for Women in Sports Media [AWSM] to support each other and share their experience. Traditionally journalism has been perceived to be a male-related or male-dominated sector; that is why the process of involving females into this business took such a long time [Cann& Mohr, 2001, p. 162]. In many Western countries, even currently this gender disproportion exists in spite of equal rights policies. According to Miller and Miller [1995], a significant number of male sports journalists consider that women are inferior to them in terms of professional skills.

The aim of the essay is to explore the possible solutions to solve the problem of the lack of female representation in Sports Journalism. The first part of the essay examines the background of Sports Journalism, including the analysis of historical and the current situation regarding a gender ratios and finds the reasons for the existing disparity. To that end, this essay mainly focuses on evaluating two possible decisions, which contain potential solutions for the shortcomings of gender discrimination, particularly in Sports Journalism. The following section evaluates the above measures and analyses their strengths, weaknesses and the possibilities in growing the number of women in sports media. Finally, the essay concludes that both solutions may be effective ways to tackle the current issue.

It is confirmed by studies that during past 30 years there are vertical and horizontal forms of discrimination in journalism based on sexual identity [North, 2014]. Vertical type is an underrepresentation of women in leadership positions; for instance, in 1995 they supervised only 3 percent of media organizations around the world [ibid]. Whereas, horizontal form means that females are traditionally considered as soft news reporters; therefore, a majority of editors keep them out of male-dominated areas, such as politics, economics, and sport. For example, North [2014] emphasizes that sports journalism in Australia is overwhelmingly male territory



where women constitute solely 16 percent. In addition, it was discovered that there is the similar situation in other Western countries, such as the UK and the USA, where media mainly prefer men for covering politics and sport [ibid]. For instance, based on a Sports Journalist Association survey in 2006, Arnold [2013, online] claims that women’s representation in British sports journalism makes up less than 10 percent.

According to Miller and Miller [1995], female sports journalists face various disadvantages in their professional field; and the most common of these are unequal opportunities for advancement, sexism and a lack of respect among male colleagues.

Miller and Miller [1995] interviewed over 200 hundred of the female members of the Association of Women in Sports Media [AWSM] about their satisfaction by career. Respondents found that, in general, they have fewer possibilities to gain high positions compared to their male counterparts. Furthermore, Miloch et al. [2005] suggest that women have to work more than a decade in order to achieve prospects, which men receive for less than ten years.

	<b>strongly agree</b>	<b>agree</b>	<b>neither agree/ disagree</b>	<b>strongly disagree</b>	
<b>There is equal opportunity in the workplace for women sports journalists.</b>	5%	29%	6%	46%	13%
<b>There is equal opportunity to receive coveted beats within sports.</b>	3%	21%	14%	45%	18%
<b>There is equal opportunity for promotions within the sports department.</b>	2%	31%	12%	42%	14%
<b>Job assignments are better for women sports journalists at my news organization.</b>	7%	29%	34%	22%	8%
<b>Promotions are better for women sports journalists in my news organization.</b>	6%	23%	37%	25%	9%
<b>(N=215)</b>					

Table 1 Source: Miller and Miller [1995]

As shown in Table 1 above, a majority of the interviewed disagreed with the statements “There is equal opportunity in the workplace for women sports journalists”, “There is equal opportunity for coveted beats” [getting valuable and prestigious assignments] and “There is equal opportunity for promotions” [Miller and Miller, 1995]. The results of this questionnaire showed that 59 percent of the respondents estimated their chances to succeed in sports journalism as extremely low.

On the other hand, over 60 percent of women agreed with the given statements about equal opportunities at their own news organizations [ibid]. They suggested that maybe their personal circumstances were better, compared to other female reporters. However, Reich [2015] maintains that ‘the overall picture regarding status indicators suggests that discrimination of female reporters did not disappear but simply migrated to less overt and observable places’. For example, the barrier for women’s promotion at a TV and printed news is virtually inconsiderable compared to online media and radio, where females heavily gain prominence [Reich, 2015]. Moreover, particularly sports journalism has differed as one of the most hegemonic masculine area [ibid]. It is not surprising, that female sports journalist admit that they often feel unimportant [Miller and Miller, 1995]. Their frustration might be related not only to their minor representativeness in that occupation but also with disrespectful male counterparts’ attitude to them. As one respondent said, ‘Although I have more experience than all my colleagues on the desk, I am invisible; no one asks my opinion or hears me when I speak’ [ibid].



Some researchers describe sexist opinions regarding female reporters that are prevalent and depict women as having humble backgrounds and considerably less knowledge; as it can be seen from the Table 2 below. As a result, females may have to satisfy stricter requirements to prove their professional suitability and gain access to the area of sports reporting and commentary [North, 2014].

	strongly agree	agree	neither agree/ disagree	disagree	strongly disagree
More errors are expected of women sports journalists.	1%	17%	19%	40%	23%
Men expect me to know less about sports.	19%	40%	10%	20%	11%

(N=215)

Table 2. Source: Miller and Miller [1995]

It is clear that more than half of the respondents working in sports journalism are career-conflicted [Miller and Miller, 1995]. Women face colleagues' preconception of knowing less about sport and that is why they do not feel sufficiently confident in the workplace [ibid]. One of the women interviewed complained that when she makes a mistake her supervisor always criticizes her loudly and in the presence of colleagues, while he never does the same when the male subordinates make errors.

North [2014] points out that sometimes females need to have practical experience not only as writers but also as sports players for employment. That demand of media managers probably seems logical and, obviously, they prefer to hire specialists with the deep understanding of the subject. However, it is not fair because that deprives thousands of women of opportunities to work in sports journalism due to a lack of the requisite experience [ibid]. Whereas, men are considered to be well-educated specialists a priori.

As previously mentioned, another obstacle that may make sports journalism less attractive for females is sexism and sexual harassment. The respondents noticed that they could collect a whole book with disrespectful comments of their male counterparts [ibid]. For instance, men discuss sexy films and make derogatory remarks against women even in the workplace [ibid]. In addition, Lewis [2013] indicates that managers seem concerned about the negative impact of females' sexuality on the opposite sex. Media authorities suggest that this factor probably distracts men from their working obligations and provokes harassment to women. It seems that editors wrongly consider that women themselves cause sexism [ibid].

The obstacles of gender inequality in sports journalism and some positive examples of solving these [solutions]

It seems that in spite of existing gender divisions in sports journalism, most women are satisfied by their occupations and do not want to move into other fields. Some researchers highlight that currently females are becoming more and more career-confident in the sports sector and eventually they do aim not to escape from the drawbacks, but to solve them [Miller and Miller, 2005]. Moreover, young female sportswriters are extremely optimistic about the atmosphere in their newsrooms [ibid]. This positive attitude might be related to fresher and fairer outlooks of the young generation.

Irrespective of encouraging viewpoints of youngsters, the gender discrimination in sports media still exists. For instance, one of the journalists confesses that she was considering leaving her job because of the rude attitude of her colleagues, who are mainly middle-aged men [ibid]. She suggests that they are not keen on working alongside women and it may be the reason for their impolite manners. If she is right, the situation can be improved only by attraction into sports journalism of open-minded specialists who do not have stereotypical opinions regarding females' professionalism. However, this significant shift needs approximately 20-30 years when all presenters of the old school will retire. There are two possible solutions to tackle the problem of the lack of female representation in sports journalism.

The first suitable decision is diminishing gendered identity, which means that women should be not vulnerable to offensive jokes regarding 'weaker sex' and become 'thick-skinned' [Hardin and Whiteside, 2009]. According to the respondents of Hardin and Whiteside [2009], this method's secret is not paying great attention to male counterparts' actions, but on the contrary, keeping calm and ignoring rudeness. Females can share their own experience of adaptation to the area controlled by men. The successful example of using this strategy is Sandra Gin, who initially has chosen the tactic of being non-threatening [Stein, 1993]. Currently, she occupies an executive producer position at WGGT-TV in Greensboro, N.C; where 'the general manager, station manager, and sales manager are also women' [ibid]. Gin underlines that she tries to promote a completely new culture into media management. From her experience, it proves that females should make an effort to be indifferent to insolent comments of their co-workers in the workplace and concentrate solely on professional accomplishments. Subsequently, male colleagues will likely respect them because of their conclusive results in a career. To sum up, the method of minimizing gendered identity tends to be suitable for female sports reporters who cannot easily become a part of a men's team.

On the other hand, the technique mentioned above would be not efficient for sociable women, who are able to establish valuable and constant contacts with men and do not have the desire to avoid communication with them. They can follow the alternative way, which includes specific gender assimilation in order to join a boys' club. For example, some women prefer to work principally with the opposite sex and consider that is an intriguing and exciting thing. One of the respondents of Hardin and Whiteside [2009] says: 'I am pretty much left to just hang out with guys. I mean, for the most part, I am used to it so it is not that big of a deal. I have always been able to handle myself around guys because I am very much a smart aleck and very sarcastic, which is how 90 percent of guys are'.

The positive fact for female reporters ought to be mentioned that at the present time they can take benefit from their identification with gender. For example, Janet, the NBA [National Basketball Association] writer believes that as a woman she has a better chance compared to her mature male counterparts to interview famous sportsmen [ibid]. In Janet's opinion, young soccer players prefer to talk with her, a beautiful person, then negligent middle-aged male journalists [ibid]. In addition, women may be given more time for filming during sports teams' training, says another reporter Elizabeth [ibid], while male journalists would not be allowed to do the similar things [ibid]. According to Hardin and Whiteside [2009], other respondents, who are also Janet's colleagues expressed the view that young female graduates are more attractive not only for sportsmen but also financially attractive for employers. The fundamental reason for these curious circumstances is that less experienced workers, starting their career, request lower salaries than skilled mature men do [ibid]. However, in spite of earning not sufficient wages at the beginning of their career, females may gradually get prominence and afterward the increase of remuneration. Based on the different references, it becomes clear that positions of female sports reporters in Western countries are progressively improving. According to Cann and Mohr [2001], 'the gender revolution in journalism' takes place in the last twenty years. It could influence an increasing a number of women in sports journalism.

**Conclusion.** To conclude, there are several reasons for the lack of female reporters in sports journalism. According to Miller and Miller [2005], the “tradition” of disparity still exists because of unfair opportunities for advancement, disrespectful attitudes, and sexism regarding women.

That is continuing since the creation of sports journalism, when males have dominated, whilst the opposite sex has been presented as insignificant.

There are several solutions, which may be helpful for females in their “fight” for equal rights in the occupation.

Firstly, women may minimise their gendered identity to become members of a “boys’ club”. Ignoring sexist comments, they can reply to men by overachieving in careers. Males would have to appreciate female counterparts for their absolute success and outstanding professional skills.

Secondly, women should try to bring advantages from their sexual identity to gain better opportunities in work. The attractive appearance, flexibility, and curiosity can be the women’s instruments in order to get a promotion. As Stein’s [1993] survey showed there are dozens of beneficial examples of using gendered identity in sports journalism.

The observed positive changes in the gender proportion in sports journalism may mean that the era of males’ supremacy in that sphere is steadily ending. Furthermore, currently, a considerable number of women notice that ‘doors are opened for them simply because they are female’ [Miller and Miller, 2005].

### References

- 1 Arnold A. Ladies: British sports journalism is waiting for you. (Retrieved May 27, 2013), - 2013 - URL: <http://www.telegraph.co.uk/women/womens-life/9955672/Ladies-British-sports-journalism-is-waiting-for-you.html> [see 27/02/2018.]
- 2 Cann, J.D., Mohr, B.P. Journalist and Source Gender in Australian Television. // Journal of Broadcasting & Electronic Media. - 2001. - P. 162-174.
- 3 Hardin, M. Whiteside E. Token Responses to gendered newsrooms. // Journalism. Vol. 10 [5], - P. 627-646.
- 4 Lewis, P. N. From Cheesecake to Chief: Newspaper Editors Slow Acceptance of Women. (American Journalism, - 33-35 Pp.).
- 5 Miller, P., Miller, R. The Invisible Woman: Female Sports Journalists in the Workplace. // J & MC Quarterly, - P. 883-889. - 1995.
- 6 Miloch, S. M., Pedersen, M. P., Smucker, K. M. and Whisenant, A. W. [2005]. The Current State of Women Print Journalists: An analysis of the Status and Careers of Females in Newspapers Sports Departments. Public Organization Review: A Global Journal 2005. 5. - P. 219-232.
- 7 North, L. The Gender of “soft” and “hard” news // Journalism Studies. 2014. - P. 1-12.
- 8 Reich Z. Islands of Divergence in a Stream of Convergence // Journalism Studies. 2015. - P. 64-81.
- 9 Stein, M.L. Unwelcome Gender Politics. (Editor and Publisher, 1993.- 13 p.).

### З. Сейфуллина

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

#### Журналистикадағы гендерлік теңсіздік

**Аңдатпа.** Бұл баяндамада журналистикадағы әйелдердің өкілеттілігінің проблемалары қарастырылады және бұл мәселені шешуге мүмкіндік береді. Баяндаманың бірінші бөлігінде гендерлік баланс пен қазіргі теңсіздіктердің себептері бойынша тарихи және ағымдағы жағдайды талдайды. Бұл баяндамада гендерлік дискриминацияны болдырмау үшін екі ықтимал шешімнің, әсіресе спорттық журналистиканың бағасына назар аударылады. Келесі бөлім жоғарыда аталған

шараларды бағалайды және олардың күшті және әлсіз жақтарын талдайды және спорттық медиада әйелдердің санын көбейту мүмкіндігін береді. Есептің қорытындысы, бұл екі шешім де ағымдағы проблеманы шешудің тиімді жолдары болуы мүмкін.

**Түйінді сөздер:** гендерлік өкілдік, журналистика, тендік, журналистика, гендерлік тендік.

### З. Сейфуллина

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

#### Гендерное неравенство в журналистике

**Аннотация.** Данный доклад изучает проблемы репрезентативности женщин в журналистике и предлагает возможные решения данной проблемы. В первой части доклада представлен анализ исторической и текущей ситуации в отношении гендерного соотношения и причин существующего неравенства.

В этом докладе основное внимание уделяется оценке двух потенциальных решений для устранения гендерной дискриминации, особенно в спортивной журналистике. В следующем разделе оцениваются вышеуказанные меры и анализируются их сильные и слабые стороны и возможности увеличения числа женщин в спортивных СМИ. Вывод доклада заключается в том, что оба решения могут быть эффективными способами решения текущей проблемы.

