

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**

№1 (122) / 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)
Жүсіпова Алматый	Ф. ғ. к., доцент (Қазақстан)
Ирназаров Кудрат	Т. ғ. д., проф. (Өзбекстан)
Корконосенко Сергей	С. 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	С. 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

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 philosophical, Prof. (Russia)
Shalakhmetov Ghadilbek	Academician of the International Eurasian Academy of TV and Radio (Kazakhstan)
Shesterkina Ludmila	Doctor of Philology, Prof. (Russia)
Shultsman Petr	Candidate of Art sciences, Assoc. Prof. (Russia)

Executive editor, computer layout: Ilyas Kurmangalyev

Executive Secretary: Guljazira Yertasova

Editorial address: 2, Satpayev str., off.408, Astana, Kazakhstan, 010008
Tel.: (7172) 709-500 (ext. 31413) E-mail: 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. иск., 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

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

<i>Алдабергенов Қ.М.</i> Қазақ жеріндегі ашаршылық немесе «ұсақ-түйек қателіктер» мен «елеусіз кемшіліктер» зардаптары	8
<i>Садыков С.</i> Кеңес Одағы кезеңіндегі қазақ баспасөзінде ұлттық сәйкестендіру мәселелерін жариялау	15
<i>Сайлауқызы А., Сақ Қ.</i> Алаш публицистикасы және Қазақстандағы журналистика: жер мәселесін шешудің демократиялық жолдары	28

БАҚ ЖӘНЕ ҚОҒАМ

<i>Есенбекова Ұ.М.</i> Қоғам мен коммуникацияның интерактивті үлгісі және виртуалды саясат тұжырымы	36
<i>Жүсіпова А.</i> Кәсіпкерлік журналистика – журналистік білімнің векторы	42
<i>Сұлтанбаева Г.С., Ложникова О.П., Кумарова М.К.</i> Адам капиталы болашақта интеллектуалды инвестиция ретінде	49
<i>Шестеркина Л.П., Исмаилов А.Ю.</i> Жобалық оқыту – қазіргі заманғы журналистік білім беруді жаңғырту факторы ретінде	55

PR ТЕХНОЛОГИЯ

<i>Амангелдиева Г.С., Еркін Ж.Ж.</i> Public Relations әлеуметтік институт ретінде	63
---	----

ЖАҢА МЕДИА

<i>Сәуірбаева Ә.Ж.</i> Ақпараттық технологияларды зерттеудің методологиялық мәселелері	69
<i>Тоқтарбай Б.</i> Жаңа медиа: азаматтық журналистика және отандық БАҚ	74

Contents

HISTORY OF JOURNALISM

<i>Aldabergenov K.M.</i> Hunger in the Kazakh steppe or “Minor Mistakes” and “Power Shortcomings”	8
<i>Sadykov S.</i> Occurrences of the National Identification Issues in the Kazakhstan Press in the late-Soviet period	15
<i>Sailaukyzy A., Sak K.</i> Alash Journalism and Publicism in Kazakhstan: Democratic Ways to Solve the Land Problem	28

THE MEDIA AND SOCIETY

<i>Yessenbekova U.M.</i> Interactive Model of Community and Communication and the Virtual Policy Concept	36
<i>Zhussupova A.M.</i> Entrepreneurial Journalism as a Vector of Journalistic Education	42
<i>Sultanbayeva G.S., Lozhnikova O.P., Kumarova M.K.</i> Human Capital as an Intellectual Investment in the Future	49
<i>Shesterkina L.P., Ismailov A.Y.</i> Human Capital as an Intellectual Investment in the Future	55

TECHNOLOGIES PR

<i>Amangeldiyeva G.S., Erkin Zh.Zh.</i> Public Relations as a Social Institute	63
---	----

NEW MEDIA

<i>Sauyrbaeva A.ZH.</i> Methodological Issues of Information Technology Research	70
<i>Toktarbai B.</i> New Media: Civic Journalism and Domestic Media	74

Содержание

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

<i>Алдабергенов К.</i> Голод в казахской степи или «незначительные ошибки» и «недочеты» власти	8
<i>Садыков С.</i> Освещение вопросов национальной идентификации в Казахстанской прессе позднесоветского периода	15
<i>Сайлаукызы А., Сак К.</i> Публицистика Алаша и журналистика в Казахстане: демократические пути решения земельной проблемы	28

СМИ И ОБЩЕСТВО

<i>Есенбекова У.М.</i> Интерактивная модель общества и коммуникации, концепция виртуальной политики	36
<i>Жусупова А.М.</i> Предпринимательская журналистика как вектор журналистского образования	42
<i>Султанбаева Г.С., Ложникова О.П., Кумарова М.К.</i> Человеческий капитал как интеллектуальная инвестиция в будущее	49
<i>Шестеркина Л.П., Исмаилов А.Ю.</i> Проектное обучение как фактор модернизации современного журналистского образования	55

ТЕХНОЛОГИИ PR

<i>Амангельдиева Г.С., Еркин Ж.Ж.</i> Public Relations как социальный институт	63
--	----

НОВЫЕ МЕДИА

<i>Саурбаева А.Ж.</i> Методологические вопросы исследования информационных технологий	69
<i>Токтарбай Б.</i> Новые медиа: гражданская журналистика и отечественные СМИ ...	74



ХҒТАР 19.51.09

Қ.М. Алдабергенов

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

(E-mail: krykbai@mail.ru)

Қазақ жеріндегі ашаршылық немесе «ұсақ-түйек қателіктер» мен «елеусіз кемшіліктер» зардаптары

Аннотация. Еліміздің тарихында қазақ халқының басына қара бұлт болып үйірілген нәубат ХҮІІІ ғасырдағы жоңғар шапқыншылығынан кейінгі осы ХХ ғасырдың 20-30 жылдарындағы халықтың үштен екі бөлігің жалмаған «ашаршылық» болып табылады. Әрине, бұл туралы өз кезінде айтылып, жазылды. Бірақ олардың көпшілігі «халық жауы» ретінде айыпталып, қудаланды. Оған осы оқиғаға байланысты тікелей И.В.Сталинге жазылған «Бесеудің хаты» куә. Сондықтан бұл тақырып тек тәуелсіздікке қол жеткеннен кейін ғана зерттеу нысанына айналып, бұқаралық ақпарат құралдары арқылы жүзеге асуда. Бұл тақырыпқа негізінен жазатын, қалам тартатындар тарихшылар, саясаткерлер, қоғам қайраткерлері, әдебиетшілер мен журналистер болғандықтан оқырман, көрермен, тыңдармандар тарапынан мұндай материалдарға деген сұраныс көп. Ондай шығармаларды қарапайым оқырман ғана емес, мектеп және ЖОО студенттері, магистранттар, докторанттар да іздеп жүріп оқиды десек артық айпағанмыз. Бұдан шығатын қорытынды, келешекте «тарихтың ақтандақ мәселелерін» неғұрлым толығынан зерттеп, бір орталықтан басқаратын дәрежеге жетсек, онда қазақ мемлекеттігінің толық тарихын жазуға атсалысар едік. Бүгінгі таңда Елбасы күн тәртібіне қойып отырған «Мәңгілік ел», «Туған жер» бағдарламалары да толығынан орындалар еді. Болашақ ұрпақ елінің тарихынан сусындап, оны мақтан тұтар еді. Бұл дегеніміз біздің өткен тарихымыздан алатынымыз да, үйренеріміз де көп екендігін дәлелдейтін факті.

Мақалада ХХ ғасырдың 20-30 жылдарында Қазақстанда болған ашаршылық нәубатының зардаптары мен негізгі себеп-салдарлары ашып көрсетілген.

Түйін сөздер: ашаршылық, нәубат, Сталин, Голощекин, «ұсақ-түйек қателіктер», «елеусіз кемшіліктер», «национализациялау», «конфискелеу», «Бесеудің хаты».

Кеңестік биліктің алғашқы кезеңінде, яғни өткен ғасырдың 1920-30 жылдарында қазақ жерінде екі мәрте қырғын, ашаршылық орын алды. Алғашқысын «...1918-1920 жылдарғы Азамат соғысы мен шетел интервенциясынан кейінгі» әбден күйзеліп, титықтаған халық шаруашылығын қалпына келтіру жылдарында. Бұл туралы кезінде большевиктер: «... Қазақ жеріндегі қазіргі ашаршылықтың себептері:

1) жұт, малдың көктайпақтан қырылуы;

2) 1920 жылы қатал қыстың ерте түсуі;

3) пішеннің жетіспеуі, жайылымның тақырлығы, өйткені бұның алдында бірнеше жыл қатарынан шөп шықпаған болатын. Басқаша айтқанда, қазақ халқының бұл қырылуы табиғаттың қолайсыз құбылыстарының кесепаты» деп ақталса, Бүкілодақтық Орталық Атқару Комитетінің Түркістан істер жөніндегі арнаулы комиссиясының мүшесі Г.И. Сафаров «Правда» газетінде (№133, 20.05.1920) «Бұл жерде социалистік декреттер» қабылданғаны мен олар сөз жүзінде қалған, ал іс жүзінде «национализациялау», «конфискелеу» деген сыл-

таумен жер-жерде малды халықтан зорлықпен тартып алу орын алған. Соның кесірінен бір миллиондай қазақ аштан өлді», - деп болған істің шындығын көрсетті [1].

Сондай-ақ, шет аймақтардағы реквезициялық аппараттар қазақтардың ең шалғай мал қыстауларына дейін барғанын Тифлистен шығатын «Вольный горец» газетінің 1920 жылғы 11 қазан күнгі санында «Малшы қазақтар малды тартып алу қайталанбас үшін қолдарындағы құжаттарға және большевиктік қағаздарға құдайдай сенеді. Бұл қағаздар оларға алынған мал-мүлкі үшін берілген екен. Оны малын қайтарып беретін керемет нәрседей көрген жұрт кәрі-жасы бірдей тіпті әйелдер мен балаларға дейін мойындарына «тұмар» қылып тағып алған», - деп көрсетті. Мұны Мұстафа Шоқай Парижде шығатын «Последние новости» газетінде (№26, қараша, 1921ж.) шыққан «Қазақ жеріндегі ашаршылық» деген мақаласында: «...Мұндай құжатты мен (және серіктес орыстар) 1918-1919 жылдары қыста Маңғыстауда болғанда көп кездестірдік... Әр ауылға құжаттар бір-бір қаптан келеді, - деді қазақтар. ... Мен өзімнің бозжорғамды жүз қап кітапқа да бермес едім, ал Бисенбайдың екі жақсы түйесін алғанда бүкіл ауылға үш қап кітап жібермекке уәде еткен. Бірақ, ол байғұс он қапқа да бермеймін деп жанталасты. Сонда алтыатар тапаншамен қорқытты ғой» - деп назаланды қарт қазақ», - деп растайды [2.].

Ең масқарасы бұл туралы орталық «Правда» газетінің 1920 жылғы маусым айындағы сандарының бірінде С.А. Петровтың: «... РК(б)П комитеттерінің төрағалары кедей қазақтарды құл ретінде пайдалануда. «Коммунистік партия мен Кеңес өкіметі» кулактардың айдап салуымен қазақтарды өз мекендерінен қууда, ал орыс кулактары осы шаралар ойдағыдай жүзеге асуы үшін қазақтарды ай жарық, күн аманда ту сыртынан атып кетіп жүрді...», - деген бұлтартпас айғағы жарияланады [3.].

Қазақтардың мұндай қайғылы жағдайға қалай душар болғандығы 1921 жылдың тамыз айында «Қазақтардың Ленинге хатында» былайша баяндалады. «Қазақтарды індет кезінде және өте жаман санитарлық жағдайда медициналық көмектен айыру қисынсыз нәрсе. Тіпті, киер киіміміз де жоқ, сондықтан әйелдеріміз сыртқа шығудан да қалды. Аштықтың жайлағаны сондай, адамдар иттің етін жеуге, балаларын сатуға дейін барды. Әйтеуір аштан өлмеудің амалын қарастырып далбасалауда... Кеңестің азық-түлік органдары қазақтардан тек алғанды ғана біледі, ал оған ештеңе қайтармайды. Тірі қойдың бір пұтына 80 сом төлейді, қазақтарды осыған зорлап көндіреді. Ал қазақтар болса, бір қорап шырпыны 150 сомға сатып алуда... Ал бізге сырттан жіберілген басшылар – билеп-төстеуші ұлттың шовинизміне шалдыққандар, отарлау саясатының рухымен уланғандар. Губерниялық және уездік ревкомдарда көбіне орыстар басшылық етеді, ал осы жерлерде қазақтың саны басым екені ескерілмейді.» [4.].

Қазақта 1920-1921 жылдары болған ашаршылық - қазақ халқының бірінші толқын тарихи ірі тұлғалардың бірі, қайраткер әрі қаламгері Мұстафа Шоқай өзінің «Түркістанның қилы тағдыры» еңбегінде: «Бұдан байқалатындай, қазақ жеріндегі жұт өз бетімен келмепті, ол революция әкелген апат, большевиктік саясатның кесірі. Бұл арада, бірнеше жыл қатарынан шөп шықпай қалды деу айтар сылтаудың түрі. Бұл – алтыатарды кезеніп тұрып, халықтың малын тартып алудың салдары. «Қызыл тұмар» деп халық атап кеткен жалған құжатпен халықты алдап-арбау арқылы малын әкетіп, қайтарып береміз, жақсылық жасаймыз деп беті бүлк етпестен істелген арсыздықтың салдары ол», – деп қорытындылайды [5, 22 б.].