**Ключевые слова:** гендерное представительство, журналистика, равенство, журналистика, гендерное равенство.

#### References

- 1 Arnold A. Hanymdar: Britandyқ sport zhurnalistikasy sizdi kytedi [Ladies: British sports journalism is waiting for you]. 2013. (Retrieved May 27, 2013), - URL: <http://www.telegraph.co.uk/women/womens-life/9955672/Ladies-British-sports-journalism-is-waiting-for-you.html> (see 27/02/2018).
- 2 Cann J.D., Mohr, B.P. Avstraliyalıyq teledidardagy zhurnalist zhane derekkoz [Journalist and Source Gender in Australian Television]. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2001. 62-174 - Pp.
- 3 Hardin, M. Whiteside E. Tonkerilgen genderlik zhanalyqtar bolmelerine zhauaptar [Token Responses to gendered newsrooms]. *Journalism*, 10 (5), - Pp. 627-646. (2009).
- 4 Lewis P.N. SHajnekke dejin basshy: gazet redaktorlary ajelderdi bayau qabyldau [From Cheesecake to Chief: Newspaper Editors Slow Acceptance of Women], *American Journalism*, 33-35. (2013).
- 5 Miller P., Miller, R. Korinbejtin ajal: zhymys ornındagy sport zhurnalisteri [The Invisible Woman: Female Sports Journalists in the Workplace], *J & MC Quarterly*. 883-889 (1995).
- 6 Miloch S. M., Pedersen, M. P., Smucker, K. M. and Whisenant, A. W. Ajelderdin qazirgi zhagdajy zhurnalisterdi basyp shygarady: gazetter sport departamentinde ajelderdin martebesі men mansaptaryn taldaу: Qogamdyq ujymdy sholu [The Current State of Women Print Journalists: An analysis of the Status and Careers of Females in Newspapers Sports Departments], *Public Organization Review: A Global Journal* 5, 219-232 (2005).
- 7 North L. «ZHumsaq» zhane «qatty» zhanalyqtar [The Gender of “Soft” and “Hard” news], *Journalism Studies*, 1-12 (2014).
- 8 Reich Z. ZHınaqtylyq agynynda alshaqtyqtar araldary [Islands of Divergence in a Stream of Convergence]. (*Journalism Studies*, 64-81 (2015).
- 9 Stein M.L. Genderlik sayasatty qazhet etpejdi [Unwelcome Gender Politics] *Editor and Publisher*, 13 (1993).

#### Автор туралы мәлімет:

**Сейфуллина З.** - Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті ІІ курс докторанты, Астана, Қазақстан

**Seifullina Z.** - PhD student of the II course of L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan





МРНТИ 19.61.75

**О.Г. Кунгурова<sup>1</sup>, А.В. Дарбеков<sup>2</sup>**

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

### **Телевизионное продюсирование как ресурс активизации визуальной медиасферы Казахстана**

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

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

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

Анализ рынка СМИ показывает, что за очень короткое время медиаотрасль



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

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

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

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

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

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

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

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

Отрицать значимость работы продюсера сегодня является большой ошибкой.

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

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

### Список литературы

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

**О.Г. Кунгурова, А.В. Дарбеков**

*А.Байтұрсынов атындағы Қостанай мемлекеттік университеті, Қостанай, Қазақстан*

### **Телевизия продюсерлігі Қазақстанның визуалды медиасферасын белсендіру ресурсы ретінде**

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

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

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

**O.G. Kungurova, A.V. Darbekov**

*Kostanay State University after A. Baytursynov, Kostanay, Kazakhstan*

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

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

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

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

### **References**

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

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

#### Сведения об авторах:

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

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

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

**Darbekov A.V.** - Postgraduate student of specialty 6M050400 - Journalism at KGU after A. Baytursynov, A. Baytursynov St., 47. Kostanay, Kazakhstan.





ХҒТАР 19.51.09

**К.Д. Асанов<sup>1</sup>, М.Б. Даулен**

*Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті, Қарағанды, Қазақстан  
(E-mail: <sup>1</sup>kamashke\_64@inbox.ru)*

### **Инновациялық технологияны игеру қажеттілігі және отандық журналистика мүмкіншіліктері**

**Андатпа.** Мақалада Инновациялық технологияны игеру қажеттілігі мен Отандық журналистика мүмкіншіліктері туралы ғылыми сараптама жасалынған. Қазақстандағы алғашқы медиахолдингтер туралы мағұлмат және әлемдік ақпараттық технология мүмкіншіліктерді игерудегі Қазақстан БАҚ-ының алғашқы нәтижелері нақты мысалдар арқылы көрініс тапқан. Конвергенттік журналистика және оның уақыт ағымындағы тиімділігі туралы мақалада жан-жақты сараланып жазылған.

Мақалада жаңа ақпараттық технологиялардың әсерінен бұқаралық коммуникация саласына өзгерістер енгізгенін, заманауи масс-медианың трансформациясына түбегейлі әсер етуін талқылайды. Ақпараттық қарым-қатынастың тарихына тоқталады.

Журналистиканың коммерциялық сипаты басымдық танытып отырған кезеңде нарық механизмдері арқылы жүзеге асырылатын БАҚ пен журналистің қызметін экономикалық тұрғыдан үйлестіру маңызды міндет қарастырады.

**Түйін сөздер:** Инновация, Конвергенция, Технология, онлайн, Медиахолдинг, Интернет-медиа, The New York Times.

XX ғасырдың соңында адамзат дамудың жаңа сатысына - постиндустриалды қоғам құру кезеңіне өтті. ҚР Президенті Н.А.Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауында «... Бүгінде әлем Төртінші өнеркәсіптік революция дәуіріне, технологиялық, экономикалық және әлеуметтік салалардағы терең және қарқынды өзгерістер кезеңіне қадам басып келеді. Жаңа технологиялық қалып біздің қалай жұмыс істейтінімізді, азаматтық құқықтарымызды қалай іске асыратынымызды, балаларымызды қалай тәрбиелейтінімізді түбегейлі өзгертуде [1].

Әлеуметтік, ғылыми, техникалық және экономикалық салалардың динамикалық дамуы, жаңа білім мен технологиялардың пайда болуы, ақпарат ағынының артуы журналистиканы өзгертеді. Қазірдің өзінде ғалымдар бұқаралық ақпарат құралдарын және жаһандық ауқымдағы ақпараттық кеңістікті дәстүрлі және Интернет-медиа арасындағы жаһандық бәсекелестікке байланысты белгілерін жазады.

Мұндай бәсекелестік халықаралық және отандық газеттер мен журналдар, радио және телевидение, ақпараттық агенттіктер мен баспасөз орталықтарының іс-әрекеттеріне бірқатар өзгерістер әкеледі. Әрине, бұл факторлар инновациялық журналистиканың пайда болуына және дамуына үлес қосады.

Жаңа ақпараттық технологиялардың әсерінен бұқаралық коммуникация саласында айтарлықтай өзгерістер жүріп жатыр. Бұл өзгерістер заманауи масс-медианың трансформациясына түбегейлі әсер етті. Ақпараттық қарым-қатынастың тарихына тоқталсақ.

XX ғасырдағы ақпараттық қарым-қатынастың алғашқы қадамы жоғары дамыған елдерде XIX ғасырдың соңында мерзімді баспасөз өмірінде жасалған шұғыл бетбұрыс арқылы көрініс тапты. Ат төбеліндей аз ғана оқырманға ғана қызмет еткен, таралу аумағы тым тар болған мерзімді баспасөз өзінің 300 жылдық тарихында тұңғыш рет бұқараны

жаулап алды да, ғасырлар тоғысында ақпараттың маңызды құралына айналды. Әлеуметтік, технологиялық, экономикалық кешенді фактордың ықпалымен мерзімді баспасөзде жаңа сапалық өзгеріс пайда болды. Осылайша журналистиканың әлеуметтік институт ретіндегі маңыздылығының күрт артуына жол ашылды. Қалың бұқара жаппай сауат ашып, бүкілхалықтық сайлау жүйесінің енгізілуі өзге қоғамдық институттармен салыстырғанда журналистиканың қоғамдық-саяси үрдіске ықпал ету қабілетін арттырды.

Ақпараттық қарым-қатынастың екінші қадамы ретінде радионың өмірге келуін атап айтуға болады. XX ғасырдың басында дауыс, дыбыспен ауызша ақпарат жеткізетін «сымсыз хабаршы» радионың байланыс саласындағы жаңа құралға айналуы журналистика тарихындағы жаңа құбылыс болды. 1920-30 жылдары радиохабар кең тарап, миллиондаған тыңдаушыны қамтыған көпке ықпалы зор жаңа арна қалыптасты. Жүре келе мерзімді баспасөз бен радиохабар арасында бірлескен іс қимыл мен бәсекеге негізделген теңдік ұстанымы туды.

Ақпараттық қарым-қатынастың үшінші қадамына келсек, бейнелі ақпарат жеткізуге арналған тәжірибелік істің алыс қашықтықтағы кеңістікке тұрақты түрде телехабар тарата алатын жағдайға ауысуы еді. Нәтижесінде телевизия атты техника бұқаралық ақпарат құралына айналып шыға келді. Елуінші жылдары телевизияның БАҚ болып қалыптасуы - мерзімді баспасөз бен радиохабар арасындағы тепе-теңдіктің бұзылуына әкеліп соғып, жағдайды өзгертіп жіберді. Телевизия өзінің қалыптасуының соңғы сатысында әлемнің көптеген елдерінде ең көп аудиторияға ие болды. Сонымен қатар дыбыс пен дауыстың, мәтіннің, қимыл-қозғалыс пен бейненің көмегі арқылы ықпал ету қабілеті зор ақпарат басты құралына айналды. Телевизияның қарқынды зор секірістері мерзімді баспасөз бен радионы белгілі деңгейде болса да дағдарысқа ұшыратып, телехабарлармен бәсекелестіктің жаңа жағдайына бейімделуіне, тың ізденістермен басқаша тәсілмен жұмыс істеулеріне итермеледі.

Ақпараттық қарым-қатынастың төртінші қадамы XX ғасырдың соңғы 25 жылында басталды. Осы тұста телевизия ақпаратының қамту аясы түбірімен өзгергендігімен ерекшеленеді. Ғарыштық және кабелдік телевизия күшті дамып, аса көп мөлшерде ақпарат жинауға, сақтауға және бүкіл дүниежүзіне жедел таратуға толық мүмкіндігі бар компьютерлік жүйенің пайда болуы журналистиканың дамуын жаңа сатыға көтерді. Аталмыш жүйенің мүмкіндігі – мәтіннің, дауыс пен дыбыстың және бейнелі ақпараттың сол сәтте жедел тарайтындығында еді. Осы сипатымен ол дәстүрлі БАҚ-та болмаған ақпараттық қарым-қатынастың тың әрі жан-жақты, белсенді тұрпатын қоғам өміріне әкелген болатын.

Сексенінші жылдардың алғашқы жартысында «әлемді жайлаған ғаламтор» – компьютерлік жүйенің әлеуетті дамуы 90-жылдардың орта тұсында миллиондаған адамдар үшін бұрын-соңды өмірде болмаған аса ірі ақпараттық базаларға енулеріне мүмкіндік берді. 2000 жылдың басында әлемнің екіжүз миллион тұрғыны онлайн ақпараттық жүйеге енсе, келесі алты жылда олардың саны 800 миллионға жеткен. Қысқа мерзім ішінде мыңдаған жүйедегі онлайн баспасөз әлемнің қай бұрышында екендігіне қарамастан жүйені пайдаланушыларға қалаған сәтінде жеткізіліп тұруы бұрынғы кезбен салыстырғанда ірі жетістік екені рас.

1996 жылдан бастап электрондық журналистика қарқынды дамып, айналасы бір ғана жылдың ішінде АҚШ-та осы жүйеде 1300 онлайн газет, журнал өз ісін жүргізе бастаған. Сонымен 400 күнделікті газеттің және жүздеген журналдардың электрондық нұсқасы пайда болған және оннан астам күнделікті электрондық басылым жаңадан шыға бастаған. 2000 жылдың басында АҚШ-та күнделікті шығатын 1500 газет, 18 мың журнал өздерінің жеке Web сайттарын ашқан. Жүздеген ақпараттық агенттіктер, телекомпаниялар, радиостанциялар Web-тораптарға ие болды.

Компьютерлік жүйенің жылдамдықпен дамуы XX ғасырдағы ақпарат құралдарынан мүлде өзгеше сандық технологияға көшкен, жаңа құралға негізделген жаһандану заманының ақпараттық кеңістігін құрып отыр. Бүгінде Интернетте кең масштабтағы ақпараттық базасы бар, дауыс-дыбысымен сақталған, кері байланыс орнатылған мультимедианың бар-

лық сипатын өн бойына сіңірген «онлайн - газеттер» мен «онлайн - журналдар» пайда болды. Зерттеушілердің алдағыны болжауларына, компьютерлік ақпараттық қатынас жүйесінің көмегі арқылы мерзімді баспасөз, радио, телевизия үшеуінің өзара бірігіп, бір-біріне сіңісу үрдісі жүрілмек.

Сексенінші жылдары Америка ғалымы А.Тоффлер өндірістік прогрестің нәтижесінде пайда болған кең арнадағы ақпарат қабылдаушыларға арналған дәстүрлі БАҚ-тың дәурені бітті, енді өндірістен кейінгі әлеуметтік ақпарат қабылдаушылардың әртүрлі топтарына арналған «микро оқырман-тыңдаушы-көрермендерге» ұсынылатын ақпараттық қарым-қатынастың жаңа құралдарының күні туды деген тұжырым жасаған. БАҚ-тың топтастырылуын тежеу яғни, ақпарат қабылдаушылардың қажеттіліктері мен сұраныстарына сай белгілі бір салалар мен топтарға бөліну үрдісі әлеуметтік себептердің, технологиялық прогрестің, жарнама бизнесінің ерекшеліктеріне байланысты туындайды. Белгілі бір бағыт бойынша салаларға бөлінген ондаған арналары бар ғарыштық және кабелдік телевизияның кең өріс алуы ақпарат қабылдаушылардың топтарға бөлінулеріне елеулі ықпал етіп отыр. Сонымен бірге тағы бір әсер етуші фактор - тұтынушылар нарықтың әртүрлі салаларына қызығатыны, түрлі бағыттағы қажеттіліктер мен сұраныстар және социологиялық зерттеулерге негізделген салалық жарнама технологияларының өмірге дендеп енуі. Аталмыш үрдіс әлемді торлаған компьютерлік жүйе дамыған сайын күш алу бағыты байқалып отыр.

Ақпарат қабылдаушылардың белгілі бір үлгісінің қалыптасуына ықпал еткен журналистиканың коммерциялық сипаты барған сайын тереңдеп, электрондық ақпарат құралы атты мерзімді баспасөздің аса күшті бәсекелесінің тууы Батыс Еуропа мен АҚШ медиа саласының дамуына дағдарыстың ұшқынын тастады. Бәсекелестік барысында алға шыққан баспасөздің жетекшілік орынға жайғасуы дағдырыстың туындауына себеп болды. Айталық, Нью-Йорк мерзімді баспасөзі мен жарнама нарығында бір кезде оншақты күнделікті газет бәсекелесіп келген болса, 90-жылдардың басында небары төрт-ақ газет қалған. Шын мәнінде, Нью-Йорктің нарығында күнделікті «The New York Times» газеті ғана билеп-төстеп, коммерциялық қызмет пен жарнама табысының көп бөлігін иемденіп отыр. Мұндай көріністер Еуропаның ірі қаларының барлығына дерлік тән. Әсіресе, саяси партиялардың басылымдары Еуропада өте ауыр жағдайға тап болып, оқырмандарының саны күннен күнге азая түсуде. Германияда бұрын көп тиражбен жарық көретін жүзге тарта газет болса, 90-жылдары жалғыз газет, яғни, Демократиялық социализм партиясының «Meues Deutschland»-сы ғана қалғаны жоғарыда айтқанымызға дәлел болса керек.

1978 жылы Еуропа кеңесі парламентінің ассамблеясы осы аумақтағы мерзімді баспасөздің дамуында дағдарыстың пайда болғанын мойындай отырып, газет, журналдарға мемлекет тарапынан қолдау қажет деген қорытындыға келген. Ассамблея баспасөз редакцияларына, оны шығарушыларға дотация берілуін, почта, байланыс, салық, кеден және өзге де жеңілдіктердің жасалуын ұсыныс еткен. Осы саясатты жүзеге асырған елдер бүгінде белгілі нәтижелерге жетіп отыр. Голландия, Норвегия, Австрия секілді елдерде барлық күнделікті газеттерге қаржылық қолдау көрсетіледі. Швецияда мемлекеттің көмегінің арқасында социал-демократтардың «Arbetet» (еңбек), консервативтердің «Svenska Dagbladet» (Швецияның күндізгі газеті) деген екі ірі саяси газетті сақтап қалудың мүмкіндігі туған. Швецияда жергілікті газеттерді қолдаудың арнайы бағдарламасы жүзеге асырылса, Голландияда 1974 жылдан газет, журналдарға көмек көрсетуді көздейтін Баспасөз, ақпарат қоры жұмыс істейді. Австрия, Англия, Голландия, Норвегия, Франция елдерінде БАҚ-ға почта мен байланыс қызметтері арқылы жеңілдік жасалатындықтан экономикалық жағынан пайдалы жұмыс істеуге қолғабыс тигізеді. Үкімет орнынан көрсетілетін қаржылық қолдаулар мен әртүрлі жеңілдіктер редакцияның дербестігін қамтамасыз етуге, баспасөздегі пікіралаудың сақтауға және БАҚ-тың орталықтандырылуынан туындайтын кері жайларды шектеуге көмектеседі.

Көз алдымызда кең өріс алып, қарыштап дамып келе жатқан компьютерлік ақпарат қатынасы жүйесі, хабарлардың сандық технологиясы мен ақпараттың топтастырылуы баспасөз құралдарының дәстүрлі келбетін түбірімен өзгертті. Алайда, XX ғасыр журналистикасының дамуында кездесіп отырған кейбір қайшылықтар мен өзекті мәселелер толықтай шешімін тапқан жоқ. XX ғасырдың соңында әлемнің көптеген елдерінде БАҚ-тың коммерциялық құрал ретінде көрініс табуы біршама күш алды. Газет, журнал басу, бағдарлама дайындау үрдісі ақпараттық өндірістің саласына айналып, тұтынушылардың нарықтық талаптарына бой ұрған іскерлік сипат, тиімді жұмыс істеуге бағытталған менеджмент, маркетинг стандарттары енгізілуде. АҚШ ақпарат саласы қызметкерлерінің «Американың ақпараттық өндірісі - бизнес» деп мәлімдеулері кездейсоқтық болмаса керек. Батыс Еуропаның өзінде БАҚ-ты - «медиа-өндіріс», журналистердің туындыларын нарықтағы өзге тауарлармен бірдей «медиа-өнім» деп атайтын болды.

Коммерциялық бағыттағы журналистикада (profit seeking) журналист пен баспасөз, ақпарат құралы белгілі бір нарыққа қызмет етуге тиіс деген дүниетаным орнықса, дәстүрлі журналистикада ең алдымен азаматтарға, қоғамдық санаға немесе жеке тұлғалар болып табылатын оқырмандарға жол тартуға тиіс делінеді.

Журналистиканың коммерциялық сипаты басымдық танытып отырған кезеңде нарық механизмдері арқылы жүзеге асырылатын БАҚ пен журналистің қызметін экономикалық тұрғыдан үйлестіру маңызды міндет атқарады. Нарық қысымының өзі бәсекелестік аясында қызметін жүргізіп отырған БАҚ пен журналистің артықшылығын және «ойын ережесін» анықтап беретіндігімен ерекшеленеді. Коммерциялық фактордың қазіргі БАҚ-тың қызметіне қалай әсер етіп отырғанын Америка журналистикасынан анық көруге болады. Тоқсаныншы жылдардың ортасында аталмыш елдің газеттері өз бюджетінің 80 пайызын жарнамадан, 20 пайызын жазылушылар мен сатудан түскен ақшадан құраған. Яғни, жарнама берушілер мен оқырмандардың газет қаржы көзін құраудағы ара салмағы 4:1 болып өзгерген. Жарнаманың осыншама зор ықпалы баспасөздің мазмұнына да әсер етіп, мейілінше оқырман қауымның назарын аударатындай материалдар жариялауды көздейтін болды. Айталық, 90-жылдардың басында АҚШ газеті тілшілерінің 19 пайызы спорт, 8 пайызы қылмыс және сот ісі жайындағы мәселелер, 7 пайызы бизнес тақырыбы бойынша арнайы маманданған. Олай болса, қоғамдық, әлеуметтік және білім мәселелері бойынша маманданушылар небары төрт-ақ пайызды құраған.

XX ғасырдың соңғы 25 жылында коммерциялық телевизия біршама қарыштап дамумен қатар ақылы хабарлар, бағдарламалар әзірлеу көптеп қолға алынған. Дәл осы үрдіс бүгінде Еуропа одағы елдері қауымының бас ауруына айналды. Мемлекет, үкімет тарапынан қоғамдық телевизияны дамыту, қолдауда нақты қадамдар жасалып та жатыр. Алайда, қаласа да, қаламаса да коммерциялық телевизиямен бәсекелесуге мәжбүр қоғамдық телекомпаниялар жарнама мен коммерциялық қызметтің жабық формаларын кеңінен пайдалануға көшті.

Соңғы 20 жылда ірі телекомпаниялар бұқараның назарын ерекше аударатын шоу бағдарламалар, спорттық сайыстар секілді оқиғаларды бірыңғай көрсетумен айналысатын құқыққа ие болулары жиі байқалуда. Мұндай құқықтарды көбінесе қаржы, экономикалық мүмкіндіктері мықты коммерциялық телекомпаниялардың иеленіп жатуы қоғамдық телевизияның қызметіне кері әсерін тигізіп отыр.

БАҚ-тың заманауи жүйесіндегі модификацияның негізінде бірнеше үдерістер қалыптасты. Бірінші үдеріс – ол дигитализация. Сандық жүйеге өту терминінен алынған [2]. Дигитализация, былайша айтқанда, компьютерлік парктің ұлғайтылуы мен контенттің цифрлық түрі жетілдірілуі – бір тұлғаның бірнеше қызметті қатар атқара алуына жол ашады. Бұл тұрғыда журналистің бойынан репортер, жазушы, фотограф, дизайнер, әдеби редактор, вёрстка жасаушы, кеш жүргізуші, монтаж жасаушы деген сынды сан қырлылықты кездестіруге болады. Басқа да шығармашылыққа қатысты қабілеттер бір бойынан табылмаған ма-



ман конвергентті редакция штатынан қысқартылса, өзінен өзге ешкімге өкпе арта алмайды. Репортердің дәстүрлі түсірілімі қолындағы блокноты мен микрофоны, диктофоны, иығындағы ауыр телекамерасы арқылы жүзеге асады. Оған артында шұбатылып жататын сансыз сымдарды қосыңыз. Бүгінгі заманда бұл құралдардың барлығы төс қалтаға сыяды және тек кәсіби мамандарда ғана бар дүние емес. Сол себепті онлайн режимде оқиға орнынан редакцияға тікелей репортаж беру конвергентті журналисті басқалардан ерекшелейді. Әңгіме тек журналистік контент жұмысының технологиялық олқылығында емес, оның маңызын одан ары тереңдету қиын.

Конвергенция (латынның – жақындау, жиналу) – БАҚ-тың заманауи өзгерістерінің негізінде жатқан екінші маңызды үдеріс. Медидағы конвергенция – «төртінші билікті» негізгі ғылыми құрылымдарды біріктіруге шақырады. Медиа-өнімдердің жанрлық және стилистикалық шекарасын нығайтады, нарықтық параметрдегі маңызын ұлғайтады. Басылым иесіне журналистиканың әмбебаптануы идеясын тудыратын энтузиазмды дәл осылай түсінуге болады. Конвергентті ақпараттық өндіріс – күтпеген оқиғаларға, қиын жағдайларға ұжымды кәсіби икемдеуге арналған ширақ жүйе әртүрлі техникалық тасымалдаушыларға – кабельді немесе телефонды желілерге, сымсыз спутниктік байланыстарға ақпаратты пайдаланушыға немесе тұтынушыға жеткізуге мүмкіндік беретін технологиялардың бірігуі.

Конвергенттік журналистика деген сөзге жауап іздеген едік. Онда бұл сөзге төмендегідей анықтама беріліпті: «Конвергенция – латын тіліндегі «конверго» – жақындатамын» деген мағына береді. Ол медианың әртүрлі қырларын бір ғана продуктінде қолдану.

Конвергенттік журналистика дегеніміз - ақпараттық және коммуникативтік технологиялардың ортақ ақпараттық ресурсқа құйылып, интеграциялануы.

Павликова М. канадалық БАҚ және коммуникация зерттеушісі Дэнис Маккуэйлдің анықтамасына келесі анықтама береді: «Бұл бір ғана мазмұнды тауардың әртүрлі арналармен, құралдар бойынша әртүрлі тәсілдер арқылы беріледі. Конвергенттік журналистика бұл беттесу процесі болып табылады, бір ғана ақпараттық және коммуникациялық технологиялардың интеграциясы, толысуы» [2, 56].

Бір-бірінен айтарлықтай алшақ және шашыраңқы БАҚ-дың бірігуі. Енді ғаламтордағы радио мен телевидение, компакт дискідегі бейнефильм, ұялы телефондағы жаңалықтар тізбесі және т.с.с. формадағы бірігулер мүмкін болады. Нәтижесінде пайдаланушыда әр түрлі арналардан біртектес ақпараттық өнімдерді алуға мүмкіндік туады. Мұның барлығы коммуникация және ақпарат арналары туралы бұрынғы түсініктерді түгелдей өзгертеді. Түрлі БАҚ-тың жақындасуы, түрлі арналар үшін мазмұнды ортақ өнімдердің пайда болуы жаңа интеграциялаған жанрлардың тууына әкеледі.

Жаһандану өзара тәуелділік пен ашықтыққа деген жалпы әлемдік үрдісті білдіреді. Егер ертеректе БАҚ қызметінің аумағы ел аумағымен анықталатын болса, қазіргі кезде ұлттық шекаралар өз мәнін мүлде жоғалтуда. М.Маклюэн 1960 жылдардың орта тұсындағы өз болжамдарында бұл құбылысты «ғаламдық ауыл» деп атағанын айттық [3, 464]. Жаһандану пайдаланушыларға үлкен көлемдегі қорларға қолжетімділік береді, ал медиа ұйымдар өз кезегінде өз аудиториясын кеңейте алады. Берілген құбылыстың бейнесі «сандық алшақтық» мәселесін жиі көтереді, ал оның мәнісі кедей мемлекеттер жаңашылдық шекарасынан тыс қалған уақытта қорларға қолжетімділікке тұрғындардың аз бөлігі ие болады.

**Диверсификация.** Заманауи масс-медиа хабарламаларын көпшілікке жеткізе алатындығана қарамастан олай істеуге тырысып жатқан жоқ. Керісінше, БАҚ бұқараның аздаған аудиториясына ғана бағытталған. Ақпараттық өнімнің жаһандық деңгейде таралу мүмкіндігі, жасаудың жеңілдігі мен салыстырмалы түрдегі арзан болуы аудиторияға ең нәтижелі деңгейде қызмет көрсетуге тырысқан БАҚ мамандануы мен диверсификациясын анықтап берді. Бұл құбылысты алғаш Э. Тоффлер «Үшінші толқын» еңбегінде суреттеген болатын. Ақпаратты жасау мен жеткізуді жетілдіру БАҚ аудиторияларын нақты бөлуге



және соңғы пайдаланушыға толыққанды ақпаратты ұсынуға мүмкіндік береді. Арналарды өз күшімен таңдау арқылы БАҚ пайдаланушылары ақпаратты жіберуші мен алушының арасындағы жеке қатынасты жетілдіре отырып, жіктеуді тереңдете түседі [4].

XX ғасырдың аяғында ақпараттық-коммуникативті технологиялар қоғам мен БАҚ-тың дамуына әсер ететін маңызды факторға айналды. Ақпараттық технологиялар саласындағы мемлекет саясаты ақпаратты нарықты дамытудың негізгі факторы болып табылады.

М.Кастельс өз еңбегінде Қытай, Жапония мен өзге мемлекеттердің тарихи мысалы арқылы технологиялық жаңашылдықты тежейтін, жеделдететін немесе басқаратын технологиялық дамудың бүкіл үрдісіне әсер ететін фактор мемлекет екенін дәлелдейді. Қоғам технологиялық өзгерістерге бағыт бермегенімен, мемлекет қуатын пайдалана отырып, технологияның дамуын басып тастай алады немесе мемлекеттің араласуы арқылы бірнеше жылдың ішінде экономиканы өзгертіп, әскери қуат пен экономикалық жағдайды арттыратын технологияның модернизациялану үдерісін жеделдете алады [5, 2]. 1980-1990 жыдардың межесінде көптеген елдер ақпаратты қоғамды қалыптастырудың стратегиялық даму нысаны ретінде алды. АҚШ-та, Жапонияда және Еуропа елдерінде қабылданған жаңа қоғамды дамыту бағдарламалары жалпы замануи ақпараттық-коммуникациялық құрылымдардың, медиа жүйелердің жақсаруына да айтарлықтай әсер етті.