Мұстафа Шоқайдың бұл жазғанын «Правда» газеті 1922 жылғы 20 мамырдағы 111 санында: «1917, 1918, 1919 жылдарда жерлерін алу үшін қазақтарды тірідей өртеді!», «оларды аң аулағандай аулады, олар өзі-өзінен құрып кететіндей күйге жеткізілді ...», «Олардың мал айдауына кедергі келтіру үшін көптеген жер учаскелері басылып алынды. Мал айдап өтушілерден айып алу үшін көш жолдарына әдейі омарталар қойылды. ...Тек, 1919 жылдың өзінде ғана бір миллион жүз он төрт мың қазақ қырғынға ұшырады», - деп қазақтардың алапат қырғынға ұшырауының бетін ашып, нақты себеп-салдарларын дәлелдеп берді [5, 7 б.].

Қазақ жеріндегі қырғын ашаршылықтың екінші кезеңі әйгілі отызыншы жылдар 2011 жылы Елбасы Н.Ә. Назарбаевтың тікелей жарлығымен аталып өтілген «Нәубаттың 80 жылдығы» қазақ халқының басына төнген «Ақтабан шұбырынды, алқакөл сұламадан» кейінгі ең бір қаратүнек жылдар болып саналады. Ф.И. Голощекин сегіз жыл ішінде қазақ жерінен құйындай ұйтқып өткен социализмді қайтару ниетімен «Кіші Октябрь» бағдарламасын жасап, адамдарға «қасық пен шанышқыны қалай ұстау керектігін» үйретумен айналысты. Соның нәтижесінде 1933 жылдың басында қазақ халқы тең жартысынан айырылып, 40 миллион малдың 5-ақ миллионы қалды. Мұның өзі күні кешеге дейін «ұсақ-түйек қателіктер» мен «елеусіз кемшіліктер» деп аталып келді.

Енді осы оқиғаларға байланысты нақты деректерге көңіл аударсақ, онда ағылшын тарихшысы Конквестің зерттеуі бойынша, 1929-1933 жылдары қазақ халқы аса қатыгез қырғынға ұшыратылған. Мысалы, «1926 жылы республика халқының саны әлі де «6 миллион 678 мың 570 адам болса» (1913 жылы Қазақстанда тек қазақтар ғана жеті миллионға тарта болған), 1933 жылы бұл сан «2 миллион 493 мың 500 адамға дейін» азайған. Сондай-ақ, Қазақстаннан 1930-1932 жылдары сыртқа ауғандардың саны 1,3 миллион адам болды ... Қазақстаннан сыртқа кету 1933 жылы да орын алды, оның жалпы саны екі миллионға жетті» [6].

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

Осы орайда елін сүйген ақын О. Сүлейменовтың мына қысқаша түйінді сөзін келтірудің артықтығы жоқ шығар: «Біз жазықсыз жапа шеккен данышпандарымыздың мұраларын өмірге қайтара бастадық және бұларды шолақ белсенділер не үшін, ненің жоқтауы үшін құрбандыққа шалып еді деп ойлана бастадық» .

Біз, қазақтар, ешкімге ешнәрсе қарыз емес екенімізді енді ғана түсіне бастадық. Мәселен, осы уақытқа дейін «ұжымдандыру – ауылшаруашылығын социалистік жолымен қайта құрудың классикалық үлгісі» деген Сталиннің асыра сілтеушілік пікіріне жартығасырдан астам бойы ешкім күман келтіруге қорықты, керісінше, оны тек марапаттаумен келдік.

Бірақ ұжымдастыру ісі Қазақстанда қалай өтті, барлық мәселе сонда. Шолақ саясатшы Голощекиннің «Кіші Октябрь» тек малымен күн көріп отырған қазақтың алдымен байларына, онан соң орташаларына, ең соңында астық екпейтін малшыға, астық тауып бере алмағандарының малын тартып алып, өздерін қаңғып кетуге мәжбүр етті. Малынан айырылған қазақтың мұнан кейінгі көрген күнін дұшпаныңа да бермесін дейтіндей болған. Жоғарыда аталып өткен ағылшын тарихшысы Ф. Конквестің осы кезең туралы жазған «Қасірет зардабы. Кеңестік ұжымдандыру және аштық терроры» атты тарихи-публицистикалық еңбегінде бұрынғы кеңес өкіметінің әр аймағындағы аштық жайлы айтылып, «Алайда бұл фактілер қанша қайғылы болғанымен, қазақтардың басына түскен ұлан-асыр қасіреттің жанында түк те емес болып қалады», – деп ерекше аталған [6].

Егер бүгінгі күннің биігінен өткен тарихи кезеңдерге ой жіберсек, қазақ халқының ақын Ж. Молдағалиев айтқандай, шынында да «Мың өліп, мың тірілгенін» байқаймыз. Ал, отызыншы жылдардағы аштықтың себебіне келсек, «аңқау елге – арамза молда» дегендей, халық жауын қолдан жасап, ақ пен қараны да бір жіпке байлап, қазақтың кең даласын азайлар еліне айналдырғандар болды. Олар тағы да адамдар арасында маңсапқорлық пен шенқұмарлықта, рушылдық пен жікшілдікке жол ашты. Сөйтіп, қазақ жерінде «Кіші Октябрь» орнап, адам мен мал қоса қырылып, «Асыра сілтеу болмасын, аша тұяқ қалмасын» заманы басталды. Оның себебі – 1925 жылдың басында Қырғыз (қазақ) облыстық комитеті ретінде қайта құрылған республика партия ұйымының хатшысы болып Филлип Голощекин сайланған еді. Содан ол 1933 жылдың қаңтар айының 21 жұлдызына дейін қазақстанды 8 жыл бойы сергелдеңге түсіріп, ақыры қызметтен босатылды. Ол жетекшілік жасаған кезең

қазақ халқының өмірінде «ақтабан шұбырындыдан» кейінгі ең қайғылы, ең қасіретті кезең болып тарихқа енді. Өкінішке орай, күні кешеге дейін қай қазақтың болмасын жан жүрегін сыздатар осы бір шындықтың ақиқатын көрсетуге мүмкіндік болмады.

Голощекин туралы алғашқы көлемді зерттеу «Қазақ әдебиеті» газетінің 1988 жылғы желтоқсан айының 9 жұлдызында жарияланды. Қазақстан Ұлттық Ғылым Академиясының академигі М. Қозыбаев Голощекиннің саяси портретін ашуға арналған материалда оның ленинизмді бұрмалап, сталинизм жолына түсу бағытын былайша санамалап көрсетеді:

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

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

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

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

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

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

- *Жетіншіден*, Ф.И. Голощекин қазақ коммунистерінің бір тобын – тәрбиеге көнбейтін, пайдалануға мүмкін емес, ұлтшыл уклонистер қатарына жатқызды. Екінші категориясын жағдайға қарай терісін өзгертіп отыратын хамелонға теңеді.

Олардың үшінші тобы - орын алған қателіктер үшін барлық жауапкершілікті бір ғана Ф.И. Голощекинге аударғысы келетіндер. Бұл пікірді Ф.И. Голощекин Қазақстан өлкелік партия ұйымының басында 8 жыл еңбек етіп, қоштасар сөзінде айтқан еді. Басқаша айтқанда, ол «басшылыққа бүкіл республикада бірде-бір лайықты адам қазақ коммунисті жоқ» деген пікірде болып келді [7].

Бұл 30 жылдардың бар қасіреті – ашаршылықтың бүкіл қазақ жеріне оба ауыруындай тараған сәті болатын. Осы жайлы ССРО Орталық Атқару комитетінің Президиумына Қазақ АССР-інің Павлодар қаласындағы саяси тұрғыдан жер аударылғандардың атынан 1932 жылдың 1 ақпанында Павлодар ауданының халқы душар болған ашаршылық туралы мәселе жөнінде өтініш келіп түскен. Онда мына жайлар баяндалады: «... Ісініп кеткен және ескі-құсқы киген аш адамдар, көбінесе қазақтар шамамен алғанда біржарым айдан бері Павлодарға аудандардан ағылып келіп жатыр. Қала соларға толып кетті. Адам айтқысыз қайыршылық етек алды. Әр үйге күн сайын ондаған аш адамдар келіп кетуде. Олардың арасынан әртүрлі жастардағы адамдарды: жастарды, кәрілерді, балаларды көруге болады. Қоқыс тасталатын жерлерде үйінділерден өздеріне қорек болатын тамақ тауып жеп жүрген аш адамдар қаптап кетті...» [7].

Халықтың бір бөлігі Сібір өлкесіне көшіп жатса, қалғандары ашаршылықтың қанды шеңгеліне ілініп, өлмесінің күнін кешуде. Павлодар ауданында тұрғындар 1931 жылдың жазында болған халықтың жартысына да жетпейді. Мәселен, Подпуск және Қарақала поселкелері бос қалды: олардың халқының қалған бөлігі (әрқайсысында бірнеше үйден) Лебяжье және Ямышево поселкелеріне қоныс аударды. №1 ауыл енді жоқ. Бесқарағай ауданындағы 300-ден астам үйі бар Жалыбай ауылында ауылдық Советтің әкімшілігі ғана қалды...».

Тарихтан 1929-1930 жылдары Қазақстанның солтүстігіндегі астықты аудандарына егін шықпай қалып, сол жылы қыста даланы жұт жайлағаны белгілі. Бірақ осыған қарамай мемлекетке астық тапсыру жоспары арта түскен. Соның нәтижесінде жер-жердегі ауылдарға өлкелік, округтік органдардан уәкілдер қаптап кеткен. Олардың қаһарынан қаймықпайтын жан болмаған. Жылап жатқан балаға «эне, уәкіл келе жатыр» десе сап тиылған. Бұған мысал ретінде 1932 жылдың 10 ақпанында Бүкілодақтық Орталық Атқару комитетінің төрағасы М. И. Калининге ҚАССР-ы Максим Горький ауданындағы 4 ауылдық Советтің тұрғыны Дүйсенбинов Нұрғалидан жазылған хатты келтіруге болады. Оның мәтіні төмендегідей:

«... Қазақстанды мекендеуші адамдардың бәрі аштан өліп жатыр, кейбір жерлерде, мысалы: Павлодар және Ертіс аудандарының № 9, 10, 11 ауылдық Советтеріндегі, сондай-ақ Қазақстанның басқа да аудандарындағы тұтас ауылдардың қырылып қалғаны байқалады. Соңғы уақытта барлық жерлерді өлім жайлаған, халық қырылып жатыр, егін шықпай қалған, мал атаулы мемлекетке өткізілген, ал мемлекет тарапынан колхозшылар астықпен жабдықталмайды, халық ішер ас жоқ, қорексіз отыр. Әрбір қожайынның жеке меншігінде және колхоздарда тігерге тұяқ қалмаған, жылқы да жоқ. Базар саудасы да жоқ, оларға жергілікті жерлерде тыйым салынған, халық астықтан мүлде құралақан. Жергілікті ұйымдарда істейтін қызметкерлер, селолық, ауылдық Советтердің төрағалары мен мүшелерінің жергілікті белсенділері, партия ұяларының жеке кандидаттық топтардың хатшылары, сондай-ақ аудандық ұйымдардың қызметкерлері өзгенің мүлкін тонаумен айналысуда».

БК(б)П Орталық Комитетіне – И. Сталинге, КСРО Орталық Атқару Комитетінің Президиумына, Бүкілодақтық Орталық Атқару Комитетінің төрағасы М.И. Калининге, БК(б)П өлкелік комитетіне – Ф. Голощекинге қазақ жеріндегі ашаршылық туралы тек қарапайым адамдар ғана емес, сол сияқты О. Исаев, Т. Рысқұлов, Ғ. Мүсірепов, М. Ғатаулин, М. Дәулетқалиев, Е. Алтынбеков, Қ. Қуанышев сияқты қоғам қайраткерлерінің де бастарын оққа тігіп жазған хаттары бар. Мысалы, В.И. Сталинге жазылған «Бесеудің хатында» мынадай сын-ескертпелер бар: «Бірінші бесжылдықтың Қазақстанның ауыл шаруашылығы жөніндегі қорытындылары бойынша бізде үлкен олқылық орын алып отырғаны айқын анық. Ауылды социализм пайдасына әлеуметтік-экономикалық жағынан өзгертудегі ірі табыстарға қарамастан, 1929 жылы бекітілген бірінші бесжылдық жоспарды қайта қараған және жаңа жоспар бекіткен VII партия конференциясының нұсқауы орындалған жоқ. Себебі: а) мал шаруашылығы бойынша – мал басын 1928 жылға қарағанда 129,7 процент және 1929 жылға қарағанда 160 процент өсіру орнына бесжылдықтың соңғы, қорытындылаушы жылында (1932ж.) Қазақстанда мал саны 1930 жылы 87,5 процентке кеміп кетті, 1932-1933 жылдардағы жоспарда белгіленген 48 миллионның орнына 5-ақ миллион мал қалды; ә) VII партия конференциясында бекітілгендей, егіс көлемін (бастапқы жылға қарағанда 350 процентке) 14 миллион гектарға дейін жеткізудің орнына не бары 1 миллион гектар (25 процент) көбейттік; б) мал өсіруші совхоздағы мал басы VII партия конференциясында белгіленгеніндей 11,3 миллионға мүлде жеткен жоқ; в) барлық жерде еңбекшілер бұқарасының материалдық әл-ауқатын жақсартудың орнына бірінші бесжылдықтың соңғы жылында көптеген қазақ және орыс аудандарында нағыз аштыққа тап болдық» [9].

Мұны Ораз Исаевтың 1932 жылдың тамыз айында И. Сталинге жазған хаты да растайды. Онда қазақ жеріндегі ашаршылық туралы «Орталық Қазақстанның 10-12 қазақ ауданында халықтың едәуір бөлігі қазір де аштыққа ұшырауда. Алынған болжамды деректерге қарағанда, биылғы көктемде 10-12 мың адам аштан өлген, әсіресе 1931 жылы ерекше етек алған жаппай қонысынан ауу, басқа өлкелер мен республикаларға кету қазір де тоқтамай отыр. Көптеген қазақ аудандарында 1929 жылмен салыстырғанда халықтың жартысы да қалмаған. Өлкедегі шаруалар қожалықтарының жалпы саны 1931 жылдағыдан қазір 23-25 процент кем. Арып – аршыған қазақтар мен олардың панасыз балалары өнеркәсіп орындарының, Семей және Ақтөбе аудандарындағы совхоздардың, темір жол станцияларының төңірегінде сендей

соғылысады, ұрлықпен айналысуда, колхоз егініне түсіп, масақты көктей жұлуда. Аштық, оймен қырдан жиналған елдің есепсіз көбеюі, тазалықтың жоқтығы жұқпалы аурулардың (қара шешек, сүзек, қантышқақ және басқа) таралуына жол ашты», – деп жазылған [10, 52 б.].

1932-1933 жылдың қыркүйек-наурыз айларында БК(б)П Орталық комитетіне – И. Сталинге РСФСР Халық Комиссарлары Советі төрағасының орынбасары Т. Рысқұловтан «Қазақстанда мал шаруашылығын қалпына келтіру шаралары» және «Қонысынан ауған қазақтардың саны және олардың жағдайы туралы деректер» деген екі хат келіп түсті. Онда: «... қазіргі уақытта (1932 жылы ақпанда жүргізілген Бүкілодақтық мал санағының деректерін есепке алғанда) 5397 мың бас мал қалған, яғни ол 83 процентке кеміп кеткен делініп, нәубаттың көзін жоюға нақты ұсыныстар жасалған. Сондай-ақ, қонысынан ауған қазақтар туралы: «...Аштық пен індеттің салдарынан бірқатар қазақ аудандарында және қонысынан ауғандар арасында адамдардың қырылып жатқаны сонша, бұл мәселе орталық органдардың шұғыл араласуын қажет етіп отыр. Қазақстанда қазақ халқының белгілі бір бөлігі душар болған мұндай мүшкіл жағдай өзге өлкелердің, не өзге республикалардың ешқайсысында жоқ. - дей келіп, тікелей И. Сталинге «... Бұл мәселенің маңызы зор болғандықтан, сіздің осы хатпен танысып, аталмыш жайға араласуыңызды, сөйтіп, түбіне аштық жеткелі тұрған көптеген адамдардың өмірін сақтап қалуға көмектесуіңізді өтінемін», - деп жазған [10,71 б.].

Қорытындылай айтсақ, 1917-1932 жылдар аралығында, бар болғаны 15-ақ жыл ішінде «Малым жанымның садақасы, жаным арымның садақасы» деген қазақтың 40 миллион малы мен 1926 жылы саны 7 миллион қазақ халқының 1933 жылы тең жартысы ғана қалды. Оның ішінде 2 миллиондайы шет аймақтарға ауып кетті. Кеңестік солақай саясаттың, оның ішінде тікелей Ф. Голощекиннің Қазақстанда жүргізген сегіз жылдық қырып-жою билігінің нәтижелері осындай көз көріп, құлақ естімеген зардаптарға алып келді. Қазақтың кең даласы алқызыл қанға боялып, аспанын қара түнек торлады.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Сафаров, Г.И. Бұл жерде социалистік декреттер / Г.И. Сафаров // «Правда» газеті. - 1920, - 20 маусым, № 133.
- 2 Шоқайұлы, М. Елдегі ахуал / М. Шоқайұлы // «Последние новости» газеті. - Париж, 1921. - 26 қараша, № 26.
- 3 Петров, С.А. Кулактармен бірге халық кедейшілікке ұрынуда / С.А. Петров // «Правда» газеті. 1920, маусым.
- 4 Қазақтардың «В.И. Ленинге жазған хаты» / Редактор-составитель Ю.Г.Фельштинский // Архив Троцкого. 1920-1926. Том-8. - Москва: «ТЕРРА». - 1990. - 286 с.
- 5 Шоқай, М. Түркістанның қилы тағдыры / М. Шоқай - Алматы, 1999. - 287 б.
- 6 Конквест, Р. Қасірет жиған қырғын. Кеңестік коллективтендіру және ашаршылық сүргіні. / Р. Конквест - Алматы, 1996. - 382 б.
- 7 Қозыбаев, М. Қазақты қан қақсатқан қасірет // «Қазақ әдебиеті» газеті. - 1988, - 9 желтоқсан.
- 8 «Беседің хаты» / Редактор-составитель Ю.Г.Фельштинский // Архив Троцкого. Коммунистическая оппозиция в СССР. 1923-1927. Том-9. - Москва: «ТЕРРА». - 1990. -197 с.
- 9 Исаев, О. ВК(б)П Орталық комитеті мен И.В. Сталинге жазған хаты (тамыз, 1932 жыл)
- 10 Рысқұлов Т. ВК(б)П Орталық комитеті мен И.В.Сталинге жазған хаттары (қыркүйек, 1932 ж. және наурыз, 1933 ж.)

К. М. Алдабергенов

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

Голод в казахской степи или «незначительные ошибки» и «недочеты» власти

Аннотация. В истории нашего народа после джунгарского нашествия XVIII века, «голод» 20-30 гг. XX века является самым уничтожающим происшествием. Несомненно, об этом много говорили и писали. Однако, многие из них были признаны «врагами народа» и были обречены гонению. Этому свидетельствует и «письмо пятерых» обращенное напрямую к И.В. Сталину. Есть очень много тех, кто пишет на эту тему: историки, политики, общественные деятели, литераторы, журналисты и так же много проявляется интереса со стороны читателей, зрителей и слушателей. Такие труды интересны не только обычным читателям, но и ученикам школ и ВУЗ-ов, магистрантам, докторантам. Отсюда следует вывод, что в будущем полностью изучив «проблему исторических белых пятен», и достигнув централизованного руководства этим процессом, мы могли бы и дальше помогать в написании полной истории казахского государства. Программы «Мәңгілік ел» и «Туған жер» которые были поставлены Президентом на повестке дня были бы реализованы полностью. Будущие поколения будут с гордостью помнить свою историю. Это говорит о том, что мы многому можем научиться у нашей с вами истории.

В статье рассматриваются основные причины голода в казахской степи 1920-30 гг. прошлого столетия.

Ключевые слова: голод, тягость, Сталин, Голощекин, «незначительные ошибки», «недочеты власти», «национализация», «конфискация», «Письмо пятерых».

K.M. Aldabergenov

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

Hunger in the Kazakh steppe or “Minor Mistakes” and “Power Shortcomings”

Abstract. In the history of our country the Kazakh people are covered with black cloud after the Dzhungar invasion of the XVIII century, it is the “famine” that devoured two-thirds of the population of 20-30 years of the XX century. Of course, it was written and recorded at the time but many were accused of being “an enemy of the people”. This is evidenced by the “Letter of the five” addressed directly to I.V. Stalin.

There are a lot of those who write on this subject: historians, politicians, public figures, writers, journalists. There is also much interest on the part of the readers, viewers and listeners. Such works are interesting not only to regular readers, but also to school and university students, undergraduates, PhD students. Hence, it follows that in the future, having thoroughly studied the “problem of historical white spots,” and having achieved centralized leadership of these processes, we could further help in writing the full history of the Kazakh state. The programs “Manhgilik El” and “Tujan Zher”, which were delivered by the President on the agenda, would be fully implemented. Future generations will proudly remember their history. It says that we can learn a lot from our history. The article examines the main causes of the famine in the Kazakh steppe in 1920-30 of the last century.

Key words: famine, hardship, Stalin, Goloshchekin, “minor mistakes”, “power shortcomings”, “nationalization”, “forfeit”, “Letter of the five”.

References

- 1 Safarov, G.I. Byl zherde socialistik dekretter [Here are socialist decree], [The newspaper «Pravda», 1920, June 20, №133]. [in Kazakh]
- 2 SHokayuly, M. Eldegi ahual [The situation in the country]. [The newspaper «Last news»]. (Paris, October 26, № 26). [in Russian]
- 3 Petrov, S.A. Together with the ears, the people are poverty. [Newspaper «Pravda»]. (1920, 20 June). [in Kazakh];

- 4 Qazaqtardyn Leninge jazgan khaty [The letter to Lenin written by the Kazakhs]. / Editor composer Yu.G.Felshtinsky, Archives of Trotsky. 1920-1926. Tom-8. (Terra, Moscow, 1990). [in Russian]
- 5 SHOqay, M. Tүrkystannyn kyly tagdyry [Destiny of Turkestan] (Almaty, 1999) [in Kazakh]
- 6 Konkvest, R. Qasiret jigan qyrgyn. Kenestik kollektivtendiru jane asharyshlyk surgini [The tragedy of suffering. Soviet collectivization and hunger]. (Almaty, 1996). [in Kazakh]
- 7 Qozybaev, M. Qazaqty qan qaqsatqan qasiret [The tragedy of Kazakh blood] Kazakh adabiet gazeti. [Kazakh literature newspaper]. (1988, 9 decemder). [in Kazakh]
- 8 Beseudin haty [Letter of the Five] Arhiv Trockogo [Archive Trockogo]. `1923-1927. Tom-9. (TERRA, Moskva, 1990. 197 p.). [in Russian]
- 9 Isaev, O. WK(b)P Ortalyq komiteti men I.V. Stalinge zhazghan haty (August, 1932) [The letter to Central Committee WK(b)P and of I.V. Stalin (August, 1932)]. [in Kazakh]
- 10 Rysqulov, T. WK(b)P Ortalyq komiteti men I.V. Stalinge zhazgan hattary (qyrkyek, 1932 zh. zhәne nauryz, 1933 zh.) [The letter to Central Committee WK(b)P and of I.V. Stalin (September 1932 and March 1933)]. [in Kazakh]

Автор туралы мәлімет:

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

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

МРНТИ 19.41.09

С. Садыков

*Международный казахско-турецкий университет имени Ходжи Ахмеда Ясауи, Туркестан, Казахстан
(E-mail: Sadykov.51@mail.ru)*

**Освещение вопросов национальной идентификации в Казахстанской прессе
позднесоветского периода**

Аннотация: К середине 1980-х годов в СССР в силу различных объективных и субъективных факторов сложилась ситуация, в которой накопившиеся нерешенные проблемы привели к таким негативным явлениям как снижение темпов экономического развития. Социальная коррозия и деформации системы свидетельствовали о том, что страна находится в предкризисном состоянии. Равнодушие центра к национальным вопросам, нерешенность многих проблем развития нации отражались в национальном сознании, порождали чувство обиды за свой народ. Это создавало почву для обострения накопившихся противоречий и приобретало взрывоопасный характер.

Несмотря на то, что в стране наблюдались случаи обострения межнациональных отношений, в этой сфере долгие годы преобладали только фразы и подмена истинных проблем их лакировкой и ретушью реальностей. Вместе продуманных действий – схемы, которые едва сдерживали напор жизни. И когда в годы перестройки давление на них.

Ключевые слова: перестройка, национальный вопрос, декабрьские события, национальные самосознания, казахская печать, демократизация, гласность.

Актуальность исследования. Поиск национальной идентичности особенно ярко проявляется в деятельности такого общественно-политического института, как журналистика. Она с момента своего возникновения и по настоящее время не только играет важную роль в становлении национального самосознания, но и сама является его продуктом. Специфика журналистики заключается в том, что она постоянно находится в гуще этих процессов, является и регистратором важнейших событий в жизни этноса, выражает к ним отношение, даёт им оценку, оказывает влияние на развитие его языка, культуры, экономики, политики, искусства.

Национальная идентичность питает жизнь любой общности людей, которая превращает её в общность национальную. Без собственного «Я» нация не может ставить осознанные цели, координировать свои действия и устремления. В целом же, проблема собственной идентичности существует издревле, всегда волновала и волнует людей, независимо от условий общественной системы, в которой они находятся.

Осознание собственной национальной идентичности казахским народом исторически формировалось в условиях вхождения казахов как в состав Российской, так и советской империй, когда ещё в недавнем прошлом осуществлялась попытка искусственно создать «новую историческую общность – советский народ», которая, на наш взгляд, изначально уже не могла увенчаться успехом. Устремления административного насаждения «новой исторической общности – советского народа» не смогли подорвать национальные чувства людей, не ликвидировали этническую самоидентификацию. С самого рождения, с первых колыбельных песен человек начинает ощущать себя казахом, русским, украинцем, грузином, узбеком. И это чувство невозможно выбить, какого бы калибра идеологическими снарядами.