БАҚ-тың күн санап дамып, заманауи көшке ілесе бастағаны қарапайым тұрғындардың да өмір салтына әсер ете бастағаны сөзсіз. Бүгінде әлем бойынша электронды БАҚ тың дамуына зор күш салынып келеді. Бұл жағдай Қазақстанда да бар. Қазіргі таңда еліміздегі әрбір мемлекеттік мекеменің ресми сайты, ақпарат тарату легі, баспасөз қызметі, атқарылған жұмыстарының есебі электронды үкіметте көрініс табады. Яғни, жаңа ғасырда Қазақстан жаңа қадамдар жасауда. Осы орайда отандық цивилизацияның дамуына БАҚ әсері мен ықпалының өте зор екенін ес-керген жөн. Себебі, жаңадан пайда болып, қолданысқа еніп жатқан ақпараттық коммуникативтік технологиялар қоғамға өзіндік өзгерістер әкелуде: кабельді-спутниктік телеарналардың таралымының ауқымы кеңеюде, ұялы ғаламтор дамуда, интерактивті теледидардың элементтері жайлап ене бастады және электронды бұқаралық ақпарат құралдарына нақты ақпарат көзі ретіндегі сенімнің қалыптасуы және күн санап артуы [6, 15].

«Инновациялық журналистика» терминін Инновация және коммуникацияны дамыту орталығының атқарушы директоры Дэвид Нордфорс 2001 жылы қалыптастырды [7].

Әлемдік тәжірибеде «инновация» термині ғылыми және техникалық прогресті жаңа өнімдер мен технологияларда іске асырылған нақты әлемге айналдыру үдерісі ретінде түсіндіріледі. Дж. Шумпетердің классикалық теориясының жақтаушылары инновацияны жаңа құрылғы немесе технологияны енгізуге бағытталған процесс ретінде қарастырады. Ал, профессор И.М. Дзалошинский «инновацияны» жаңа өркениеттің негізгі тұжырымдамасы, түбегейлі жаңа қасиеттерінің көрінісі деп есептейді [8].

Заманауи зерттеушілер инновациялық журналистиканы төрт маңызды өзара байланысты процестермен сипаттайды: конвергенция, цифрлау, интерактивтілік және осы медиа ресурстардың желілік кеңістікке сәйкес келуі.

Осылайша біз жаңа медиоформаттар тізімін ұсына аламыз:

- Интернеттегі БАҚ-ның онлайн-пішіндері (порталдары);
- Интернет-медиа;
- Интернет-теледидар (webcasting);
- Интернет-радио (подкастинг);
- мобильді теледидар;
- блог-сфера;
- Интернет-аудиторияға арналған кинотеатр;

- әлеуметтік желілер (балалардың әлеуметтік желілерін қоса алғанда);
- виртуалды қауымдастық;
- виртуалды ойындар;
- Басқа Web 2.0 ресурстары

Көріп отырғанымыздай, инновация тек журналистика ұғымын ғана емес, сонымен қатар материалды ұсыну форматын түбегейлі өзгертеді. Б.А.Игоревтің айтуынша, «бұқаралық ақпарат құралдарының құрылымдық, функционалдық және ұйымдастырушылық салаларында көптеген газеттер мен журналдар, телевизиялық және радиобағдарламалар мен Интернет-БАҚ шығару жағдайында жаппай ақпараттық кеңістікті қалыптастыру қажеттілігі туындайды. БАҚ арасында күшті бәсекелестік, сондай-ақ аудиторияның сатып алу қабілетінің төмендігі БАҚ құрылымында елеулі саралауға әкеледі. «Пішім» сөзі осы үдерістің басты сөзі болып табылады» [9,12].

Интернетте үлкен мәтіндерді ұзақ іздеудің соңғы жетістіктерінің бірі – мультимедиялық мүмкіндіктер (фичер) мәтінді тек бөлімдерге бөліп қана қоймай, сонымен қатар, инфографикамен, аудио және бейнемен және веб-сайттың соңғы жетістіктерімен белсенді түрде жұмыс істейтін құрылыс.

Журналистік материалдарды ұсынудың жаңа форматының мысал ретінде *The New York Times* электрондық газетінің *Snowfall* жаңа жобасы болып табылады. Оны мультимедиялық журналистиканың ең жақсы мысалдарының бірі деп санауға болады.

«Конвергенция» ұғымы медиа саласындағы маңызды өзгерістермен қатар жүр. Конвергенция – алдағы онжылдықтарда бұқаралық ақпарат құралдарын және коммуникация жүйелерін ғана емес, сондай-ақ түрлі салаларды да толығымен өзгерте алатын процесс.

Интернет-ақпарат, интерактивтік орта, ол әртүрлі БАҚ-тарға қосыла алатын және өздерін таныта алатын арнайы тілмен және нақты мазмұнымен сипатталады. Бұқаралық ақпарат құралдарының кейбір түрлерінің басқа медиада өзара ықпалдасуы мен өзара байланыстылығы және заманауи медианың даму мультимедиасын анықтайды.

Қазіргі қоғам – шексіз мүмкіндіктер қоғамы. Ол заманауи коммуникациялық жүйелер мен байланыс құралдарының негізінде дамып келеді, маңызды ғылыми, техникалық, көркемдік және басқа ақпаратты жинақтап, таратуда. Бұл жетістіктер ақпараттық желілерді дамыту және жаһандық ақпараттық кеңістікке ықпалдасу үшін мүмкіндіктер тудырады.

Ақпарат және білім мемлекет стратегиялық ресурстарының бірі болып табылады. Экономикаға ғаламдық интеграцияның қарқынын жеделдету құралы және бұқаралық санаға, мәдениетке және халықаралық қатынастарға әсер ету құралы ретінде осы фактордың рөлі бізге ақпараттық саланың және қоғамның дамуындағы коммуникациялық саясаттың өсіп келе жатқан рөлі туралы айтуға мүмкіндік береді.

Жаңа ақпараттық және коммуникациялық технологиялар (АКТ) уақыт пен кеңістіктің шекараларын бұзып, жаһандану процесінің негізгі «көмекшілері» болып табылады. Және бұл өз кезегінде дәстүрлі экономиканы, сондай-ақ әлеуметтік қызметтің нысанын, менталитетін, өмір салтын, адамдардың әдеттерін өзгертеді. Байланыс пен ақпараттың әртүрлі салаларын жақындастыру үдерісі елдердің жаңа деңгейіне өтудің жай-күйін нығайтады.

Ақпараттық-технологиялық төңкеріс бұқаралық ақпарат құралдарының енгізілуін және дамуын күшейте түсті. Қазақстанда спутниктік, кабельді, сандық хабар тарату, интернет-теледидар және радио, мобильді телефония тез таралып жатыр, веб-жарияланымдар саны, ақпараттық мультимедиялық ресурстар өсіп келеді. Профессор Я.Н. Засурскийдің айтуынша, «ұялы байланыс инновациялық дамудың маңызды факторы болып табылады: бұл телефон ғана емес, сонымен қатар мультимедиялық мәтіндерді, фото-телекамераны, сандық музыкалық ойнатқышты, мини-интернетті, оятқышты, пластикалық төлем картасын, мини-теледидар» және т.б. [10, 296].

Қазақстандық қоғамдағы әлеуметтік-экономикалық өзгерістер жаңа АҚТ мен БАҚ даму бағытын анықтады. Байланыс процесін техникалық жағынан қолдауға арналған өзгерістер түбегейлі жаңа коммуникация құралдарының пайда болуына әкелді. Олар дәстүрлі БАҚ-тың мақсатын, ақпарат беру әдістерін және оны таратуды ерекшелендіреді.

Көптеген зерттеушілер жаңа медианы былай сипаттайды. *Біріншіден*, олар экранға «байланады». *Екіншіден*, олар мәтін, дыбыс, бейне, статикалық суретті және қозғалыстағы суреттерді бір уақытта ұсынады.

Бұқаралық коммуникация құралдары ғасырлар иірімінде қарыштап дамыды. XV ғасырда – кітап, XVI – газет, XVII ғасырда журнал жарыққа шықты. XX ғасырда радио мен телевизияның жасалуы ақпарат саласында орасан зор толқыныс тудырса; ал, XXI ғасырда аталмыш коммуникация құралдарын бір арнаға тоғыстырған **Интернет** пайда болды. Бұл жайт БАҚ-ның дамуына катализаторлық ықпал етіп, өнімділігін, пәрменділігін арттырды, жаңа медиаға (ақпараттың компьютер мен коммуникациялық технологиялардың, компьютермен лайықталған құрылғылар мен Интернеттің интерактивті қызметтері арқылы таралуы (*wikipedia.org*) жол ашты. Қазақ интернет-журналистикасы тәуелсіздіктің алғашқы жылдары, нақтырақ айтқанда, 1995 жылы қалыптасты. Сөйтіп ондаған жылдың ішінде отандық интернет желісі – Қазнет-тің үлкен бір саласына, бір сегментіне айналды. Қазнеттің жандануы нәтижесінде жаңа медиа арналары дамыды: көптеген БАҚ дәстүрлі түрден заманалы мәтіндер мен құрылымдарға ауысты, қазақтілді контенттер мен аудиовизуалды ақпарат көлемі артты, таралу ауқымы кеңейіп, қолжетімді бола түсті. Жаңа медианың журналистикаға ықпал-әсерін екі тарапта қарастырған жөн. Ғаламтор арқылы қазақтілді ақпарат алаңдары: порталдар, сайттар, форумдар мен блогтар қазақ аудиториясына тікелей бағыттталып жатыр. Қазақ тілді **домендер** мен **хостингтердің** саны күннен күнге артып келеді. Қазақтілді интернет-аудитория қалыптасып, бүгінде олардың саны молайды. Жаңа медиа қоғамда журналистиканың жаңа формасын туғызды. Ол құбылыс азаматтық журналистика, интернет-журналистика деген атпен танымал. Жаңа медиа ақпараттың мәтінге тәуелділігін жойды. Себебі, мультимедиялық, графикалық ақпараттың таралуы мәтіндік жүйенің баламалы тенденциясына айналды. Түсінікті де қысқа гипермәтіндер, газет-журнал мәтіндерінің қатталуы, радиотелевизия және баспасөз мұрағаттың қолжетімділігі, іздеу жүйесінің ыңғайлылығы, интерфейстің тартымдылығы бұқаралық ақпарат құралдарын ыңғайлы ете түсті. Жаңа медиа қоғамдағы демократиялық үдерістердің дамуына оң үлес қосуда. Цензураның құрсауын белгілі бір межеге дейін жойды. Интернет БАҚ-тардағы аудиториямен байланыстың оңтайлы әдістерінің болуы ақпарат тұтынушыларының ой мен сөз еркіндігіне мүмкіндік берді. Аудиториямен тығыз қарым-қатынас орнату ісі: оларды медиа ісіне тарту, қоғамдық мәселелерді талқылауға қатыстыру жаңа медианың әлеуметтік маңызын арттыра түсті. Мәселен, *тұрақты жұмыс жасап жатқан Abai.kz ақпараттық порталы*, *«Мінбер» Ұлттық интернет газеті*, *«Замандас»*, *Masa.kz*, *Vag.kz* секілді сайттардағы түсіндірме, түсініктеме (комментарий) жазушылардың өздері ашық пікірталасқа барып, айтысып жатады. Не болмаса, материал туралы өз ойларын ортаға салады. Мұның өзі белгілі бір деңгейде сөз еркіндігі бар екенін аңғартады. Бұрынғы кездерде кері байланыс тек хат немесе радиотелевизияда телефон қоңырауы арқылы ғана орнатылса, ғаламтор енген қазіргі кезеңде, онлайн хат алмасу мен электронды пошталардың дамылсыз жұмыс істеуі, онлайн тілдесулердің ұйымдастырылуы еліміздің демократиялық принциптерін жүзеге асырады. Жаңа медианың дәстүрлі медианы алмастыруы қиындау. Өйткені жаңа медиа тек құрал, ақпарат жеткізудің тәсілі. Бұған дейін адамдар бір сағаттық хабар көретін болса, енді 5 минуттық телефоннан көре алатын қысқа хабар керек, бұрын газеттен көлдей мақала оқитын болса, енді интернеттен қысқа ақпарат түріндегі, суретпен безендірілген мақала керек. Қазір адамдардың өмір сүру деңгейі өзгерді, заман жылдамдықты талап етеді. Уақыт тапшы, қысқа, әрі тез ақпарат беру керек. Біз бұдан қашып құтыла алмаймыз. Интернет күн

сайын дамып жатыр, қолданушылар саны артып келеді. Осы тұрғыдан жаңа медиа сұранысқа ие болады. Бірақ дәстүрлі медиа өмір сүре береді. Себебі, ақпараттың негізгі мазмұны өзгерген жоқ. Бар болғаны оны жасау тәсілі жаңарды. Менің ойымша, дәстүрлі БАҚ таяу болашақта салалық болып бөліне бастайды. Жаңа медиа салалық басылымдарды алмастыра алады деп ойламаймын. Себебі, телефонмен немесе интернетпен берілген мақала сараптаманы қамти алмайды. Сондықтан салалық газеттер немесе интернетті аз тұтынатын аймақтарда жергілікті газеттер әлі де негізгі ақпарат көзі болып қала бермек. Ал қазіргідей саяси-қоғамдық газеттер таяуда бұқаралық сипаттағы бағытын өзгертуі ықтимал. Мысалы, бұл үрдіс Америкада көрініп отыр. Көптеген қоғамдық-саяси басылымдар жабылып жатыр. Оларға жарнама, қаржы жаңа медиадан келіп жатыр. Сондықтан олар сол жағын дамытуда, жаңа медиаға, яғни интернет арқылы ақпарат таратуға көшті.

Дәстүрлі БАҚ бәсекеге қабілетті болуы үшін бүгінгі редакциялық саясатына өзгерістер енгізуі керек. Бүгінгі оқырман интернетте, бүгінгі оқырман телефон ұстап жүреді, көпшілігі телефонан арқылы ақпарат алады. Сондықтан дәстүрлі БАҚ бәсекеге қабілетті болам десе, оқырман интернетте жүрсе, интернетке, телефонға лайықталған ақпарат таратуды қолға алуы керек. Мысалы, газет жеке сайты ашатын болса, онда ол сайттың өзіні ішкі редакциялық ұжымы болғаны абзал. Мысалы, оның біреуі сайт әкімшісі, біреуі маркетинг, жарнама қызметін дамытушы, үшіншісі контентмейкер болады. Сайт жиі жаңаруы керек, сайт жұмысын жүргізуші топ оқырманға қандай ақпарат керек, соны біліп отыруы керек. Аудиторияны өзіне көбірек ұстаған сайын ол жерде жарнама да көп. Бүгінгі оқырманның ақпаратты тұтыну тәсілі өзгерген соң, ақпаратты ұсынатындар да өз жұмыс тәсіліне өзгеріс енгізуі заңдылық. БАҚ әлеуметтік желілермен көберек жұмыс істеуі керек. Қазір қазақстандықтардың басым бөлігі *facebook, twitter, instagram* тәрізді әлеуметтік желілерге тіркелген. Редакциялар соларда профайлдарын ашып, оқырманмен байланыс орнатып, оқырманға не қажет екендігін біліп отыруға болады.