Журналистика как уникальный институт поднимает и рассматривает различные аспекты проблемы национальной идентичности, актуальные вопросы межнациональных отношений. В различные периоды развития этноса она меняла методы и подходы к разработке этой темы. И в этом плане ею накоплен богатый опыт. Необходимость научного осмысления накопленного теоретического и эмпирического материала и определяют актуальность темы настоящей статьи.

Проблемы национального развития давно привлекают внимание зарубежных и отечественных ученых-обществоведов. Большой объем информации по теме настоящей статьи содержится в исследованиях зарубежных ученых. Так, например, в работах Х. Арндта [1], А.Д.Агустино [2], Р.Пайпса [3], С. Хантингтона [4], З.Бжезинского [5], А.Авторханова [6], Ж.Желева [7], Б.Д.Бруцкуса [8], В.Шендела и Э.Цюрхра [9], О.Роя [10] и других критически осмысливаются имперская сущность советского государства, его национальная доктрина, которая сводилась к ассимиляции малых народов большими, к нивелированию этнической самобытности народов и на основе русификаторства, к насильственному формированию супернации русско-советского типа, осмысливаются вопросы национализма и этнического обустройства в контексте исламского мира вообще, жизнь народов Центральной Азии после распада идеократической империи, в частности.

Определенные сведения, представляющие интерес, содержатся в трудах ученых Центральной Азии и Казахстана, разрабатывающих вопросы истории и теории журналистской науки. Так, например, в работах Т.С.Амандосова [11], Х.Бекхожина [12], Т.Э.Эрназарова и А.И.Акбарова [13], Б.Кенжебаева и Т.Кожакеева [14], М.К.Барманкулова [15], С.Садыкова [16], К.Т.Ирназарова [17], и других изучены проблемы формирования развития периодической печати, аудиовизуальных СМИ, обоснованы теоретические и практические проблемы журналистики данного региона.

Указанные исследования проведены с учетом национальных особенностей и иллюстрируют этапы развития журналистики во второй половине XX века, в годы независимости и внесли определенный вклад в изучаемую проблему, однако в них не рассматривались специально вопросы национальной идентификации и национальной идентичности в журналистике.

В статье впервые предпринята попытка комплексного и системного исследования освещения вопросов национальной идентификации и национальной идентичности казахского народа в прессе Казахстана в период перестройки. Переосмысление национального вопроса в позднесоветский период в печати республики протекало параллельно с процессом демократизации общества и способствовало обращению периодической печати Казахстана к национальным ценностям и развитию процесса национальной самоидентификации казахского народа.

Методы исследования. Статья опирается на такие научные принципы, как целостность, объективность, всеобщность, конкретность, историзм. В процессе исследования использованы сравнительно-сопоставительный, аналитико-синтезирующий и критический методы.

Методологическая и теоретическая база статьи. Методологической основой работы явились Конституция Республики Казахстан, законы и нормативные акты РК по деятельности СМИ. Теоретической основой исследования явились труды ученых Казахстана и зарубежье по истории, теории и практике журналистики и публицистики.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Теоретические положения, выводы и рекомендации, содержащиеся в статье, могут быть использованы в процессе дальнейшего изучения проблем теории и практики СМИ, а также вопросов совершенствования национальной политики, межнациональных отношений и роли прессы в разработке темы национальной идентификации и национальной идентичности казахского народа.

Материалы статьи, её выводы и рекомендации могут быть использованы при подготовке общих и специальных курсов по теории и практике журналистики Казахстана, политологии, истории и других обществоведческих дисциплин. Результаты исследования могут способствовать активизации научного изучения ряда вопросов развития национальной журналистики, освещения в ней различных проблем государственного устройства Республики Казахстан.

Использование материалов статьи может также оказать определенную помощь журналистам-практикам в освещении проблем национальной политики, выработке новых идей и подходов в освещении вопросов национального строительства в Республике Казахстан.

Реализация результатов. Материалы исследования используются в учебном процессе при подготовке бакалавриатов и магистров по специальности «Журналистика» и «Политология» в Международном казахско-турецком университета им. Х.А.Ясави, Казахском Национальном университете им. Аль-Фараби и Кызылординском Государственном университете им. Коркыт Ате и др.

Результаты исследования. Приход к власти в марте 1985 года М.С. Горбачева стал началом реализации задач по модернизации страны. Апрельский (1985) Пленум ЦК КПСС определил курс на обновление советского общества путем коренных преобразований всех сфер его жизни. Аналитическая работа, проделанная руководством страны, подвела к мысли о том, что необходимы кардинально новые подходы к решению экономических, социальных и духовных проблем общественно-политической жизни советского государства. Следовало стимулировать активность трудящихся, обеспечить развитие всего производства в сторону его интенсификации. Только таким образом можно было дать импульс развитию социализма в СССР.

В одном из своих выступлений М.С. Горбачев отмечал, что руководство страны не сразу осознало, какие завалы в экономике, политике, социальной сфере национальном вопросе придется разгребать и к каким последствиям это может привести. Но в своём докладе на XIX партийной конференции М.С. Горбачев, в частности, говорил, что относительно национальной политики у него была уверенность в том, что в этом направлении дела обстоят без проблем [18, 124 с.].

Сигнальный звонок о том, что в национальной политике и в сфере межнациональных отношений в СССР не всё в порядке прозвучал уже в первые годы перестройки. Но если события, связанные со студенческими волнениями в Якутии в 1985 году остались незамеченными прессой, то алма-атинские события 16-18 декабря 1986 года получили широкий резонанс и огласку. Если якутские события были связаны прежде всего с социальными проблемами, то Алма-Атинские – носили национальный характер.

И когда центр, проигнорировав целый народ, привел к руководству Казахстаном совершенно постороннее для республики лицо – Н.В.Колбина – взрыв произошел. И в такой ситуации, когда в результате несправедливого и унижающего достоинство народа решения, возрастает напряжение, эмоции берут верх и начинается отрицание всего, даже хорошего, что было в истории.

Поэтому на них активно откликнулись зарубежные СМИ. Казахский исследователь Нарбинь Кенжегулова пишет, что освещение зарубежной прессой алма-атинских событий происходило весьма оперативно и оживленно. Сначала была быстрая реакция на событие – подача фактов почти без комментариев. Эту информацию передавали все крупные мировые информационные агентства и многие печатные и аудиовизуальные СМИ. Потом появились статьи-комментарии и другие материалы, в которых содержался анализ происшедшего [19, 74 с.].

В немалой степени и это заставило советскую прессу уделять им пристальное внимание. Алма-атинские события явились ярким свидетельством возросшего национального самосознания казахского народа, который уже идентифицировал себя как нацию, имеющую все атрибуты самостоятельности и обладающую, в рамках пусть и советской Конституции, суверенитетом, чтобы самостоятельно решать и предлагать кандидатуру на пост руководителя республики из числа местных кадров.

Об этих событиях подробно вспоминает в своих мемуарах Д.А. Кунаев, к личности, а не действиям которого они имеют прямое отношение. Они в известной мере проливают свет на истинную подоплеку декабрьских волнений. За неимением места приводим его повествование с сокращениями. Вот что он пишет:

В постановлении ЦК КПСС «О работе Казахской республиканской партийной организации по интернациональному и патриотическому воспитанию трудящихся» было указано, что ЦК КПК и многие партийные комитеты допустили серьезные ошибки в реализации решений по интернациональному и патриотическому воспитанию трудящихся...

Главной причиной моего выхода из состава ЦК КПК и ЦК КПСС были декабрьские события 1986 года в Алма-Ате. По этому поводу было принято поспешное и незрелое постановление ЦК КПСС. В Казахстане не было никакого национализма и базы для его возникновения. Поэтому постановление не было принято и понято общественностью республики, поскольку не только необъективно отражало ситуацию в Казахстане, но и оскорбляло казахский народ.

Это постановление ЦК КПСС в мае 1990 года под давлением общественности было снято с контроля. Как указала комиссия ЦК КПСС, «в принятом постановлении отдельные положения и политические оценки были по существу ошибочные и происшедшие события не являются проявлением казахского национализма». ЦК КПСС признал официально свою ошибку и с целого народа было снято несправедливое обвинение.

В течение трех лет со дня декабрьских событий продолжалось преследование меня и моих близких. Для этого были мобилизованы бесчестные журналисты, ученые, которые выступали и писали статьи, делали все возможное, чтобы одновременно очернить и втоптать в грязь историю своей республики...» [20, 81 с.].

Первая информация о событиях на главной площади республики появилась в прессе только 19 декабря 1986 года. Это было сообщение ТАСС – главного информационного агентства страны, выступления которого носили характер официального государственного заявления. Естественно, что каждое слово этих сообщений согласовывалось с высшими эшелонами.

Спустя некоторое время в газетах стали появляться материалы журналистов с изложением событий и их комментариями. Первыми выступили центральные газеты страны, опубликовав материалы своих собственных корреспондентов в Казахстане. Так, например, «Комсомольская правда», напечатав статью под заголовком «Горький урок должны извлечь для себя комсомольский актив Казахстана, воспитатели молодежи» [21], в «лучших тра-

дициях» советской прессы стала навешивать ярлыки, используя устоявшиеся штампы и оперируя сформировавшимися стереотипами такими, как: «яснее становится подоплека националистически настроенной молодежи», «у возбужденных алкоголем и наркотиками молодых людей», «выходка националистических элементов получила достойный отпор», «вызвала всеобщее возмущение трудящихся». Говоря о действиях правоохранительных органов, газета писала, что они «выдержанно и спокойно пытались урезонить разгулявшихся молодчиков», и делала вывод: «корни случившегося ... в серьёзных упущениях в идеологической работе, в ослаблении патриотического и интернационального воспитания». Подобные идеологические ярлыки и штампы присутствовали и в выступлениях газет «Правда», «Известия», «Труд», «Литературная газета» и других.

В материалах указывалось что, чтобы избежать в будущем повторения подобных явлений, необходимо особое внимание уделять идеологической и политико-воспитательной работе. И делать это на примере исторического прошлого советской страны, на различных этапах развития которой присутствовали подлинная взаимопомощь и дружба между народами. То есть пресса не говорила об истинной причине волнений – а она заключалась в том, что коренное население республики не восприняло то, как центр решил кадровый вопрос руководства – а прибегла к уже проверенному способу говорить о нерушимом братстве. Кстати, казахский народ никогда не выступал против него, он просто считал, что оно должно подкрепляться еще и равенством. Причем не только на словах, но и на деле. А главное, журналисты не могли или не хотели видеть выросшее национальное сознание и самосознание казахского этноса.

Следуя партийной установке, газеты проводили мысль о том, что события не отражают настроений трудящихся Казахстана, а являются выходкой небольшой группы молодежи, которая была введена в заблуждение.

Здесь, на наш взгляд, необходимо подчеркнуть, что мысль об ошибках в реализации задач по интернациональному воспитанию трудящихся, которая содержится в уже упомянутом выше постановлении ЦК КПСС следует понимать следующим образом: если действия народа и образ мыслей его идет вразрез с идеологическими установками, а в данном случае с теорией национального и интернационального, то это результат ошибок в воспитательной работе, а не то, что теория неверна. И никто не задумывался о том, что может быть все-таки ошибочна сама теория, если уж практика – критерий оценки верности теории – даёт противоположный ей результат?

Теория же, на наш взгляд, была построена на отстаивании и обеспечении интересов номенклатуры. Ведь, если произойдет полное слияние нации и исчезнут национально-государственные образования в лице союзных республик, то будет не только легче управлять страной, народом, но и проще будет обеспечивать своё комфортное существование. Думается поэтому, что деформации в понимании сущности интернационализма в период социалистического строительства были допущены сознательно. Они идут вразрез с идеей федерализма, которая составляла суть образования СССР.

Даже в период перестройки, когда была налицо активизация общественной мысли и в деятельности средств массовой информации переосмысление истории советского государства шло в рамках «очищения» социализма от ошибок, якобы, допущенных предыдущими руководителями, а не в отказе от него.

Что касается алма-атинских событий, то на заседании областного и городского партхозактива 18 декабря 1986 года на демонстрантов были навешаны ярлыки «националистов, экстремистов, наркоманов и алкоголиков». Позже в прессе появились материалы, в которых речь шла уже о мафии, подпольной националистической организации, коррумпированных кланах, и антиперестроечных силах. Тем самым бросалась тень на всю республику, которая раньше пропагандировалась как лаборатория дружбы народов, а теперь вдруг стала рассадником национализма.

Так, газета «Правда» опубликовала материал своего собственного корреспондента Т. Есильбаева под заголовком «Цена самолюбования». В нем он, комментируя репортаж газеты «Вечерняя Алма-Ата» по поводу начала работы воспитательного учреждения для дошкольников, подчеркивает, что не пропагандирует ли газета национальную обособленность, говоря о том, что обучение и воспитание здесь будет вестись на казахском языке, что это еще и желание самих детей [22]. Ну что тут скажешь, очень сильное стремление обособиться, если учесть то, что это был в столице - миллионной Алма-Ате - всего лишь второй такой детский сад.