Жаңа медианы ақпарат агенттіктері мысалында қарастырсақ. Әлемдік ақпарат агенттіктері мультимедиалық журналистикаға Қазақстандық агенттіктер де бұл тенденцияға сай дамып келеді. Мысалы, ресми ақпараттың қасында бірнеше слайдпен ашылатын суреті, дәл сол сәтті сөйлеген сөзінің қысқа бейнеүзіндісі әрі осыған орай оқырмандардың қалдырған пікірлері болса немесе оқиға орнынан куәгердің өзі дереу ақпарат агенттігіне телефоны арқылы түсірген суреті мен видеосын жібере алса ақпарат мазмұны өзгермегенімен, тұтынушыға бірнеше өнімді ұсыну арқылы байланысты болуға болады. Жаңа медианың ерекшілігі сол. Оқырманның, жеке адамдардың да ақпаратымен бөлісе алатын мүмкіндігі болуы тиіс. Ал ақпарат агенттігі ақпараттың дұрыс-бұрыстығын тексеру арқылы ақпаратты жариялап отырады. Мысалы, жеке адамдар оқиға орнында болып қалып, оқиғаны тілшілер келгенше видео, фотоға түсіріп алуы мүмкін. Ол агенттік сайтына тіркеліп, жаңағы өнімді жібере алатын мүмкіндігі болуы тиіс. Сонда, агенттік жұмысы 10-15 тілшімен шектелмейді. Бұл жерде ақпарат жылдам таралады, контент көбейеді. Бұрын бәсеке Қазақстанда ғана жүретін. Интернеттің, жаңа медианың арқасында қазір әлемдік бәсекеге араласып отырмыз. Қарап отырсақ, қазір «мен» деген БАҚ барлығында дерлік веб-сайт, портал, жекелеген журналистік блогтар мен форумдар, рейтинг-сауалнамалар тіпті әлеуметтік желілері де бар. Бұл дәстүрлі БАҚ-тың өзі жаңа медиа арқылы ақпарат нарығына шығып отыр дегенді білдірсе керек. Ғаламтордың қазақтілді интернет сайттарға тигізетін кері әсері де баршылық. Ғаламтор журналистиканы қоқысқа айналдырып та жібергенін Қаңқу сөздер мен жалған фактілер, моральдық сапасы төмен ақпараттар легінің толассыздығы, бір-біріне айдап салу, сыртынан ғайбат сөз айту деген секілді проблемалар біздің интернет-журналистикада да белең алып келеді. Бұл турасында профессор Кәкен Қамзиннің пікірі өте орынды: «Қазіргі қазақстандық ақпараттық кеңістікте блогтық жұтаң тіл, кибер ой жүйесі жедел қалыптасып келеді. Тіпті, аса бай, аса құнарлы қазақ тілінің варианты осы деуге сенгің де келмейді. Са-



уатсыздық пен білімсіздіктің көрінісін іздесеңіз, тап қазір блогосфераға жүгініңіз. Өтпелі, уақытша құбылыс болса да, қазіргі Интернет сауатсыздық резервациясына, шала сауаттылардың дау-дамай, байбаламы мен бетжыртыс алаңына айналды. Ол – индивидтер, жіктер, әлеуметтік топтар мәдениеті мен көзқарасының айнасы, сонымен қатар психологиялық терапия, ақпарат алмасу арқылы арылудың әдісі. Белгілі бір дәрежеде көңілдегі кірді кетіру, психологиялық дерттен емделу тәсілі. Интернет – ортақ тарихи талқының, ортақ тарихи құлазудың да көрінісі» [11].

Шетелдік масс-медиа зерттеушілерінің: «Интернет – это социальная анархия. У системы нет никакого управляющего органа» [12, 279], - деуі тегін емес. Расында да, бас-көзі жоқ ақпарат алаңында не айтылып, не жазылып жатқанын реттеп жатқан ешкім жоқ. Мұның салдарының түрлі жағдаяттарға алып барып жатқаны да мәлім. Ұлтаралық дүрдараздық, діни экстремизм, адам ұрлау, адам саудасы, нәсілдік кемсітушілік, әлеуметтік теңсіздік секілді әлемдік проблемалардың бір ұшы ғаламтормен байланыстырылады. Онымен қоса, түрлі «тәртіпсіз» ақпараттар, көлеңкелі қызметтер, суицидке итермелейтін контенттер тағы бар. Мұның барлығы сұрыпталмастан қазақ аудиториясына сіңіп жатыр. Ертең зардабын тартпасымызға кім кепіл? Жаңа медианың дилетанттық, яғни, кәсіби емес журналистиканы қалыптастыруы журналистиканың болмысына нұқсан келтірді. Журналистердің кәсіби абыройы мен жұмысына кедергі келтіретін көзқарас қалыптасты. Блоггерлер, оқырман-авторлар журналистиканың тілдік, стильдік мән-мағынасын төмендетті.

Публицистиканың эмоционалды-экспрессивті деңгейі әлсіреп, мәтіннің көркемдігі мен мәні, мазмұндық жүйесі арзандады. Ғаламтор тілі деген атауды иемденген «подокаффтық сленг» қазақтілді ақпарат кеңістігіне де теріс әсер етті. Тілдік нормалардан тыс немесе сленгтік мәтіндер қазақ тілінің күш-қуатын одан әрмен әлсірете түсті. Бұл ана тіліміздің тазалығы мен прогрессивті дамуын тежейтін жайт. Онсыз да мемлекеттік тіліміз тұғырына қона алмай отырған бүгінгі таңда ғаламтордағы қазақ тіліне мұндай кері әсері – «жығылғанға жұдырық». Германиялық RTL-дің бас редакторы Петер Клэппель: «Интернет жақсы журналисті ұшпаққа шығарады, жаман журналисті шыңырауға түсіреді», -деуінің шындығы бар [13, 85]. Себебі, жаңа медианың соны мүмкіндіктері арқылы жетістікке жетіп жүрген журналистер аз емес. Интернет журналистің аудиториямен байланысын одан әрмен тереңдетіп, жан-жақты етеді.

Ақпарат жинаудың белгілі бір айла-тәсілдерін меңгерген журналистке интернет таптырмас құрал. Ал, шыңырауға түсіретіні жалған ақпаратқа әуес, жалаң сөзге құмар, қабілет-қарымы төмен журналистердің сорына бітуі де мүмкін. Қазіргі кезде оқиға орнын барламай-ақ редакцияда отырып, интернет-ресурстарына арқа сүйейтін журналистер қаншама? Авторлық құқыққа қол сұғушылық, шығармашылық ұрлық (плагиаттық) жолмен өзгенің еңбегін пайдаланып, соңынан араздасып жататындар да жиі кездеседі. Жоғарыда айтылғандай, интернет-журнализм журналист кадрлардың кәсіби сауатсыздығы мен білімділігін қажет етпейтіндіктен, бұл салада сауатсыздық дендеп барады.

Жаңа медианың дәстүрлі БАҚ-қа ықпалы туралы түрлі пікірде, коммуникативистер. Өйткені, соңғы кезде дәстүрлі масс-медианың өзінде ғаламтордың тілдік ерекшеліктері мен ақпараттың берілу формасына еліктеу бар. Мәселен, интернет тіліндегідей қысқа да нұсқа жазу, лид-мәтіндер, визуалды ақпараттарды мейлінше мол беру үрдісі дәстүрлі БАҚ-ға да үйреншікті болып барады. Кейбір мамандардың пікірінше, жаңа медиа дәстүрлік БАҚ-қа бәсекелес емес, оның жаңа технологиялық жалғасы, жаңа формаға енген трансформациясы деп қарастырған жөн десе, басқа сарапшылар жаңа медиа күндердің күнінде дәстүрлі БАҚ-оның ішіндегі баспасөзді уақыт көшінен ысырып тастауы да ғажап емес: «Газет оқу 1975 жылға дейін туылған ұрпаққа тән. Олардың қатары мол болып тұрғанда, газеттер өмір сүре береді. Мүмкін, ақпарат құралы ретінде болмас, бірақ, қайталанбас бірегей өнім түрінде қалады, «басты газет оқырманы» – билік. «Билік жасарған сайын, газеттер де оған қы-



зықсыз болып қалмақ» ([www.aikyn.kz](http://www.aikyn.kz)). Ал, шынтуайтына келгенде, медианарықта сапалы, бәсекеге қабілетті және ары қарай дами алатын БАҚ қалуы мүмкін. Қазақстан Республикасының «Бұқаралық ақпарат құралдары туралы» Заңға сәйкес, Қазақстандағы интернет-ресурстары, атап айтқанда, *портал, форум, блог, чат, WAP-портал, интернет-телевидение* дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарына теңестірілді. Демек, жаңа медиа БАҚ дәрежесіне теңестіріліп, үлкен мән берілді. Интернет-ресурстарына басқа БАҚ секілді аса жауаптылықпен қарап, сапасыз дүниелермен былапыттай беруге болмайтыны анық. Журналистиканың таралу формасы ауысса да, оның халық алдындағы мақсат-міндеттері өзгерген жоқ. Яғни, интернет-журналистика еліміздің дамуына, қоғам өмірінің қай саласы туралы сөз қозғалса да, аса кірпияздықпен, сауаттылықпен, байыптылықпен болжам-байламдар жасауы тиіс. Жаңа медианың басты ұмтылыстары мен ұтылыстары осындай. Ғаламтор пайдасы мен зиянының ара салмағына қарамастан адамзаттың ажырамас құндылығына айналды. Енді, оны санамыздан аластату мүмкін емес. Тек ғаламтордың, оның әсерінен туындаған БАҚ формасы – жаңа медианы өз ой-санамызға лайықтап қолдансақ болғаны.

Қазіргі таңда әлемдік БАҚ жаппай интернеттенуге көшті. Еркін ойдың аймағы саналатын интернет әлемі дәстүрлі БАҚ-тың нағыз бәсекелесіне айналды. Елімізде Ғаламторды пайдаланушылар саны да едәуір арта түскен. Дәстүрлі ақпарат құралдарындағы тұтынушылардың көпшілігі жаңа медианың жаңалығына мойын бұрды.

Ал, жаңа медиа ақпарат таратудағы жылдамдығымен ерекшеленіп тұр. Дәстүрлі журналистикамен қатар интернет журналистика да қоғамда өзіндік орнын айқындай бастады. Соңғы уақытта дәстүрлі ақпарат құралдарындағы мәліметтерді интернет арқылы тұтынушылар саны көбейіп келеді. Интернет ақпарат алмасатын алаң болғандықтан медиа нарықтағы ойыншылар бұл алаңды да тиімді пайдалануды көздейді. Нәтижесінде ақпаратты дәстүрлі емес жолмен, яғни газет, радио немесе теледидар арқылы жеткізумен шектелмей оны түрлендіріп беру «жаңа медиа» құбылысына ұласты. Ғаламтор мүмкіндігі тұтынушыға бір сайттан мәтін оқып, видео көріп, аудиосын тыңдап, суреттері арқылы ақпарат алумен қатар, оны әрі қарай дамытуға да мүмкіндік беріп отыр. Осылайша технологияның дамуы ақпаратты әзірлеу, қабылдау, тұтыну және таратуға үлкен төңкеріс алып келді. Бұған дейін оқырман тек мәліметті оқумен, көрумен немесе тыңдаумен ғана шектелетін болса, бүгінгі оқырман интернет арқылы мәліметті көріп, тыңдап, оқып қана қоймай өзінің пікірін қосып, әрі қарай ол туралы достарына хабарлап, тіпті өзі де ақпарат жасаушыға айналып отыр. Бір сөзбен айтқанда оқырмандар өздерінің газеттерін өздері жасай алатын деңгейге жетіп отырмыз. Осы орайда жаңа медиа дегеніміз осындай мүмкіндіктерге жол ашқан интернет технология деп түйіндеуге болады.

«Журналистика – бұл миссия» [14,89] дейді журналистика мен мультимедианың бүгінгі үрдістерін бағалаған жазушы, журналист Дебора Кемпбелл. Журналистика әрі кәсіп, әрі міндет. Қоғам алдындағы үлкен жауапкершілік. Осы жауапкершілікке студент кезінен баулу, тәрбиелеу – осы салада мамандар даярлайтын оқу орындарының міндеті. Ақпарат заманының талабы мен тартуы көп. Десек те болашақ журналист үшін ақпараттардың тізгінін еркін меңгеру үшін де ақпараттық технология мен мультимедиалық құралдармен тіл табыса білуі тиіс.

Бүгінде мультимедиалық құралдарды игерген әмбебап журналистерге деген сұраныстың артуы заңды да. **Multimedia** лат. *multum* – **көп** және *media-medium* – **құрал** деген сөздерінен шыққан [<https://en.wikipedia.org/wiki/Multimedia>]. Ақпараттың бірнеше түрін: *мәтін, фото, графика, дыбыс, бейне, анимацияны* бір жобаға шоғырландыратын **мультимедиа** қазіргі журналистиканың визуалды, ақпараттық тірегі деуге болады. Ақпарат қоғамы – білім қоғамы саналады. Білім қоғамының басты факторы – ақпараттық технологияны жақсы меңгерген, білікті, кәсіби сауаты жоғары мамандар дайындау саналады.

Жоғары білімді мультимедиалық журналист мамандарын даярлау міндетін ерекше атап өту керек. Жалпы, әлемде материалдық емес құндылықтарды халыққа жеткізу, түсін-

діруде визуальдық коммуникацияның алатын орны ерекше. Ақпарат заманының талабы мен тартуы көп. Десек те болашақ журналист үшін ақпараттардың тізгінін еркін меңгеру үшін де ақпараттық технология мен мультимедиалық құралдармен тіл табыса білуі тиіс. Бұл үшін теориялық білімді ұштаудың ең негізгі жолы – зертханалық дәрістер мен студенттің өзіндік жұмысын тиімді ұйымдастыру саналады. Ол білім алушының жаңа тәжірибелік дағдыларды үйренуіне, біліктік дағыдалары артуына, кәсіби құзіреттілікке икемделуіне ықпал етеді. Мультимедиалық нарыққа мамандар дайындау сандық дәуірдің ең басты талабы. Қазір күн санап озық технологиялар тұтынушы аудиториясына жаңалықтар мен жаңа үлгілер ұсынуда. Білім қоғамына енген сандық дәуірдің міндеті бұқаралық медианың барлық құралдарын кәсіби меңгерген мамандарға деген сұраныстың артуынан деп атауға болады. Бүгінгі күнде журналистикаға маманданатын студенттің жеке блогы не әлеуметтік желілерде парақшасы болуы заңды. Ал студент өзінің сайтың әзірлеп, веб-редактор, журналист, дизайнер бола білуі оның маман ретінде қалыптасуына мүмкіндік береді.

Қазақстан Республикасының «Бұқаралық ақпарат құралдары туралы» (2009 жылғы 6 ақпанда өзгертілген) Заңға сәйкес, Қазақстандағы интернет-ресурстары, атап айтқанда, портал, форум, блог, чат, WAP-портал, интернет-телевидениесі дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарына теңестірілді. Демек, жаңа медиа БАҚ дәрежесіне теңестіріліп, үлкен мән берілді. Ендігі уақытта, интернет-ресурстарына басқа БАҚ секілді аса жауаптылықпен қарап, сапасыз дүниелермен былапыттай беруге болмайтыны анық. Журналистиканың таралу формасы ауысса да, оның халық алдындағы мақсат-міндеттері өзгерген жоқ. Яғни, интернет-журналистика еліміздің дамуына, қоғамдық өмірдің қай саласы туралы сөз қозғалса да, аса кірпияздықпен, сауаттылықпен, байыптылықпен болжам-байламдар жасауы тиіс.

Жаңа медианың басты ұмтылыстары мен ұтылыстары осы. Бір білеріміз, ғаламтор пайдасы мен зиянының арасалмағына қарамастан адамзаттың ажырамас құндылығына айналды. Енді, оны санамыздан аластату мүмкін емес. Тек ғаламтордың, оның әсерінен туындаған БАҚ формасы – жаңа медианы өз ой-санамызға лайықтап қолдансақ болғаны. «Қай елдің баспасөз күшті болса, сол елдің өзі де күшті» деп Алаш қайраткері Міржақып Дулатов XX ғасырда айтса, XXI ғасырда бұл аталы сөздің де формасы өзгергендей.

### Әдебиеттер тізімі

- 1 Назарбаев Н.Ә. «Қазақстан - 2050» стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» атты Қазақстан халқына жолдауы. 10 қаңтар 2018 ж. (18.01.2018ж. қаралды)
- 2 Мак Куэйл, Дэнис. Журналистика и общество: учебник для журналистов / Пер. с англ. – Москва: Медиа Мир, 2013. – 362 б.
- 3 Маклюэн, Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. - Москва-Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», 2003. - 464 б.
- 4 Элвин, Тоффлер. Третья волна - URL: <http://bookz.ru/authors/elvintoffler/55f0dd6891b0/1-55f0dd6891b0.html> (смотрено 09.03.2018)
- 5 Castells, M. The Informational City: Economic Restructuring and Urban Development. The Wiley-Blackwell, 1992. – 212 p.
- 6 Красильникова, Т.И. Современная цивилизация и культура личности // Философия и кризис современной цивилизаций. – Москва, 1993. – 408 б.
- 7 Innovation journalism [Электронный ресурс] - URL: [http://en.wikipedia.org/wiki/Innovation\\_journalism](http://en.wikipedia.org/wiki/Innovation_journalism) (дата обращения 24.03.2018)
- 8 Дзялошинский, И. Инновационная журналистика. / И. Дзялошинский // Модное словосочетание, или путь развития СМИ. – Москва, 2002. – 254 с.
- 9 Играев, Б.А. Издержки трансформации СМИ // Журналистика в 2009 г. Трансформация систем СМИ в современном мире: Сб. межд. науч.-практ. конф. - Москва: Факультет журналистики МГУ, 2009. - 12 с.

10 Засурский, Я. Н. Коммуникация в обществе знаний. Российская журналистика: 2008-2013. - Москва: МедиаМир, 2013. – 296 с.

11 Қамзин, К. Мен ұлттық журналистикаға қызмет етемін! - URL: <http://abai.kz> (24.02.2018ж. қаралды)

12 Рашкофф, Д. Медиавирус! - Москва: Культура. 2003. - 279 б.

13 Петер, Клэппель. Информация и информатика. - Берлин, «Зинатне», 2004. - 85 с.

14 Deborah Campbell. This Heated Place: Encounters in the Promised Land, 2004, - 89 p.

**Л.Д. Асанов, М.Б. Даулен**

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

### **Необходимость развития инновационных технологий и возможности отечественной журналистике**

**Аннотация.** В статье представлен обзор необходимости развития инновационных технологий и возможностей отечественной журналистики. Также говорится об истории первых медиахолдингов Казахстана и на основе конкретных примеров были продемонстрированы первые результаты казахстанских СМИ в мировом информационном технологическом потенциале. Статья о конвергентной журналистике и ее эффективности написана в актуальное для неё время.

В статье обсуждается влияние новых информационных технологий на медиасвязь, радикальное влияние современных преобразований СМИ. Он фокусируется на истории информационного общения.

Главной задачей является экономическая направленность средств массовой информации и деятельность журналиста, которая осуществляется через рыночные механизмы в течение доминирующего периода коммерческой журналистики.

**Ключевые слова:** Инновации, Конвергенция, Технология, Онлайн, Медиахолдинг, Интернет-медиа, The New York Times.

**L.D. Asanov, M.B. Daulen**

*Ye.A. Buketov Karaganda State University, Karaganda, Kazakhstan*

### **The Need for Innovative Technologies and Domestic Journalism**

**Annotation.** The article provides an overview of the need for innovation technology development and potentials of domestic journalism. It also covers the history of Kazakhstan's first media holdings and based on specific examples it demonstrated the first results of Kazakhstani media in the global information technology potential. The article on convergent journalism and its effectiveness is written in relevant time. The article discusses the impact of new information technologies on media communication, the radical impact of modern media transformations. It focuses on the history of information communication.

The main task is the economic direction of the media and the activities of the journalist, which are carried out via market mechanisms during the dominant period of commercial journalism.

**Keywords:** Innovation, Convergence, Technology, Online, Media, Internet Media holding, The New York Times.

### **References**

1 Nazarbayev N.A. Message to the people of Kazakhstan «Strategy» Kazakhstan-2050 «: new political course of the established state». 10 kantar, 2018 zh. [President of the Republic of Kazakhstan Address of the President of Kazakhstan to the People of Kazakhstan]. (January 10, 2018) [смотрено 18.01.2018.]

2 Mac Quayle, Denis. [Journalism and society. (Textbook for journalists) / Transl. with English]. / Mak Quayle Denisc. (MediaWorld, Moscow, 2013).

3 McLuhan, G.M. Understanding Media: External Expansions of Man // Trans. with English. V. Nikolaeva. / G.M. McLuhan. («CANON-press-C», Moscow-Zhukovsky, 2003).

4 Alvin, Toffler. The Third Wave - URL: <https://bookz.ru/authors/elvintoffler/55f0dd6891b0/1-55f0dd6891b0.html>

- 5 Castells, M. The Informational City: Economic Restructuring and Urban Development. The Wiley- (Blackwell, 1992).
- 6 Krasilnikova, T.I. Sovremennaya civilizaciya i kul'tura lichnosti [Modern civilization and culture of personality] // Filosofiya i krizis sovremennyh civilizacij [Philosophy and crisis of modern civilizations] (Moscow, 1993).
- 7 Innovation journalism. [elect. resourse]. URL: [http://en.wikipedia.org/wiki/Innovation\\_journalism](http://en.wikipedia.org/wiki/Innovation_journalism)
- 8 Dzyaloshinsky, J. Innovacionnaya zhurnalistika [Innovative journalism]. // Modnaya fraza ili sposob razvitiya SMI Fashionable phrase, or the way of development of the media]. (Moscow, 2002).
- 9 Ibraev, B.A. Izderzhki transformacii SMI [Costs of media transformatio]. // Journalism in 2009. Transformation of media systems in the modern world: Sat. materials Int. scientific-practical. Conf. (Faculty of Journalism, Moscow State University, 2009).
- 10 Zasursky, Ya.N. Kommunikaciya v obshchestve znaniy. Rossijskaya zhurnalistika [Communication in the Knowledge Society]. Russian Journalism: 2008 (MediaWorld, Moscow, 2013).
- 11 Kamzin, K. Men ul'tyq zhurnalistikaga qyzmet etemin! [I serve national journalism!]. - URL: <https://abai.kz>
- 12 Raschoff, D. Mediavirus! [Mediavirus!]. (Ultra.Culture, Moscow, 2003).
- 13 Peter, Clappel. Informaciya i informatika [Information and informatics]. (Zinatne, Berlin, 2004).
- 14 Deborah Campbell. This Heated Place: Encounters in the Promised Land, 2004.

#### Авторлар туралы мәліметтер:

**Асанов К.Д.** - Филология ғылымдарының докторы, профессор. Академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті, Қарағанды, Қазақстан.

**Даулен М.Б.** - Әлеуметтік ғылымдар магистрі, академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті, Қарағанды, Қазақстан.

**Asanov K.D.** - Doctor of philological sciences, professor, Academician Karaganda State University named after Ye.A. Buketov, Karaganda, Kazakhstan.

**Daulen M.B.** - Master of Social Sciences, Academician Karaganda State University named after Ye..A. Buketov, Karaganda, Kazakhstan.

МРНТИ 16.17. 24.

**А.А. Бейсенкулов<sup>1</sup>, М.Б. Булатова<sup>2</sup>**

*Евразийский национальный университет им. Л. Гумилева, Астана, Казахстан  
(E-mail: <sup>1</sup>ayazbib@gmail.com, <sup>2</sup>bulatovammm@gmail.com)*

#### Социальные медиа в работе журналиста

**Аннотация.** В эпоху цифровых технологий меняется сущность профессии журналиста, что связано с появлением новых каналов производства, потребления и распространения информации. New media не лишает журналистов их преимуществ: высокого профессионализма в сборе, систематизации, анализе информации. Высокая степень виртуализации общественных отношений делает необходимым рассмотрение социальных медиа как рабочих инструментов при создании медиа-продуктов.

Проведенное авторами статьи исследование показывает, как казахстанские журналисты используют социальные медиа в профессиональных целях и влияние социальных медиа на профессиональную роль журналистов в обществе.

**Ключевые слова:** Казахстан, общество, журналистика, новые технологии, новые медиа, социальные медиа, блоги, Facebook, Twitter, LiveJournal.



**Введение.** Интернет порождает совершенно новые явления. Например, он виртуализирует продукты. Товары становятся, так сказать, интерактивными. Потребитель все больше участвует в создании конечного продукта. От этого изменяются многие процессы, в том числе и в журналистике. Интернет сделал бизнес-процессы универсальными для всего мира; всеобъемлющими в смысле средств коммуникации, объединив текст, звук, видео; независимыми от места и времени [1, 8].

Благодаря Интернету возникает новая структура отношений – социальные медиа. Это не просто отношения внутри групп, это новое общество, которого раньше не существовало. Происходит трансформация коммуникативных отношений между людьми, превращение их в массовую коммуникацию.

Старший научный сотрудник Ассоциации исследования новых средств коммуникации Пол Гиллин в своей работе «Новые агенты влияния» обозначает социальные медиа - как многозначный термин, который объединяет различные online технологии в интернете, которые позволяют пользователям общаться, взаимодействовать между собой. Характерная черта всех социальных медиа, по его мнению, заключается в том, что создателями контента являются сами пользователи [2, 66-70].

Российский исследователь традиционных и новых медиа Елена Варганова утверждает, что в основе понятия «социальные медиа» - лежит принцип партиципаторности [3, 77-78]. Идея партиципаторности заключается в нескольких простых принципах. Во-первых, аудитория выступает партнером СМИ, и, соответственно, имеет право участвовать в определении приоритетов редакции или тематики материалов. Несоблюдение этого правила приводит к тому, что журналисты начинают жить в своем символическом медиапространстве, по-настоящему не понимая чаяний своих читателей или зрителей. Второй принцип партиципаторности гласит, что решение проблемы также важно, как и сама ее постановка, то есть, важно не только поднять актуальную тему, но и найти пути ее решения и следовать им.

Американский журналист Керри Дойл представляет следующее определение: социальных медиа - это различные онлайн технологии, позволяющие людям легко общаться при помощи Интернета, делиться информацией и ресурсами [4, 45-48].

Американский аналитик цифрового маркетинга и конвергентных СМИ Ребекка Либ характеризует социальные медиа как набор онлайн - платформ и инструментов, которые люди используют для обмена контентом, профилей, мнения, взглядов, опыта, перспектив. Облегчая беседы и взаимодействие между группами людей [5].

Ещё одно определение социальных медиа дано профессором МГУ им. М. В. Ломоносова Александром Чумиковым - это любые интернет-проекты в формате web 2.0, содержание которых формируют сами пользователи в социальных сетях, блогах, подкастах, web-сайтах, на интернет-форумах, Wiki, видеохостингах, печатных, онлайн-овых и мобильных продуктах [6, 56-58].

Таким образом, наиболее эффективным инструментом коммуникации является онлайн ресурс, который позволяет не просто просматривать информацию об интересующем явлении, но участвовать в обсуждении общественно значимых проблем и создавать различные сообщества, а также самостоятельно добавлять какую-либо информацию о деятельности организации (аудио, видео, фото). В настоящее время таким ресурсом являются новые социальные медиа (сервисы Web 2.0).

Всемирно известный оратор, педагог, консультант и автор множества книг о маркетинге Марк Шефер выделяет три отличительные черты социальных медиа: «...Эволюция, революция и вклад. Во-первых, это эволюция современного общения. Во-вторых это революция: впервые в истории мы имеем доступ к бесплатной мгновенной глобальной коммуникации. В-третьих, социальные медиа отличает способность всех делиться и вносить свой вклад в качестве издателя» [7].

С появлением социальных медиа претерпевает изменения и классическая модель СМИ, которую можно сформулировать так: обращение немногих трансляторов ко многим реципиентам. Но, как отмечает немецкий исследователь интернет-коммуникаций Йо Гребель, в ходе цифровой революции эта классическая модель «немногие - многим» превратилась в модель «многие - немногим». Появилась масса людей, транслирующих свое мнение, но их слушают немногие. Таким образом, одновременно с массовой коммуникацией возникает и коммуникация масс. Создается триада типов общения. В модели «немногие - многим» вещают профессионалы: телеведущие, журналисты, актеры и т. д. Параллельно существует модель «многие - немногим» - непрофессиональное вещание. Наконец, есть и третья модель: «немногие - немногим», модель социальных групп, представители которых общаются друг с другом [1, 9]. Это непосредственно влияет на бизнес-процессы. Возникают многочисленные комментарии на товары, услуги и т. д.

Активно приспособляющиеся к социальным технологиям журналисты постепенно доказывают, как социальные сети можно успешно использовать для дела. Так, отчет социального бизнеса в Америке показал, что такая газета как The New York Times стоит в первых строчках рейтингов, за ней очень близко следует The Washington Post. В отчете о социальном бизнесе, опубликованном Net Prospex, The New York Times заняла первое место в исследовании «100 самых социальных компаний в США» и обошла такие технологические компании, как Google, Apple, eBay и Amazon [8].

Обзор был основан на компаниях, сотрудники которых наиболее «социальные». И вопреки ожиданиям, что технические компании будут здесь лидировать, поскольку им ближе социальные способы управления, первое место взяли совсем не они.

Это — хорошие новости для издателей, как показатель, что их сотрудники — журналисты, переносят газету в социум, когда используют социальные сети как для личных целей, так и для ссылки на новости. Адаптация социальных медиа в газетах идет снизу вверх, что во многом отражает функцию самих социальных сетей.