Социально-политические корни алма-атинских событий «выявляет» в Ж.Г.Голотвин свой публикации в журнале «Молодая гвардия». В статье «Что стояло за событиями в Алма-Ате?» [23] он пишет, что это явилось результатом ослабления контроля со стороны центральных государственных органов и привело к тому, что, *во-первых*, появились кланы, объединенные по принципу кровного родства или принадлежности к определенному роду или жузу; *во-вторых*, представители местной национальности стали получать больше привилегий; *в-третьих*, в вузах начала резко увеличиваться прослойка казахской молодежи. По его мнению, все это привело к нарушению в пользу коренного этноса принципа равноправия наций. А это, в свою очередь, только усилило такие отрицательные качества казахов как «протекционизм» и «национализм».

О том, что могло последовать за выход из рамок, очерченных партийными органами свидетельствуют следующие факты: в алма-атинских областных газетах «Жетісу» и «Огни Алатау», межреспубликанской газете на уйгурском языке «Коммунизм туғи» был опубликован снимок из зала суда, где рассматривалось дело над группой участников декабрьских событий. Этот факт стал предметом обсуждения на бюро ЦК Компартии Казахстана, Алма-атинского обкома и Фрунзенского райкома г. Алма-Ата. Появление данной фотографии на страницах газет было признано идеологически вредным и последовали суровые меры. Редакторов этих газет обвинили в отсутствии должной идейной закалки и низком профессионализме, аполитичности, безответственности и их исключили из рядов КПСС.

Ситуация начала меняться после XIX Всесоюзной партийной конференции, состоявшейся летом 1988 года. На ней было заявлено, что необходимо и дальше идти курсом перестройки, но ускоряя её темпы. А для этого необходимо очиститься от глубоких деформаций в социалистическом обществе, образовавшихся в периоды культа личности и застоя. Они на десятилетия задержали его развитие, привели к человеческим, нравственным и идейным потерям. Обновление страны, как говорили участники партийного форума, следует вести по двум направлениям. Первое – экономическое оздоровление, второе – широкая демократизация. Последнее означало, что это возможно лишь при условии подлинного народовластия, обеспечения прав советского человека, социальной и нравственной ответственности власти перед обществом, которому необходимо было сказать всю правду. Советские обществоведы – а здесь надо подчеркнуть, что делали они это с позволения высшего руководства партии и страны – стали подвергать сомнению верность марксистско-ленинской теории или, по крайней мере, её пригодность современному обществу.

Обсуждение этих вопросов протекало и в сугубо партийных изданиях. Так, острая полемика развернулась в главном теоретическом органе партии «Қазақстан коммунисі». В статье А. Калшабекова «Откажемся от ленинизма» и в статье А. Айдосова «Защитим ленинизм» [25] авторы, рассматривая со своих позиций целый ряд вопросов, останавливаются и на программных положениях по национальному вопросу. Если первый из них как бы устремился в погоню за «жареными фактами», то второй старался осмыслить и очистить прошлое и настоящее ленинского учения от наслоений и деформаций. Эта полемика носила характер борьбы идей и умов и разделила общество на радикалов и консерваторов. Мы здесь не утверждаем на чьей стороне правда, но знаменателен сам факт начала такой полемики, которая достаточно ярко характеризует перестроечные времена.

Своеобразие того периода заключается в том, что какие бы вопросы не поднимала пресса – профессиональные, этнонациональные, демографические, поселенческие – она стремилась с одной стороны преподносить их в русле перестроечной политики, а с другой, пользуясь благосклонно спущенной сверху свободой, обличать строй.

Именно этим и начинает постепенно заниматься советская пресса. И на одно из первых мест выходят вопросы межнациональных отношений и национальной политики. О проблемах в этой сфере без всяких прикрас и недомолвок стали говорить советские СМИ. Хотя попытка обновить социализм, вдохнуть в него новую жизнь не увенчались успехом и не удалось перейти в его рамках от авторитарно-бюрократического режима к демократическому строю, все же удалось сделать главное – произошел прорыв к открытости и свободе слова, что привело к взлету публицистики. Она стала катализатором самостоятельности мысли и идеологического раскрепощения. Её выступления стали вызывать широкий общественный резонанс. Политика гласности позволила прессе касаться таких тем, выступления по которым являлись ударом по устоям тоталитаризма и неизбежно подталкивали его к распаду.

«В развитии идей перестройки - пишет профессор Я.Н.Засурский, - выдающуюся роль сыграли средства массовой информации, которые стали носителями концепции гласности... Гласность, демократизация в политике, экономике, культуре затронули все слои нашего общества» [26] и, естественно, заставили по новому осмыслить «значение журналистики в жизни... народа».

«Гласность – это объявленная война против бездны унижений, - писал Е.Евтушенко. – Гласность – это война за социальное достоинство человека. Гласность, как «буревестник молнии подобный» будит гражданскую совесть народа» [27]. Ч.Айтматов в своей статье «Не подрываются ли основы» подчеркивал, что гласность – это гласность для всех, что пора возродить подлинно демократический, народный образ жизни [28].

Однако широко объявленная гласность оказалась для многих сфер государственной и общественной жизни лишь декларацией, что стало сказываться на взаимоотношениях прессы и партийных органов. Новое политическое и экономическое мышление вынуждало, хотя и функционирующую все еще по принципам однопартийной системы прессу, все же находить и объективно отражать многочисленные проблемы. Но на пути гласности стояли складывавшиеся десятилетиями силы и традиции, которые свято берегли всевозможные табу на правдивое отражение событий и фактов как прошлого, так и настоящего.

Для Казахстана и её прессы новое политическое мышление означало начало правдивого освещения не только событий декабря 1986 года, но и выявление истинных причин, побудивших молодых людей выйти на главную площадь столицы республики.

Происходившее за последние десятилетия социальное и демографическое развитие в Казахстане изменили отношение коренного населения к истории своего народа, его культурным ценностям и традициям. Это было вызвано тем, что соотношение между казахами и мигрировавшими в республику представителями других народов стало меняться в пользу последних. Это порождало у местного этноса чувство опасения за сохранность своей национальной самобытности. Быстрый механический прирост населения создавал межнациональную напряженность.

Постепенно тон и характер выступлений прессы по проблемам межнациональных отношений и национальной политике стали определять критические материалы. К их числу можно отнести следующие статьи и корреспонденции: М.Шаханова «Наши общие ценности» [29], и «Горькую, но скажем истину» [30], В. Ардаева «Новая оценка событий в Алма-Ате» [31], Ж.Коргасбека «Где доказательства, кто свидетель?» [32] и многие другие.

В этих публикациях предпринимаются попытки дать объективную оценку декабрьским событиям. Но и в них тоже не сразу авторы смогли отойти от официальной позиции властей. И только после того, как в мае 1990 года было принято постановление, которое признавало ошибочным и отменяло постановление от 16 июля 1987 года «О работе казахской республиканской партийной организации по интернациональному и патриотическому воспитанию трудящихся», обвинявшее казахский народ в национализме, в прессе стали появляться материалы, которые шаг за шагом воссоздавали истинную картину событий. Здесь следует отметить, что и само принятие постановления, в известной мере было подготовлено предыдущими выступлениями печати.

В них авторы отходят от «пережевывания» и повторения идей об интернациональной общности советского народа и начинают ставить вопросы, касающиеся развития казахского этноса. Они обращают внимание на особенности демографических процессов, на избыток трудовых ресурсов в сельскохозяйственных регионах и их недостаток в северных промышленных районах Казахстана. Касаясь проблемы эффективности народного хозяйства, журналисты обращали внимание на её взаимозависимость с такими вопросами как развитие принципов демократии, упрочения равенства и социальной справедливости в отношениях между этносами, проживающими в республике.

Набиравшие силу перестройка и гласность требовали новых подходов в осмыслении ситуации в сфере межнациональных отношений, но для этого требовалось в первую очередь перестроить своё сознание самим журналистам, очиститься от догм и привычных стереотипов. В первую очередь необходимо было отказаться от тезиса о беспроблемности национальных отношений, о полном и окончательном решении национального вопроса в СССР, достижении его народами фактического равенства. Последнее в основном относилось к социально-экономическому развитию.

В этой связи пресса начинала отмечать, что наряду с культурой и образом жизни, социально-экономическая сфера также влияет на развитие национальной психологии и менталитета этноса. При этом подчеркивалось, что немало острых вопросов, выдвигавшихся самим ходом развития нации, не находили своевременного решения. Это порождало общественную неудовлетворенность, которая оборачивалась порой межнациональными конфликтами.

Алма-атинские события были лишь верхушкой айсберга межнациональных отношений. Его невидимая часть включала в себя многие проблемы, задумываться над которыми стали журналисты. На страницах печати начал появляться большой объем информации, которая исходила от комиссий, занимавшихся расследованием декабрьских событий. В совокупности публикации о национальной политике стали носить объективный характер. То есть они не только говорили о недостатках, но констатировали и достижения. Однако политическая конъюнктура, тон в которой задавала ухудшающаяся с каждым днем экономическая ситуация в СССР, которая вела к резкому падению уровня жизни народа, обозначила тенденцию к тому, что началось отрицание всего и вся, в том числе и национальной политики партии.

Обсуждение полученных результатов. Пресса каждой республики, в том числе и Казахстана, говоря об идентификационных параметрах своего этноса, уже начинала его обособлять, говорить о том, что он находится в ущемленном состоянии. О советском народе – как новой социальной общности – уже говорили с иронией. В национальном сознании все прочнее стали утверждаться определения, которые давали западные советологи. Так все чаще говоря о восприятии окружающего мира советским человеком и редакцией на него, в журналистском обиходе активно использовалась дефиниция «совковость», «совок». На этом фоне альтернативой «выживанию» этноса стали являться идея возрождения национальных обычаев, традиций, обрядов. А с точки зрения государственного устройства – национальный суверенитет. Первым шагом на этом пути явилось придание статуса государственного языка титульной нации. Отсутствие демократических традиций и разруша-

ющиеся нравственные основы общества приводили к накалу непредсказуемых страстей, провоцированию межнациональных конфликтов. Положение усугублялось и возрастанием преступности. В этой далеко не простой обстановке средства массовой информации заняли активную позицию. После многих лет «молчания» они ухватились за возможность высказаться. Почти в каждом номере казахстанских газет стали появляться выступления по болевым темам. Причем, оптимизм первых лет перестройки сменился на пессимизм. Процессы усиливающейся инфляции нарастающего застоя в экономике, идеологический разброд и шатания свидетельствовали о том, что вряд ли в ближайшее время будут достигнуты заметные изменения в стране и что лозунги, провозглашенные М.С.Горбачевым – «Ускорение», «Развитие демократии на социалистической основе», «Больше социализма, больше демократии» и другие – провалились.

Пресса всей страны, в том числе и Казахстане все больше начинала говорить о расширении полномочий союзных республик и необходимости обновления Союза ССР. Но в этом хоре раздавались голоса в пользу полного суверенитета, с которым связывалось будущее своих этносов. И они начинали звучать все громче и громче. Печать, говоря о своем народе, начинала идентифицировать его как нацию самодостаточную для суверенного развития.

События августа 1991 года привели к быстрому фактическому распаду Советского Союза. Но Казахстан, тем не менее, не спешил и провозгласил свою независимость всего лишь за две недели до юридического конца идеократической супердержавы – СССР. И глубоко символично то, что провозглашение Независимости Казахстана произошло в тот же день, когда казахская молодежь открыто бросила вызов административно-командной системе, конечной целью которой было полное нивелирование национальностей страны. 16 декабря 1991 года стала днем, когда родилось новое национальное и подлинно суверенное государство – Республика Қазақстан.

Советский Союз, с его громоздкой экономикой и военно-промышленным комплексом, не сумел адаптироваться к постиндустриальному обществу. Он не сумел измениться вместе с меняющимся миром – и ему не стало в нем места. Но это была трансформация, сфокусированная на политической системе в первую очередь. Реформу экономики поставили на второй план. В итоге, экономический кризис привел к развалу огромного государства. Вместе с ним прекратила свое существование и пресса тоталитарного общества. На её смену пришли СМИ, которые, придерживаясь демократических ориентиров, по-новому стали подходить к вопросам национальной идентификации.

Выводы. Основные выводы исследования сводятся к следующему:

1. Процессы глобализации приводят к разрушению устоявшихся представлений в области национальных традиций и зарождению глобального сознания и глобальной культуры. Но, тем не менее, продолжается и процесс национальной идентификации как стремление сохранить свое этнокультурное своеобразие. В силу этого журналистика и публицистика должны держать в постоянном поле зрения вопросы национальной идентичности, подходить к их разработке с позиций консолидации общества с целью выработки в новых условиях интегрирующего национального идеала. Это необходимо для сохранения своеобразия и неповторимости, дальнейшего экономического, социального, культурного, духовного и политического развития казахстанского народа.

2. Существование наций и национальных государств порождает и наличие сил, которые представляют угрозу их независимости и свободе, стремятся господствовать над ними, использовать их национальные богатства в собственных интересах. Поэтому СМИ Казахстана в целях обеспечения дальнейшего развития суверенного государства – Республики Казахстан – должны значительно активизировать духовно-просветительскую работу, воспитывать у граждан твердую волю и убеждение в святости независимости страны, которая может обеспечить прогресс казахского этноса.

3. Многонациональный состав казахстанского общества предполагает возможность возникновения межэтнических противоречий. Они не должны перерасти в межнациональную рознь и конфликты. В этом деле особая роль отводится прессе. Она призвана вдумчиво подходить к вопросам межнациональных отношений, рассматривать их как один из важнейших факторов стабильного развития и процветания.

4. Утверждение журналистики в качестве «четвертой власти» во многом зависит от её взаимодействия с другими ветвями государственной власти. В этих целях необходимо поставить на регулярную основу работу Общественного Совета по СМИ при Президенте Республики Казахстан. Необходимо, чтобы он руководствовался высшими интересами нации, а не превращался в место, где только высказываются обвинения и претензии в адрес друг друга.

5. Для национального сознания и идентичности большое значение имеет национальный язык. Его потеря с неизбежностью приведет к угрозе потери национальной идентичности. Развитие казахского независимого государства создало все условия для его развития. Пресса активно участвует в этом процессе. Необходимо и дальше повышать качество казахоязычной прессы, разнообразить её тематику, чтобы она могла конкурировать с русскоязычной прессой Казахстана и России.

6. Журналистика Казахстана призвана активно обсуждать проблемы, мешающие укреплению чувства общности, национальной и государственной идентичности. При этом следует находить наиболее адекватные средства для объединения людей, для формирования у них чувства общности целей и интересов всех народов, проживающих в Республике Казахстан.

7. Необходимо понимать, что государственная идентичность является важным фактором и катализатором развития национального самосознания и национальной идентичности. Не менее важно, чтобы наряду с освещением вопросов национальной идентичности казахов, пресса воспитывала уважение к национальной идентичности и других народов.

8. Несмотря на сложности переживаемых периодов, казахстанская публицистика, испытывая подъемы и спады, накопила большой и богатый позитивный опыт, что дает ей возможность достаточно эффективно функционировать, быть на уровне современных требований. Она и поныне востребована у массовой аудитории.

Список литературы

- 1 Arendt, Hannah. The Origins of Totalitarianism. HBJ. 1979.
- 2 D'Agostino, A. Soviet succession Struggles. Kremlinology and the Russian Question from Lenin to Gorbachev. USA: Boston. 1988.; Emerging from Communism. Lessons from Russia, China and Eastern Europe. The MIT Press. Cambridge; Massachusetts, London: 1998.
- 3 Пайпс, Р. О русской истории, социализме и перестройке. / Р.О. Пайпс // Россия при новом режиме. - Москва: Диалог, 1991. № 5. – С. 71-83.
- 4 Huntington, S. The clash of civilizations and the transformation of the world order. Moscow: AST, 2003. (The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order; 1996).
- 5 Бжезинский, З.Б. Великий провал / З.Б. Бжезинский // Рождение и смерть коммунизма в XX веке. - Москва: Международные отношения, 1998. - С. 81-97; Он же. Великая шахматная доска. / З.Б. Бжезинский // Господство Америки и ее геостратегические императивы. - Москва: Международные отношения, 1999. - С. 77-93.
- 6 Авторханов, А. Империя Кремля / А. Авторханов // - ФРГ: Прометеус-Ферлак, 1988. - С. 305.
- 7 Желев, Ж. Фашизм. Тоталитарная держава / Ж. Желев // Диалог, 1991. № 6. – С. 31-42.
- 8 Бруцкус Б. Д. Социалистическое хозяйство / Б. Бруцкус // Теоретические мысли по поводу русского опыта. - Париж: Поиски, 1988. - С. 281.
- 9 Shendel, W., Zurcher E. Identity Politics in Central Asia and the Muslim World; Nationalism, Ethnicity and labor in tweeting Century. USA, N-Y, I.R TAURIS Publishers, 2001.
- 10 Roy, O. The New Central Asia. The Creation of Nations. USA, N-Y, 2000.

- 11 Амандосов, Т.С. Современная казахская публицистика: диссертация. докт. филол. наук. – Алматы, 1987. – С. 310.
- 12 Бекхожин, Х. Қазақ баспасөзінің тарихы / Х. Бекхожин – Алматы: Мектеп, 1976. – 290 б.
- 13 Эрназаров, Э.Т., Акбаров А.И. История печати Туркестана. (1870-1925 гг.) / Э.Т. Эрназаров, А.И. Акбаров – Ташкент: Укутувчи, 1976. – 310 с.
- 14 Кенжебаев, Б., Қожакеев, Т. Қазақ баспасөзі тарихының очеркі. / Б. Кенжебаев, Т. Қожакеев – Алматы, 1950. – 276 б.
- 15 Барманкулов, М.К. Искусство современной информации. / М.К. Барманкулов – Алматы: Казахстан, 1994. – 266 с.
- 16 Садықов, С. Освещение вопросов национальной идентификации и национальной идентичности в печатной прессе Казахстана (историко-филологические и методологические аспекты). // Дисс. докт. филол. наук – Ташкент, 2012. – 307 с.; Казахи. Проблемы национальной идентификации и национальной идентичности в печати Казахстана // Международный издательский центр (Palmarium Academic Publishing). – Saarbrücken Germany, 2014. - 373 с.
- 17 Ирназаров, К.Т. Пресса и межнациональные отношения: критика стереотипов тоталитаризма, анализ политики независимого развития (на материалах печати Узбекистана за 1971-2001 гг.): дисс. д-ра ист. наук. – Ташкент: НУ Уз, 2004. - 310 с.
- 18 Горбачев, М.С. О национальной политике партии в современных условиях. / М.С. Горбачев // Политиздат. – Москва: Политиздат, 1989. – С. 14.
- 19 Кенжегулова, Н. Алма-Атинское событие в зарубежной прессе / Н. Кенжегулова // Вестник КазНУ. Серия Журналистика. 1999. №7. – С. 12-13.
- 20 Кунаев, Д.А. О моем времени: Воспоминания. / Д.А. Кунаев – Алматы, 1992. – 271 с.
- 21 Горький урок должны извлечь для себя комсомольский актив Казахстана, воспитатели молодежи. / Редакционная статья // Комсомольская правда, 1987. 10 января.
- 22 Есильбаев, Т. Цена самолюбования / Т. Есильбаева // Правда, 1987. 11 февраля.
- 23 Голотвин, Ж.Г. Что стояло за событиями в Алма-Ате? / Ж.Г. Голотвин // Молодая гвардия, 1989. №6. – С. 58.
- 25 Калшабеков, А. Откажемся от ленинизма, Айдосов А. Защитим ленинизм / А. Калшабеков, А. Айдосов // Казахстан коммуниси, 1991. №4. - С. 54-59.
- 26 Засурский, Я.Н. Научное исследование журналистики – важный фактор гласности // Вестник Московского университета, Серия 10. Журналистика. 1989. №5. – С. 3.
- 27 Евтушенко, Е. Буревестник молнии подобный / Е. Евтушенко // Литературная газета, 11.05.1988.
- 28 Айтматов, Ч. Не подрываются ли основы / Ч. Айтматов // Известия, 1988. 4 мая.
- 29 Шаханов, М. Наш и общие ценности / М. Шаханов // Правда, 1988. 18 октября.
- 30 Шаханов, М. Ащы болса да - шындық! / М. Шаханов // Қазақ әдебиеті, 1988. 1 қыркүйек.
- 31 Ардаев, В. Новая оценка событий в Алма-Ате / В. Ардаев // Известия, 1990. 28 сентября.
- 32 Қорғасбек, Ж. Кім кінәлі, куә қайда? / Ж. Қорғасбек // Қазақ әдебиеті, 1989. 22 қыркүйек.

С. Садықов

Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті, Түркістан, Қазақстан

Кенестік дәуірдің соңғы кезеңінде Қазақстан баспасөзінде ұлттық идентификация мәселелерінің көрініс табуы

Аннотация: 1980-жылдардың ортасында түрлі объективті және субъективті факторлардың себептерінен КСРО-да шешімін таппаған күрделі проблемалар экономикалық даму қарқынын ба-рынша бәсеңдетіп, келеңсіздікке душар етті. Жүйенің әлеуметтік тоқырауы елдің дағдарыс қарсаңында тұрғанын айқын танытты.

Орталықтың ұлттардың өзіндік ерекшеліктеріне мән бермеуі, ұлттар дамуының шешімін таппаған көптеген проблемалары ұлттар санасын сілкіндіріп, өз халқы үшін реніш сезімін туғызды. Бұл қайшылықтардың шиеленісе түсуіне әкеліп, қауіпті сипатқа ие болды.

Елде ұлтаралық қатынастардың ушыға бастағанына қарамастан, бұл слада ұзақ жылдар бойы ақиқат проблемаларды бүркемелеу, шынайы шындықты көпірме сөздермен әсірелеу белең алды. Ойдан шығарылған схемалардың өмір ағымына сай емес екендігі айқындала бастады. Қайта құру жылдарында бел алған қысымның әсерінен бұл жарылысқа ұшырады.

Кілт сөздер: қайта құру, ұлттық мәселе, желтоқсан оқиғасы, ұлттық сана, идеологиялық жапсырма, орталық газеттер, қазақ баспасөзі, демократияландыру, жариялылық.

S. Sadykov

Khoja Akhmed Yassawi International Kazakh-Turkish University, Turkestan, Kazakhstan

Occurrences of the National Identification Issues in the Kazakhstan Press in the late-Soviet period

Annotation. The unsolved problems which existed due to different objective and subjective factors had led to the loss of economic development rates and troubles by the mid-1980s in the USSR. Social stagnation of the system identified that the country was on the eve of the crisis. The neglect of the government to the identity of the nation and many issues concerning the development of the country made people anxious about their authorities. This made the situation complicated and dangerous.

Despite the aggravation of interethnic relations in the country, there were facts that concealed real problems and truth in this sphere. It was known that far-fetched schemes were not suitable for the life flow. It was under the pressure in the years of reconstruction.

Key words: reconstruction, national issue, December event, national identities, ideological labels, central newspapers, Kazakh press, democratization, publicity.

References

- 1 Arendt, Hannah. *The Origins of Totalitarianism* HBJ.1979.
- 2 D'Agostino, A. *Soviet succession Struggles. Kremlinology and the Russian Question from Lenin to Gorbachev*, USA: Boston. 1988.; *Emerging from Communism. Lessons from Russia, China and Eastern Europe*, The MIT Press, Cambridge; Massachusetts, London: 1998.
- 3 Pipes, R. *On Russian history, socialism and perestroika // Russia under the new regime.* (Dialogue, Moscow, 1991, № 5, - Pp. 71-83).
- 4 Huntington, S. *The clash of civilizations and the transformation of the world order.* AST, Moscow, 2003. (*The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*, 1996).
- 5 Brzezinski, Z.B. *A great failure. The birth and death of communism in the twentieth century.* (International relations, Moscow, 1998); *He's the same. Great chess board. Dominance of America and its geostrategic imperatives.* (International relations, Moscow, 1999). [in Russian]
- 6 Avtorhanov, A. *Imperiya Kremlya. Sovetskii tip kolonializma [Empire of the Kremlin. Soviet type of colonialism].* (Prometheus-Ferlak, West Germany, 1988). [in Russian]
- 7 Zhelev, Zh. *Fashizm. Totalitarnaya derjava [Fascism. Totalitarian Power]* (Dialogue, Moscow, 1991. № 6. - P. 31-42). [in Russian]
- 8 Brucus, B.D. *Sotsialisticheskoe hoziaistvo. Teoreticheskie mysl'i po povody rýsskogo opyta [Socialist economy. Theoretically, if the Russian experiment was conducted]* (Quest, Paris, 1988).
- 9 Shendel, W., Zurcher, E. *Identity Politics in Central Asia and the Muslim World; Nationalism, Ethnicity and labor in tweeting Century.* (USA, N-Y, I.R TAURIS Publishers, 2001).
- 10 Roy, O. *The New Central Asia, The Creation of Nations.* (USA, N-Y, 2000).