Одним из наиболее значимых факторов, который наглядно показал, как газеты преуспевают в социальных медиа, было применение новых технологий, в частности, iPad. The New York Times запустили свое iPad-приложение в 2010 году [9], всего несколько месяцев спустя после официального выхода iPad в свет. Позже многие другие газеты сделали тоже самое, включая The Washington Post и английские The Telegraph и The Guardian.

Ни одна другая индустрия не применила плод новых технологий также быстро, как это сделали газеты, возможно, это результат прошлого опыта, научившего их следовать в ногу с новыми технологиями. Газеты просто определили важность содержания и приняли в расчет человеческие привычки, изменившиеся со временем. У них есть необходимость оправдать формат их содержания и найти новые способы быть перед глазами у тех, кто отходит от печатных изданий и даже от стандартных ПК и ноутбуков, так как все становится мобильным.

Многие компании прописывают правила использования социальных сетей: как много сотрудники должны писать в соцсетях, как часто, что они должны писать, как отвечать и так далее. Вместо этого стратегия The New York Times в работе с социальными сетями очень проста: «Не будьте глупыми» [10]. Цитата редактора социальных медиа The New York Times Лиз Херон, которая объясняет, что вместо того, чтобы составлять для сотрудников список правил по работе с соцсетями, нужно лучше поощрять их активное участие там, просто сказав людям, чтобы они помнили о здравом смысле.

Это обновленный подход для работников медиасферы, в отличие от более жесткого приема ВВС, который имеет четкое руководство по работе с социальными сетями.

Лиз объясняет: последние годы журналистам было рекомендовано использовать социальные сети для распространения, сейчас фокус на взаимодействии с реальными людьми.

В своей стратегии использования социальных медиа газеты привязаны не только к Twitter, хотя он и стал для многих основным каналом по умолчанию. Таким же активно посещаемым и столь же важным для газет сейчас становится Facebook.

Facebook провели исследование новостных страниц на платформе и обнаружили, что новости, публикуемые на персональных страницах газет в Facebook получают на 70% больше комментариев, чем на постоянно обновляемой странице газеты. Исследование так же показало, что обновления с фотографиями получают больше отклика и вовлечения читателей, нежели обычные материалы [11].

В любом случае, обнадеживает то, что газеты используют Facebook, и их уровень взаимодействия с людьми намного превосходит другие бренды. Это хороший индикатор того, что они понимают, как вовлекать пользователей.

Так же, как крупные национальные газеты используют социальные медиа, включают в свою работу новые технологии и маленькие местные издания. Отличный пример инноваций, примененных местной газетой The Cincinnati Enquirer: они запустили приложение «Porkopolis» [12]. Приложение сочетает в себе местные новости вместе с купонами и соглашениями для области. Таким образом, они сочетают два тренда: приложение для конкретной области и ежедневные сделки. Интересно видеть, как издание расширяется только за счет новостей, предложенных в мобильном приложении.

Такой способ несколько не ограничил Cincinnati Enquirer, как и многие местные газеты, они используют социальные технологии и в работе с блогерами, чтобы изменить способ сбора и распространения информации.

**Вопросы исследования.** В рамках диссертационного исследования перед нами стоял ряд научных вопросов, связанных с тем, как использование социальных медиа казахстанскими журналистами может влиять на общество, и особую роль журналиста в обществе. В данном исследовании мы поставили два вопроса:

1. Как казахстанские журналисты используют социальные медиа в профессиональных целях?
2. Влияет ли использование социальных медиа на профессиональную роль журналистов в обществе?

**Метод и выборка.** Это исследование было проведено в два этапа.

На первом этапе было проведено исследование 50 блогов казахстанских журналистов, зарегистрированных на платформе LiveJournal. Блоги были выбраны с помощью мониторинга веб-сайтов СМИ, Google, Яндекс, частных контактов авторов и поисковика LiveJournal. Для опроса журналистов- блогеров использовался мессенджер LiveJournal. Журналистам задавались вопросы о том, как они используют LiveJournal для профессиональных целей. Обратная связь опроса составила 98 ответов.

На втором этапе были проведены анонимные глубинные интервью с 21 казахстанским журналистом для лучшего понимания результатов проведенных опросов. Журналистам задавались вопросы о роли и пользе социальных медиа (Twitter, Facebook, блоги) в их профессиональной деятельности. Несмотря на некоторую ограниченность, мы считаем, что это исследование позволяет вполне определенно ответить на вопросы: как казахстанские журналисты используют социальные медиа, и какие факторы влияют на формы использования социальных медиа.

**Результаты.** Результаты исследования показали, что в целом опрошенные журналисты используют социальные медиа для профессиональной работы довольно активно (таблица 1). Как и следовало ожидать, число так называемых «прагматичных конформистов» и «увлеченных активистов» выше среди молодых журналистов.

В определенной степени эти результаты подтверждают мнение о том, что «...на сегодняшний день традиционные СМИ стали скорее «кладбищем» для некогда подававших большие надежды казахстанских журналистов старшего и среднего поколения...».

Возраст	Возраст		
	<40	40-45	>55
Использование для профессиональных целей	81	72	39
Использования (всего)	76		
Число ответов в каждой группе	34	117	36
Число ответов в выборке	500		

Таблица 1. Использование социальных медиа в профессиональных целях (один или два раза в день)

Возраст блогеров (40 лет) объясняется тем, что казахстанская молодежь, как правило, - основной контингент популярных интернет-сервисов и сайтов социальных сетей. Однако было бы упрощением объяснить полученные результаты лишь «возрастным консерватизмом». Распределение предпочтений между различными социальными медиа-платформами позволяет обсудить конкретную модель использования социальных медиа журналистами (таблица 2).

Facebook, как представляется, - наиболее предпочитаемая онлайн сеть среди опрошенных журналистов: 62 процента респондентов используют ее по крайней мере один раз в день. Частота использования Twitter казахстанскими журналистами гораздо ниже – 23 процента. 25 процентов опрошенных журналистов используют в профессиональных целях другие социальные сети. Данные результаты отчасти подтверждаются статистикой использования социальных сетей казахстанской Интернет-аудиторией [13].

Говоря о «других социальных сетях» в данном случае, мы имеем в виду в первую очередь чрезвычайно популярные социальные сети ВКонтакте и Одноклассники.

Частота использования социальных медиа, в %

1	Чтение блога	72
2	Ведение блога	21
3	Facebook	62
4	Twitter	23
5	Другие социальные сети	25

Таблица 2. Использование социальных медиа для профессиональной деятельности (на ежедневной основе)

Довольно высокая активность в блогосфере является специфической особенностью использования социальных медиа казахстанскими журналистами. Они довольно активны в чтении и в написании отдельных блогов. Так, 72 процента читают блоги, по крайней мере один раз в день. 21 процент респондентов делают записи в личном блоге ежедневно или чаще.

Казахстанская журналистика связана с литературой. Современная казахстанская журналистика отличается от журналистики в демократических культурах в своей «литературной ориентированностью» и тенденцией к персонификации [14]. Ведение блога стало подходящим жанром для журналистов, которые традиционно склонны к написанию длинных текстов, общению с аудиторией в перифрастической манере, использованию иллюстрации. Данные особенности казахстанской журналистики также можно проиллюстрировать следующим ответом журналиста-блогера LiveJournal.

«Нашим людям нужны широкие открытые пространства для публикации свои бессмертных шедевров. Они также нуждаются в неограниченном пространстве для ведения блогов, чтобы делать записи, комментировать что-то в нелинейном режиме, публиковать новости и обновления друзей» [блогер, LiveJournal, редактор мужского журнала].

На самом деле, журналисты пытаются использовать преимущества каждого сервиса. Ведение блога является более предпочтительным для длинного текста; 140 символов Twitter - лучше для коротких динамически меняющихся новостей и тому подобное. Анонимные глубинные интервью позволяют уточнить различные модели использования социальных медиа-платформ для профессиональной деятельности: «Я предпочитаю LiveJournal и Facebook. Все мои материалы - готовые тексты - я публикую в этих онлайн-социальных сетях на регулярной основе. У меня также есть аккаунт в Twitter, но там есть только 500 подписчиков, так что я использую



его реже» [блогер, 37 лет, журналист, фрилансер, активно сотрудничает с газетой «Казахстанская правда»]. «Я часто пишу Vkontakte, как правило, с помощью этой социальной сети, я ищу людей, которые мне нужны для моей работы. У меня есть также блог на LiveJournal, но в целом для меня это не такой важный ресурс в настоящее время, так что я не стараюсь регулярно обновлять его» [блогер, 27 лет, журналист, редактор интернет-журнала].

«Я предпочитаю Facebook. Я публикую там мои материалы, веду диалог с аудиторией и добавляю некоторых людей в список друзей. Неадекватные комментарии крайне редки. Я не люблю внутренние социальные сети типа Одноклассники и ВКонтакте» [блогер, 55 лет журналист, главный редактор веб-журнала, обозреватель].

Как показали опросы, социальные медиа часто используются журналистами для публикации контента на общественно-политические вопросы. 40 процентов опрошенных принимают участие в общественно-политических дискуссиях, ведущихся в блогах. Кроме того, казахстанские журналисты в какой-то степени пытаются заработать на социальных медиа, PR и рекламе.

Высокая активность журналистов в общественно-политическом дискурсе легко объясняется особенностью казахстанской публичной сферы. Интернет в Казахстане является в определенной степени заменой «разговоров на кухне». Согласно выводам В.Гатова, казахстанская блогосфера стала служить неким дискуссионным ядром, которое включает большую часть общественного дискурса по политическим и общественным вопросам [15]. В ходе опроса журналисты подтвердили важную роль блогов для общественно-политических дискуссий:

«Думаю, что использование блога - привычка. Блог дает возможность выразить себя, поделиться своими мыслями с большой аудиторией. Это возможность быть частью общества, иметь пространство для выражения мнений и убеждений. В блогах нет никакой цензуры. Но у меня есть аккаунты, как на Twitter, так и на Facebook. Блоги – инструмент для публикации и трансляции информации, которая будет открытой и доступной для каждого» [блогер, 46 лет].

№	Цель	В % респондентов		
		FB	Tw	Блоги
	Социальные медиа			
1	Поиск новых идей	81	60	73
2	Поиск информации для целей журналистского расследования	71	66	78
3	Обратная связь с аудиторией	76	53	41
4	Общение с коллегами	82	48	33
5	Публикация контента помимо основной работы	63	40	51
6	Расширение аудитории, самопиар	69	51	40
7	Повышение узнаваемости бренда СМИ (работодателя)	60	45	25
8	Профессиональная дискуссия	64	32	37
9	Заработок на рекламе	21	14	15
10	Обсуждение интересующих социальных и экономических вопросов	68	40	40
	Число ответов	367	248	344

Таблица 3. Цель использования социальных медиа (пользователей каждого типа социальных медиа; процентов респондентов)

Публикация контента помимо обычной работы в социальных медиа также распространена среди казахстанских журналистов. Как уже упоминалось выше казахстанские СМИ и в первую очередь национальные телеканалы контролируются государством [16]. Этот контроль (надзор) принимает формы цензуры, которая также может быть представлена в виде редакционной политики и самоцензуры. Это негативно сказывается на работе журналистов.

Помимо всего прочего казахстанские журналисты используют блоги для преодоления редакционных ограничений. Опрошенные журналисты рассказали, как они используют социальные медиа в качестве дополнительных инструментов:

«Я начал ведение блога только потому, что есть вещи, которые не будут опубликованы в газете, где я работаю, но я чувствую необходимость их публичного обсуждения [...], когда я хочу создать общественный резонанс, чтобы предать гласности некоторые факты,

поднять проблему, или уведомить власти, я просто пишу сообщение в блоге. В 90 процентах случаев сообщение становится заметным [...] и широко обсуждается. [...] Понятно, что региональные и местные власти следят за потоком информации и дискуссиях вокруг нее...» [блогер, 42 года, интернет-газета zona.kz].

«Что должен сделать сторонний наблюдатель, если он хочет писать о кино? Он должен создать блог и писать там, столько, сколько он хочет. Я работаю в нескольких СМИ. Одно из них дает мне возможность вести блог на своем сайте. Но это только один из трех моих блогов.» [блогер, фрилансер].

Ведение блога также создает потенциал для получения прибыли, особенно для фрилансеров: «Блог стал частью информационного пространства, и если мои материалы стоят того, они иногда принимаются (и оплачиваются) ведущими интернет-СМИ. Меня в работе интересует только несколько вопросов: является текст хорошим или плохим, интересным или неинтересным... Выражение «текст вне формата» сводит меня с ума. В журналистике сегодня можно работать без посредников. Вам вполне хватит на жизнь, если вы работаете и хорошо пишете [блогер, фрилансер, 40 лет, сотрудничает с интернет-СМИ, радио и национальными газетами].

Было бы логично предположить, что казахстанские журналисты используют социальные медиа в основном для публикации коммерчески прибыльного контента вне обычной работы: на самом деле они считают Facebook, Twitter и блоги инструментом для «зарабатывания денег с помощью рекламы или PR».

**Выводы.** Использование социальных медиа-платформ журналистами может быть связано с тем, что журналист в Казахстане – молодая профессия в целом. Разница наиболее заметна при использовании блогов на платформах, таких как LiveJournal. Более 50 процентов казахстанских журналистов указали, что они используют блоги для публикаций в основном некоммерческого содержания, кроме обычной работы, а 25 процентов - что они пишут в своем личном блоге каждый день.

Использование блогов казахстанскими журналистами, хорошо вписывается в литературные традиции журналистики: мнения и дискуссии являются наиболее важными. Эта традиция казахстанской интеллигенции достигает нового пространства в блогах. Причиной может быть особое понимание журналистики.

Подводя итоги, следует отметить, что новые социальные сети стали полноценным социальным институтом современного общества и их основными характеристиками являются доступными интерактивные коммуникации; прямое участие пользователей в генерации и ретрансляции медиа-контента; высокая степень вовлеченности пользователей в процесс интерактивного общения; максимальная скорость обратной связи между пользователями; персонализация пользователя. А в качестве характерных свойств новых социальных медиа выступают универсальность, интерактивность, доступность, мобильность, коммуникативность.

Новые социальных медиа обладают и специфическими вполне универсальными возможностями - это возможность работы с аудио- или видеоматериалами, со статическими или динамическими видеодокументами; с макро- или микрообъектами, а также текстами [17].

Универсальность новых социальных медиа выражается также и в тематической разносторонности информации, её глобальности, всеохватности и многофункциональности, что само по себе является новым, более качественным уровнем развития для журналистов современного общества.