11. Amandosov, T.S. Sovremennaja kazahskaja pýblitsistika: Dissertatsija dokt. filol. naýk. [Modern Kazakh journalism. Diss ... Dr. Philology]. (Almaty, 1987, p. 310). [in Kazakh]
- 12 Bekkhozín, H. Qazaq baspasóziniń tarihy [The history of the Kazakh journalism] (Mektep, Almaty, 1976, - p. 290). [in Kazakh]
- 13 Yernazarov, E.T., Akbarov A.I. Istoriya pechatı Týrkeстана [History of Turkestan] (1870-1925 gg.) Ukutuvchi, Tashkent, 1976, - p. 310. [in Kazakh]
- 14 Kenzhebaev, B., Kozhakeev, T. Qazaq baspasózi tarihyńyń ocherki [Feature article of the history of the Kazakh journalism]. (Almaty, 1950, - p. 276). [in Kazakh]
- 15 Barmankulov, M.K. Iskýsstvo sovremennoi informatsii [The art of modern information]. (Kazakhstan, Almaty, 1994, - p. 266). [in Kazakh]
- 16 Sadykov, S. Coverage of issues of national identification and national identity in Kazakhstan's print press (historical, philological and methodological aspects). Diss ... doc. phil. sciences. - Tashkent, 2012. - 307 pages; The Kazakhs. Problems of national identification and national identity in the press of Kazakhstan International Publishing Center (Palmarium Academic Publishing, Saarbrücken Germany, 2014. – p. 373). [in Kazakh]
- 17 Imnazarov, K. Press and interethnic relations: criticism of the stereotypes of totalitarianism, analysis of the policy of independent development (on the materials of the press of Uzbekistan for 1971-2001): Diss ... Dr. of phil.sciences. (NU Uz., Tashkent, 2004. – p. 310). [in Kazakh]
- 18 Gorbachev, M.S. On the national policy of the party in modern conditions // Politizdat. (Politizdat, Moscow, 1989. - p. 14). [in Russian]
- 19 Kenjegylova, N. Alma-Atinskoe sobytie v zarybejnoi presse [Alma-Ata event in the foreign press]. (Bulletin of Kaz NU. Journalism series. 1999. №7. - P. 12-13). [in Russian]
- 20 Kunayev, D. O moem vremeni: Vospominaniya [About my time: Memories]. (Almaty, 1992, - p. 271).
- 21 Gorkii ýrok doljny izvlech dlia sebia komsomolskii aktiv Kazahstana, vospitateli molodeji [A bitter lesson should be learned for the Comsomol activist of Kazakhstan, educators of youth]. [Editorial article] (Komsomolskaya Pravda, 1987, 10 January). [in Russian]
- 22 Esilbaev, T. Tsena samolýbovaniya [Price of narcissism] // (True. 1987. 11 February). [in Russian]
- 23 Golotvin, Zh.G. Chto stoyaló za sobytiyami v Alma-Até? [What was behind the events in Alma-Ata?] // (Young guard. 1989. № 6. - P. 58). [in Russian]
- 25 Kalshabekov, A. Otkajemsia ot leninizma [Abandon Leninism], Aidossov A. Zaitim leninizm [Defend Leninism] // (Kazakhstan Communist. - 1991. - №4. -p. 54-59). [in Russian]
- 26 Zasursky, Ya.N. Naýchnoe issledovanie jýrnalistiki – vajnyı faktor glasnosti [Scientific research of journalism is an important factor of glasnost] // (Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism. 1989. №5. -p 3). [in Russian]
- 27 Evtushenko, E. Býrevestnik molniı podobnyi [Petrel of lightning similar] // (Literaturnaya gazeta, 1988, May 11th.) [in Russian]
- 28 Aitmatov, C. Ne podryvaiýtsia li osnovy [Do not undermine the basis] // (Izvestia, 1988, 4th of May).
- 29 Shakhanov, M. Nash i obie tsennosti [Our and common values] // (Pravda, 1988, 18 October).
- 30 Shakhanov, M. Ashy bolsa da - shyndyq! [Gorky, but let's say the truth] // (Kazakh adabiets, 1988, 1 September). [in Kazakh]
- 31 Ardaev, V. Novaya otsenka sobytiı v Alma-Até [A new assessment of events in Alma-Ata] // (Izvestia, 1990, 28 September). [in Russian]
- 32 Korgasbek, J. Kim kináli, kýá qaıda? [Where is the evidence, who is the witness?] // (Kazakh adabytes, 1989, 22 September). [in Kazakh]

Автор туралы мәлімет:

Садықов С. – филология ғылымдарының докторы (Өзбекстан), журналистика мамандығы бойынша философия докторы (Қазақстан), Қоғамдық ғылымдар және журналистика кафедрасының профессоры, Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті, Б. Саттарханов даңғылы, 29, Түркістан, Қазақстан.

Sadykov S. - Doctor of Philology (Uzbekistan), Doctor of Philosophy in Journalism (Kazakhstan), Professor of the Department of Social Sciences and Journalism, Khoja Ahmet Yassawi International Kazakh-Turkish University, B. Sattarkhanov 29, Turkestan, Kazakhstan.

XFTAP 19.41.91.

A. Sailaukyzy¹, K. Sak²

¹L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan
(E-mail: ¹alma.sailaukyzy@gmail.com, ²kaisak1964@yandex.kz)

Alash Journalism and Publicism in Kazakhstan: Democratic Ways to Solve the Land Problem

Abstract. This article analyzes the journalism of Alash figures and provides an assessment of democratic principles. The history of Kazakh independent journalism is closely concerned with the publications of Alash intellectuals. In the eighties of the XIX century, the Russian Empire began active colonization of the Kazakh lands. Alash intelligentsia could resist the colonial policy by using journalism and publicism as an effective tool of the civil society.

The articles of Alash activists are striking examples of a democratic approach to solving the land problem. Based on the written works of the Alash publicists and journalists, we can see excellent examples of influence on the public consciousness that generate public opinion.

Key words: Publicism, Alash, Kazakhstan, land issue, journalism, democracy, nation.

Introduction. The end of the XIXth and the beginning of the XXth century was the time when the problem of saving a vast steppe, a rich heritage from ancestors became the most pressing issue of the day for Kazakh people, who always considered a land dispute to be the most important in any era. This critical issue was the essential part of Kazakh Alash publicism and journalism of that time.

What kind of requirements were exposed from the Alash intellectuals? How did they prompt to the people a way of preservation of land through a civic stand? How did they try to solve the land issue by democratic ways? How did they use a publicism as a democratic instrument in solving the land issue?

Therefore, the principles, works and concepts of national leaders on the issue are extremely important not only to understand their nature but also to learn from the past and find our focus in the future.

The purpose of this article is to find out and analyze the key points of Alash publicism. To achieve this aim, firstly, there will be analyzed the claims written by individual citizens, secondly, the collective letters of competence, thirdly, the letters from public figures and their special works, then, the periodic journalistic articles in the press and the documents of political movements, and finally, key points will be concluded.

Main part. Aimed at modernizing Kazakh society by declaring itself a nation, the movement used the myth of common descent. It is not surprising, then, that the movement took on the name of Alash, a mythical figure believed to have been the father of all three Kazakhzhuz (tribal confederations). [1] The reason of land issue in the country became colonization of the Kazakh steppe. There were several stages of Russian colonization. They are: 1st stage – till the beginning of 80th of XIX century after subjection to Russia (giving lands in favor of the Cossacks); 2nd stage – the end of 80th and the beginning of 90th of XIX century (till Nikolai's fall) taking lands to build fortresses, wooden country houses, Russian farmers resettlement, taking rangelands to graze Russian riches' cattle. The immigration of the Russian peasants became especially acute during the implementation of the Stolypin's agrarian reform (1906-17) after the Russian Revolution in 1905. [2]

The history of Kazakh lands after the subjection of Russia was the history of colonization... Telzhan Shonanuly writes the following about these stages: «Expelling Kazakhs and making them relocated is the first fruit of colonial work. Relocating people from the native land to inconvenient places is the second fruit. Making Russian and Kazakh farmers unfriendly to each other is the third fruit. Making the nomads stray, leaving no land to live is the fourth fruit. Sweeping out Kazakhs from the utile lands is their fifth fruit” he says. [3,p.3]

The informative space, where the land issue could be often discussed which made it actual and wide-spread was the press. Differently sized articles and materials, documents on the theme of land issue were published in “Turkestan”, “Dalaulayati”, “Qazaqstan”, “Aiqap”, “Qazaq”, “Saryarqa”, “Akzhol” newspapers and “Sholpan”, “Sana”, “Tan”, “Zhas Turkestan” magazines. For example, Akhmet Baitursynuly's articles “Kazakh insult”, “Once again about the land issue” published in “Aiqap” magazine, Saqypzhamal Tileubaykyzy's article “Our past and present conditions” are dedicated to describe the condition of Kazakh land and its future.

As early as 1867–68 the northwestern fringes of the Kazakh steppe had been the scene of violent protests at the presence of colonists, but it was not until the last decade of the century that the movement got fully under way with the arrival of upward of one million peasants, resulting in the inevitable expropriation of Kazakh grazing grounds and in savage conflict between the Kazakhs and the intruders. [4]

Kazakhstan was not only a region where hundreds of thousands of peasants were resettled from Russia, but also a place of exile for hundreds of political and revolutionary figures. In the early twentieth century, under their influence and with their active participation, various political circles and organizations arose, including social democratic and Marxist ones, as well as a few trade unions (for example, the railroad workers' trade union in Uralsk) and so on. The revolutionary events of the years 1905–1907 and their consequences focused great attention on all social strata of Kazakh society, especially the national intelligentsia. [5,p.247]

The claims written by individual citizens. In the letter addressed to the Russian minister of state ownership and land sent by Mustafa Ilinov and Baiduisen Orazaev from Zhylandy township Kokshetauuezd in Akmola region on April 4, 1901 the issue of fair land division had been raised. Aleksey Portnyazhev was shown in the letter as writing down the words of letter addressees on paper. Therefore, the period of Alash publicism “has a reason to consider being started not on June 26, 1905, when the famous Koyandy fair statement was written, but from these letters written by individuals. [6, p.26] This short two-page letter reports about the land issues on Kazakh steppe and proposes concrete ways to change it: «It has become annual habit to take our lands, inhabited by our people from the early times. Because of giving lands to the relocated farmers from other regions we don't know, our home is getting smaller, because of that our needs for the land is growing”. The authors accusing of injustice in land division ask the Russian minister for care and not leaving their appeals unanswered.

Alash Orda constituted an important achievement of the quickly developing Kazakh intelligentsia, but a mere twelve years earlier, at the time of the 1905 revolution, neither Alash nor any

other organized Kazakh elite group existed. [7] Such individual citizens constantly expressed their civil opinion about the injustice during the land division. For example, the son of DosmukhamedKylyshbay Haji in his article «Starving, degraded and relocated Kazakhs» described the difficult state of tired Kazakhs, who had lost their land and noted: «...We don't know what kind of life we are going to have hereafter ... We don't know where to plain about this sorrow and the grief that we are facing» in his report, while AbdikarimErezhepuly in his article «The answer of Kazakhs, who gave their land» expresses the tragic groaning of Kazakhs as he says:» ... in favor of the treasure the land full of wood was cut into «the wood summer residences», the steppe land was cut into «immigrant area». Let's say we are satisfied with wooden lands to be given, but let the steppe land be left for the exchange». On his turn, NurmakhanAlshymbayuly in his letter “We don't have land anymore, what we shall do?” addressed to “Saryarka” newspaper expresses his last hope as “Now if we want to move out, we have nowhere to go. It's a harvest time; any man should do farming and everyday business. What shall we do? Give the answer in the newspaper...»

The collective letters of competence. Any one of these requirements clearly exposes the land issue as the most important. After all, the economic situation of the Kazakh people was always in close relationship with the land: «When the animal is fat, Kazakh people are in abundance, when the land is fertile, Kazakh people are friendly. The land secures the cattle, while the cattle secures Kazakhs». Based on this understanding it's known that a petition from Kazakh people written by AlikhanBokeikhan, Ahmet Baitursynuly, ZhaqypAqbayuly, and other patriots, who gathered at Koyandy fair was sent to Saint-Petersburg in June 26, 1905. Two out of eleven initiated requirements disturbing Kazakh people which were sent to the Tsar Government were about the land (4th claim. Stop the settlement of relocated and announce the land as owned by Kazakh people. 5th claim. Stop the resettlement of Kazakh people from their native lands and settlements) tell us much about the importance of land issue at that time. Moreover, a concrete requests stated that: “The Current Steppe Rules» are not relevant to current Kazakh life and thus must be changed, considering the votes of Kazakh deputies.

It's known that the concept of democracy comes from Greek word «δημοκρατία», which means “the rule of the people”. A political regime, where settling and social situation goes according to taking a decision on collective basis is in its base. If we consider any social structure can use this method, then the influential power, active governance is owned by the state, so it's considered obligatory for the state to take the responsibility of the democratic regime. [8] Several common values are closely related to the democracy, they are: the rule of law, political and social equality, freedom, human rights, etc. People's Power requires the observance of the rights of all citizens and society. From the above two examples it can clearly be understood that both on the part of individual citizens and on a collective demand the requirement of protecting the rights of the owner of the land and the owner of the country really line parallel with democratic principles. The letters from public figures and their special works.

When analyzing the publicist works of Alash citizens, it's worth to note a letter of a prominent public figure Muhametzhantynshbay to the Chairman of the Committee of Ministers of Russia from June 20th, 1905. The most important issue about actual Kazakh problems raised by the young citizen and a student of St. Petersburg Institute of Railway Transport was a land issue. He tries to prove spread of illegal deeds by following words: «According to paragraphs 125 and 129 of Temporary regulations it's allowed to take only vacant lands from Kazakhs. The lands with building and construction works, planted garden are equated to be private ownership». But in fact, best places of Kazakh: wintering houses, pastures, hay fields, construction and gardening areas were taken. Unfortunately such lands were distributed to the others, and as a result Kazakhs who were lacked from their lands didn't resign themselves and stood in resistance, resulting in endless disputes, quarrels and even death, there was loss. Kazakh people were continuing to own their land from early times. When going under Russian governance voluntarily, with no war they didn't

mean to lose our most valuable – the land, face injustice and violence, but to have peace and find the protection from oppression. The first composition in epistolary genre written by twenty-five-year-old writer is mainly based on courage to spread such historical truth. Finally in 1916, during World War I, the Kazakhs, driven to desperation by the loss of their lands and by the ruthlessness of the wartime administration, rose up in protest against a decree conscripting the non-Russian subjects of the empire for forced labour. [9]

The periodic journalistic articles in the press. Almost all of the masters of Alash publicism wrote about this issue, even though some of them were fully engaged in this issue and investigated deeply into them. One of them is TelzhanShonanuly. “The history of Kazakh land issue” which investigates the history of Kazakh land and household is the most outstanding among his scientific works. He wrote it in 1923 when working in the section of Archaeology and Ethnography at Kazakh region investigation association. The investigation of TelzhanShonanuly clearly defines the Russian colonization of Kazakh land and its stages.