## Список литературы

- 1 Сумленный, С. Пьяная вечеринка в «Фейсбуке» // Эксперт, 2010. - №30. - 118 с.
- 2 Пол, Гиллен. Новые агенты влияния. USA: Society for New Communications Research, 2009. - 80 с.
- 3 Вартанова, Е. Л. Финская модель на рубеже столетий: Информационное общество и СМИ Финляндии в европейской перспективе. - Москва: Изд-во МГУ, 1999. - 287 с.
- 4 Дойль, П. Маркетинг, менеджмент и стратегии. - Санкт-Петербург: Питер, 2010. - 450 с.
- 5 Rebecca Lieb & Jeremiah Owyang. The Converged Media Imperative: How Brands Must Combine Paid, Owned, and Earned Media. Altimeter Group, 2012. - 24 с.
- 6 Бабочиева, М. Л. Профессионализация PR-деятельности в России // Вестник Южно - Уральского гос. ун-та. Серия: Социально-гуманитарные науки. - Челябинск: ЮУрГУ, 2006. № 8. - 270 с.
- 7 Mark, W. Schaefer. Social Media Marketing Books. [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.businessesgrow.com> (свободный)
- 8 NetProspex Social Business Report. A comprehensive report on the use of social media by business people across the US [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.slideshare.net/PierreBouchard/net-prospex-socialbusinessreportssummer2011> (свободный)
- 9 Читаем прессу на Apple iPad [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.ixbt.com/td/ipad-reading.shtml> (свободный)
- 10 David, Cohen. NYT Social Media Editor Liz Heron on Guidelines: 'Don't Be Stupid' [Электронный ресурс]. - URL: <https://qoo.by/19gd> (свободный)
- 11 Facebook statistics directory [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.socialbakers.com/statistics/facebook> (свободный)
- 12 Oink! Gannett and DoubleDutch Team Up for Porkappolis, a Cincinnati local news and deals app [Электронный ресурс]. - URL: <https://qoo.by/19gf> (свободный).
- 13 Сколько людей «сидят» в соцсетях в Казахстане. - URL: <https://tengrinews.kz/internet/skolko-lyudey-sidyat-v-sotssetyah-v-kazahstane-288639> (свободный)
- 14 Козыбаев, С.К. Журналистика Казахстана. / С.К. Козыбаев и др. Энциклопедия. - Алматы, 2006. - 410 с.
- 15 Гатов, В. Будущее журналистики. [Электронный ресурс]. - URL: <https://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/budushhee-zhurnalistiki> (свободный)
- 16 Медведникова, Д. Роль новых медиа в современной журналистике Казахстана. 14-я центральноазиатская конференция СМИ. - Ашхабад, Туркменистан: 05.06.2012 г. - С. 63-70.
- 17 Лекционный курс. Роль медиа в современном мире и образовании. [Электронный ресурс]. - URL: <https://qoo.by/19gg> (свободный)

**A.A. Beisenkulov, M.B. Bulatova**

*L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhshtan*

### **Social Media in the Journalist's Work**

**Abstract.** In the digital age we can see a change in the essence of the profession of journalist which is associated with the emergence of new channels of production, consumption and dissemination of information. New media does not deprive journalists of their advantages: high level of professionalism in the gathering, systematization and analysis of information. A high degree of virtualization of social

relations makes it necessary to review social media as working tools in the creation of media products. The authors of the article show in their research how Kazakh journalists use social media for professional purposes and impact of social media on the professional role of journalists in society.

**Keywords:** Kazakhstan, society, journalism, new technologies, new media, social media, blogs, Facebook, Twitter, LiveJournal.

**А.А. Бейсенқұлов, М.Б. Болатова**

*Л.Н. Гумилев ат. Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан*

### **Журналист қызметіндегі әлеуметтік медиа**

**Аңдатпа.** Сандық технологиялар дәуірінде журналистика мамандығының болмысы өзгерді, бұл ақпаратты өндірудің, тұтынудың және таратудың жаңа каналдарының пайда болуымен байланысты болды.

New media журналисттерді олардың артықшылықтарынан: ақпаратты жинау, жүйелеу мен талдауда жоғарғы кәсіпқойлықтан айырмайды. Қоғамдық қатынастарды виртуалдандрудың жоғарғы дәрежесі әлеуметтік медианы медиа өнімдерді жасауда жұмыс құралы ретінде қарастыруды қажетті етеді. Мақала авторлары жүргізген зерттеу, қазақстандық журналисттердің әлеуметтік медианы кәсіби мақсатта және журналисттердің қоғамдағы кәсіби рөлі мен қолдану аясы әсерін пайдаланатындығын көрсетті.

**Түйінді сөздер:** Қазақстан, қоғам, журналистика, жаңа технологиялар, жаңа медиа, әлеуметтік медиа, блогтар, Facebook, Twitter, LiveJournal.

### **References**

- 1 Sumlennyiy, S. Pyanaya vecherinka v «Feysbuke» [Drunk party in Facebook] (Ekspert, 2010, 30).
- 2 Pol, Gillen. Novyie agentyi vliyaniya [New agents of influence]. (Society for New Communications Research, USA, 2009).
- 3 Vartanova, E.L. Finskaya model na rubezhe stoletiy: Informatsionnoe obschestvo i SMI Finlyandii v evropeyskoy perspektive [The Finnish model at the turn of the century: the Information Society and the media of Finland in the European perspective]. (Izd-vo MGU, Moscow, 1999)
- 4 Doyl, P. Marketing, menedzhment i strategii [Marketing, management and strategy]. (Piter, St. Petersburg, 2010)
- 5 Rebecca Lieb & Jeremiah Owyang. The Converged Media Imperative: How Brands Must Combine Paid, (Owned, and Earned Media. Altimeter Group, 2012)
- 6 Babochieva, M. L. Professionalizatsiya PR-deyatelnosti v Rossii [Professionalization of PR activities in Russia] // Vestnik Yuzhno-Uralskogo gos. un-ta. Seriya: Sotsialno-gumanitarnye nauki. (YuUrGU, Chelyabinsk, 2006. № 8)
- 7 Mark, W. Schaefer. Social Media Marketing Books. [Elektronnyiy resurs]. - URL: <https://www.businessesgrow.com>, (svobodnyiy).
- 8 Net Prospex Social Business Report. A comprehensive report on the use of social media by business people across the US [Elektronnyiy resurs]. - URL: <https://www.slideshare.net/PierreBouchard/net-prospex-socialbusinessreportssummer2011>, (svobodnyiy)
- 9 Chitaem pressu na Apple iPad [Read the press on Apple iPad]. [Elektronnyiy resurs] - URL: <http://www.ixbt.com/td/ipad-reading.shtml>, (svobodnyiy)
- 10 David, Cohen. NYT Social Media Editor Liz Heron on Guidelines: ‘Don’t Be Stupid’ [Elektronnyiy resurs]. - URL: <http://qoo.by/19gd> (svobodnyiy)



- 
- 11 Facebook statistics directory. - URL: <https://www.socialbakers.com/statistics/facebook>, (svobodnyiy)
- 12 Oink! Gannett and DoubleDutch Team Up for Porkapolis, a Cincinnati local news and deals app [Elektronnyiy resurs]. - URL: <http://qoo.by/19gf> (svobodnyiy)
- 13 Skolko lyudey «sdyat» v sotssetyah v Kazahstane [How many people are «sitting» in social networks in Kazakhstan]. - URL: <https://tengrinews.kz/internet/skolko-lyudey-sdyat-v-sotssetyah-v-kazahstane-288639> (free)
- 14 Kozybayev, S.K. Zhurnalistsika Kazahstana [Journalism of Kazakhstan]. / S.K. Kozybaev et al. Encyclopedia. (Almaty, 2006)
- 15 Gatov, V. Budushee zhurnalistiki [The future of journalism]. - URL: <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/budushhee-zhurnalistiki> (svobodnyiy)
- 16 Medvednikova, D. Rol novyih media v sovremennoy zhurnalistike Kazahstana. 14-ya tsentralnoaziatskaya konferentsiya SMI [The role of new media in modern journalism in Kazakhstan. The 14th Central Asian Media Conference]. (Ashhabad, Turkmenistan 05.06.2012).
- 17 Lektsionnyiy kurs. Rol media v sovremennom mire i obrazovanii [Lecture course. The role of media in the modern world and education]. - URL: <http://qoo.by/19gg> (svobodnyiy)

**Авторлар туралы мәліметтер:**

*Бейсенқұлов А.А. - Л.Н. Гумилев ат. Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан*  
*Болатова М.Б. - Л.Н. Гумилев ат. Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан*

*Beisenkulov A.A. - L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan*  
*Bolatova M.B. - L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan*

**«Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысы.  
Журналистика сериясы» журналында мақала жариялау ережесі**

**1. Журналдың мақсаты.** Қазақ баспасөзінің тарихы, журналистиканың теориялық және қолданбалы ғылымдары, қоғаммен қатынасы, көсемсөзі, баспасөз қызметі туралы мұқият тексеруден өткен материалдарды жариялау.

**2. Журналда мақала жариялаушы автор** мақаланың қол қойылған 1 баспа нұсқасын Ғылыми басылымдар бөліміне (редакцияға, мекенжайы: 010008, Қазақстан Республикасы, Астана қаласы, Қ. Сәтпаев көшесі, 2, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Бас ғимарат, 408 кабинет) және **vest\_journalism@enu.kz** электрондық поштасына Word форматындағы нұсқасын жіберуі қажет. Мақала мәтінінің қағаз нұсқасы мен электронды нұсқалары бірдей болулары қажет.

**Мақалалар қазақ, орыс, ағылшын тілдерінде қабылданады.**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Мақаладағы формулалар тек мәтінде оларға сілтеме берілсе ғана нөмірленеді.

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

Қаржылай көмек туралы ақпарат бірінші бетте көрсетіледі.

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

**Әдебиеттер тізімінде кітаптың жалпы бет көлемі көрсетіледі.**

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

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

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

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

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

**Рецензент жарамсыз деп таныған мақала қайтара қарастырылмайды.**

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

**Рекзивизиттер:**

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

КБЕ 16

БИН 010140003594

БИК TSES KZ KA

Счет в кодировке IBAN –

KZ 91998 BTV 0000003104

*«За публикацию ФИО автора»*

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

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

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

**Language of publications:** Kazakh, Russian, English.

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

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

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

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

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

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

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

**Article title** - center alignment, bold

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

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

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

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

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

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

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



**References.** In the text references are indicated in square brackets. References should be numbered strictly in the order of the mention in the text. The first reference in the text to the literature should have the number [1], the second - [2], etc. The reference to the book in the main text of the article should be accompanied by an indication of the pages used (for example, [1, 45 p.]). References to unpublished works are not allowed. Unreasonable references to unreviewed publications (examples of the description of the list of literature, descriptions of the list of literature in English, see below in the sample of article design).

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

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

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

**7. Work with electronic proofreading.** Articles received by the Department of Scientific Publications (editorial office) are sent to anonymous review. All reviews of the article are sent to the author. The authors must send the proof of the article within three days. Articles that receive a negative review for a second review are not accepted. Corrected versions of articles and the author's response to the reviewer are sent to the editorial office. Articles that have positive reviews are submitted to the editorial boards of the journal for discussion and approval for publication.

Periodicity of the journal: 4 times a year.

**8. Payment.** Authors who have received a positive conclusion for publication should make payment on the following requisites (for ENU employees - 4,500 tenge, for outside organizations - 5,500 tenge):

**Requisites:**

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

КБЕ 16

БИН 010140003594

БИК TSES KZ KA

Счет в кодировке IBAN –

KZ 91998 BTV 0000003104

*«за публикацию ФИО автора»*

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

1. **Цель журнала.** Публикация тщательно отобранных оригинальных научных работ в области журналистики, публикации материалов посвященных научным вопросам исторических, теоретических и прикладных исследований журналистики, связи с общественностью, публицистики, издательского дела.

2. **Автору, желающему опубликовать статью в журнале** необходимо представить рукопись в твердой копии (распечатанном варианте) в одном экземпляре, подписанном автором в Отдел научных изданий (по адресу: 010008, Казахстан, г. Астана, ул. Сатпаева, 2, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Учебно-административный корпус, каб. 408) и по e-mail **vest\_Journalism@enu.kz**. При этом должно быть строго выдержано соответствие между **Word**-файлом и твердой копией.

**Язык публикаций:** Казахский, русский, английский.

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

4. **Объем статьи** не должен превышать 16 страниц (от 8 страниц).

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

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

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

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

**E-mail автора(ов)** – в скобках курсив

**Название статьи** – выравнивание по центру полужирным шрифтом

**Аннотация** (100-200 слов; не должна содержать формулы, по содержанию повторять название статьи; не должна содержать библиографические ссылки; должна отражать краткое содержание статьи, сохраняя структуру статьи – введение, постановка задачи, цели, история, методы исследования, результаты/обсуждение, заключение/выводы).

**Ключевые слова** (6-8 слов/словосочетаний).

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

**Основной текст** статьи должен содержать введение, постановку задачи, цели, историю, методы исследования, результаты/обсуждение, заключение/выводы – межстрочный интервал – 1, отступ «красной строки» -1,25 см, выравнивание по ширине.

Таблицы, рисунки необходимо располагать после упоминания. С каждой иллюстрацией должна следовать надпись. Рисунки должны быть четкими, чистыми, несканированными. В статье нумеруются лишь те формулы, на которые по тексту есть ссылки. Все аббревиатуры и сокращения, за исключением заведомо общеизвестных, должны быть расшифрованы при первом употреблении в тексте.

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

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

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

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

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

**7. Работа с электронной корректурой.** Статьи, поступившие в Отдел научных изданий (редакция), отправляются на анонимное рецензирование. Все рецензии по статье отправляются автору. Авторам в течение трех дней необходимо отправить корректуру статьи. Статьи, получившие отрицательную рецензию к повторному рассмотрению не принимаются. Исправленные варианты статей и ответ автора рецензенту присылаются в редакцию. Статьи, имеющие положительные рецензии, представляются редколлегии журнала для обсуждения и утверждения для публикации.

**Периодичность журнала: 4 раза в год.**

**8. Оплата.** Авторам, получившим положительное заключение к опубликованию необходимо произвести оплату по следующим реквизитам (для сотрудников ЕНУ – 4500 тенге, для сторонних организаций – 5500 тенге):

**Реквизиты:**

РГП ПХВ «Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева» МОН РК  
Столичный филиал АО «Цеснабанка»  
КБЕ 16  
БИН 010140003594  
БИК TSES KZ KA  
Счет в кодировке IBAN –  
KZ 91998 BTV 0000003104

**«За публикацию ФИО автора»**

Редактор: **Қайрат САҚ**  
Жауапты хатшы: **Гүлжазира ЕРТАСОВА**  
Дизайн: **Ілияс РЫСБЕКҰЛЫ**

**Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің**  
**ХАБАРШЫСЫ. Журналистика сериясы.**  
-2018. - 2 (123). - Астана: ЕҰУ. 95-б.  
Шартты б.т. - 11.8   Таралымы - 25 дана

Мәтін мазмұнына типография жауап бермейді.

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

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің  
баспасында басылды