In his article “The benefits and disadvantages of colonization” in “Akzhol” newspaper from 1925, ZhusipbekAimaulytuly’s words about the land issue: « As well as having some cattle, being able to grow something, moving in summer, the people whose land doesn’t let them settle down... For now we must say there is a damage to settle for the people who don’t have any congestion...” Because the opinion like “Kazakh life conditions would change, they would become civilized soon as they change the lifestyle into sedentary” was not an indisputable truth. He and his companions saw that it’s a changeable, open-ended, discussable issue. They thought that there’s a way to lead everyday life, do the farming and having agricultural farming constrainedly. [10, p.207] In the same way ZhakhanshaAlmukhamedulySeidalin in the 11th number of the magazine publishes his article “What is the way not to get degraded?” where he says: “...the Kazakh people are getting degraded. The best lands are taken by muzhiks (Russian men): even the worst ones cannot be used by Kazakhs. The government wants to sell the lands left by muzhiks for rent...” not only emphasizing the growing upcoming danger, but also expresses his own opinion as the ways of solving the problem by following: “The strong illness is cured by strong medicine: the name if the medicine is siesd (Congress). We should gather, speak out the situation, and find an up-to-date instrument... Of course, the congress should be called with the permission of a hakim (mayor)”. So, proposing not only that every important problem should be discussed by gathering a meeting, and solved by collective consulting, but he also tries to get the permission of mayor to have that meeting, calling to solve the problem by social order, secular way no matter how people are tired and angered. And if we look at the forms of implementation of democratic principles, we can see that the following types of meetings are considered:

- Electionconductionandreporting.
- Nationwidediscussionoftheproblems
- Holdingthereferendum
- Rallies, meetings
- Congress, conferencesandplenarysessions
- March-pastsandparadeorganization
- Session

Taking any of these themes, the masters of publicism not only raised the real being issues and actual problems of the time, but also considered correct to find their solutions by consulting with the people. It’s not difficult to notice that not only describing the issue, but also when looking for the answer about the conditions needed for the society development, not to forget about the human rights, the intellectuals who lived a century ago considered their people to be civilized, adhered to democratic positions and wanted to lead them to that bright future.

By the dictionary meaning according to people's governance postulates, the democratic society has the following specifications: 1. The assignment of government leaders is carried out through fair and competitive elections by the electorate. 2. People is the only legal (legitimate) power source. 3. The autonomy mechanisms in society are conducted only based on common values and good purposes.

When we think about Alash publicism and journalism, the first what comes to our mind is the first national independent newspaper "Qazaq". This newspaper, editors of which were Akhmet Baitursynuly, Mirzhakyp Dulatuly, Zhauzak Zhanibekov took over the important functions trying to fulfill several actual, necessary goals desired by the nation. Indeed, the «Kazakh» could be informational arena for sharp-minded, risk-taking Alash figures with clear goals and masters of publicism.

The main topics, raised by "Qazaq" in 265 numbers in 5 years were: Kazakhstan in the era of Russian colonization; Kazakh administrative and judicial system; The socio-economic development of Kazakhstan; literacy and education issues; the history of the nation, as well as most of the articles being dedicated to publicist compositions on the land issue, important to Kazakh nation, who think that "The land's destiny is the destiny of the nation". [11, p.161] Alash intellectuals noted that only a nation owning a land as people, as nation, as nationality, is able to save it as native motherland. In his article "About the land renting" Ahmet Baitursynuly said: "People can only judge their deed as right or wrong when they do it. However, can we stop them before they start? The two handrails of Kazakh land is in two hands: one is in Kazakh hands, the other one is in Russians. The nimble one is changing and taking more, the weaker one is losing it». He was convinced that it's their power to remain it strong or leave it weak. What they could do? [12, p.228-229]

In the same "Qazaq" newspaper Alikhan Bokeihan writes: "Bashkurds are as lazy as we are, they lost all of the land they could sell. It was also taken by muzhik (Russian men)... local people cannot get the benefits of their own land, but the benefit is taken by sly of higher cultural position... If the independence, equality and brotherhood are true, we can't stand this compulsion anymore; don't let any muzhik come until we fortify our position on our land». As he calls on nationwide appeal. In those years, the land was the treasure of the nation. For these reasons, they said that land must not be sold... In his article he requested of greybeard brother, young brother, to stop the family quarrels about doing unite and start serving for the fate of the nation. He called for doing their best to protect Alash people. [13, p.110] In his article «Astrakhan Kazakh land» he raises a big problem by saying that "the land used by Ertis Kazakhs, called "Ten miles" was given to Siberian caussacs... Astrahan is Kazakh's land", in his article "Kazakhs and the land issue" he proposes concrete solutions when writing: "The land issue is more important, deeper issue than the alphabet ... The Kazakhs who live today by crops should take land according to the crops norms they got. Those who live by growing cattle should take land according to the cattle norms". In addition, in «The Land Committee», «How to allocate the Land», «You dream water when you're thirsty» articles published by «Qazaq» we can find the views of a citizen unable to separate the fate of the nation with his own, a high-skilled professional and a strong political figure. Soon, in «Alash» party program written together with his passionate companions "The Land issue" was versatile described, showing concrete actions to solve it they wanted to protect the rights of the nation through the adoption of a legally binding document.

The documents of political movements. The opinions of Kazakh society filtered through the logical screen got focused on one course before the October revolution. The evidence of this is single-course opinions about the land issue, announced on quryltai (congress) in every region of Kazakh steppe after the October revolution in 1917. On April 2nd -8th 1917 the congress of Torgay region Kazakhs took place and a decision was made about agrarian issues, it noted: "if a land must be withdrawn for the needs of the state from Kazakhs, first Kazakhs should be provided

with enough land, and only the excess land should be given”. Another decree, consisting of 14-paragraphs was adopted on Orynbor Regional congress on July 21 -26th 1917. It says: “Before Kazakhs would settle on a land they own, it must not be given to anyone, enrollment for free sectors of land must be terminated”.

When reading this historical data and publicist works, we can evaluate the recent trials to express an opinion of the people about the land issue raised several years ago as a renewal of historical memory, in blood of the nation by the letters of injustice. No one could predict that a gentle Kazakh nation could upraise with such strength and express their opposite opinion about when an important decision concerning their homeland was being made. “No national interests could and can be established without the land. All Kazakh problems, the principles of solving social problems were focused on the land and the people. For all life of the nation, wealth, history, traditional experience, the future of posterity and the independence comes from the land protection and dedicated to protect, while protecting the state interests is obliged to further generations. That’s why Kazakhs appreciate the land as the mother, understood the land as the abode of ancestors, who left their historical prints and this became the entire concept in the minds of the nation». [14] Conclusion. At the beginning of the twentieth century, a small liberal national intelligentsia worked out the program foundations of the Alash movement. Looking through the pages of the past, we can see that a century ago the land issue was as important as it is today. In conclusion, we can see several forms of them being upright to democratic principles:

1. Consistency. If you look through any of the written statement or decree, it is secured with the list of systematic arguments, and fastened with concrete examples.

2. Logics. The forwarded dissatisfaction had a logical proof. We can see that one idea was cohesively connected with the next one.

3. Authenticity. Patient reporting instead of loud slogans: the illegal actions taking place are described by showing the true stories. Each argument is strengthened by historical and current facts of that time.

4. Transparency. The statement authors not only express their ideas open, most of them show their full names and surnames, address, as well as not being afraid in some cases to write the names of the representatives of other nations, who helped them write the letter.

5. Literacy. Alash activists and the people, who believed in them, expressed their ideas, being educated and literate and believing that they could protect their land and national interests. The works about the land, written with great courage by Alash publicists and journalists could show an excellent example of influencing the public insight by generating public opinion. If we think today how a nation with prosperous land with no access to the television, radio and the internet could unite when the land issue was raised, it’s the service of the press of that time – newspapers and magazines, and the result of courageous work of national activists, who visited every corner of the great Kazakh territory, called to unite and did the explanatory work. Putting forward the common principles for the whole humanity, outstanding national heroes made such a big effort to achieve a positive decision about the land issue, which is the main indicator of national identity.

Әдебиеттер тізімі

1 Кесиши, Ө. Алаш қозғалысы және қазақ ұлтының мәселесі. Ұлтшылдық пен ұлтаралық журнал. Том 45, 2017. - 6-шығарылым. - Рр. 1135-1149. [Http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00905992](http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00905992) сайты, 2017 [Электр. ресурс]. (28.05.2018 қаралды).

2 Kendirbay, G. The national liberation movement of the Kazakh intelligentsia at the beginning of the 20th century. Central Asia Survey, -1997. Volume 16, Issue 4. [Электр. resources]. Available at: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02634939708401009> (accessed 29.05.2018).

- 3 Сақ, Қ. Алаштың публицистикасы: жер мәселесі. - Т.1. / Қ.Сақ - Алматы: Қазақ энциклопедиясы, 2014.
- 4 Махат, Д.А. Телжан Шонанұлы және жер мәселесі: «Түркістан мутариясынан Алаш автономиясына дейін: қазақ мемлекеттілігінің негіздері және тарихи өзара қарым-қатынасы» ғылыми конференциясы. - Астана: Фолиант, 2014. - 271 б.
- 5 Орталық Азиядағы өркениеттер тарихының тарихы // XIX ғасырдың ортасынан XX ғасырдың аяғына дейінгі қазіргі кезең. Серия: тарих, / Автор: Adle, Chahryar; Палат, Маджван К., Табышалиева А. - Париж: Импринт, 2005. ЮНЕСКО, ISBN 92-3-103985-7
- 6 Тілешев, Е., Қамзабекұлы, Д. Алаш қозғалысы (Құжаттар мен материалдар) / Е. Тілешев, Д. Қамзабекұлы - Алматы: Сардар, 2004. - 528 б.
- 7 Хомохиго, У. Ресей мен Орта Азиядағы ислам және саясатта 1916 жылғы көтеріліс және Алаш қозғалысы (ХҮІІІ ғасырдың соңы - ХХ ғасырдың басы). Sephane A. Dudoignon және Komatsu Hisao (Лондон: Kegan Paul), 2001. 86-7. [Электр. ресурсы] http://www.sras.org/alah_orda_kazakh. (28.05.2018 қаралды).
- 8 Meaning of democracy from Wikipedia dictionary. Available at: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D0%BC%D0%BE%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%8F> [Internet resource]. (accessed 28.05.2018).
- 9 Орталық Азия тарихы. Заманауи кезең: Декадженнің жастары. [интернет ресурсы] <https://www.britannica.com/topic/history-of-Central-Asia/The-modern-period-the-age-of-decadence#ref598593>. (29.05.2018 қаралды).
- 10 Аймауытов, Ж. Бес томдық композициялар жинағы. - Алматы: «Ғылым», 1999. - 275 б.
- 11 Субханбердина, У., Дәуітов, С., Сақов, Қ. «Qazaq» газеті. / У. Субханбердиева, С. Дәуітов, Қ. Сақов - Алматы: Қазақ энциклопедиясы, 1998. - 420 б.
- 12 Байтұрсынов, Ә. Ақжол: Өлеңдер, шығармалар және басылымдар, - Алматы: Жалын, 1991. - 247 б.
- 13 Жүсіп, С.А. Ә.Бөкейханның толық келбеті. - Астана: Сарыарқа, 2013. -130 б.
- 14 Сәрсенбин, У., Алаш зиялылары жер мәселесі бойынша пікірі. [Электр. ресурсы] - URL: <http://abai.kz/post/view?id=8743> (29.05.2018 қаралды).

А. Сайлауқызы, Қ. Сақ

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

Алаш публицистикасы және Қазақстандағы журналистика: жер мәселесін шешудің демократиялық жолдары

Аннотация: Бұл мақалада Алаш қайраткерлерінің публицистикасында сөз болған жер мәселесі және оның демократиялық принциптермен үндестігі жан жақты талданады. Қазақ мемлекетін ипериялық отарлау ХІХ ғасырда пәрменді түрде жүргізілгенін жер мәселесін арқау еткен журналистік мақалалардан көре аламыз. Сол кездегі қазақ зиялылары көсемсөздің пәрменімен сол езгіге қарсы бой көтеріп, халықтың санасын оята отырып, демократиялық қағидалар негізінде құқын қорғауға шақыра білді. Мақала авторлары Алаш қайраткерлерінің тәуелсіз журналистика күшімен қоғамдық пікір туғызу арқылы, қоғамдық сананы қалыптастыруды көздегенін ғылыми негізде дәлелдеуге тырысқан.

Кілт сөздер: Алаш көсемсөзі, Қазақстан, жер мәселесі, журналистика, демократия, публицистика.

А. Сайлауқызы, Қ. Сақ

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

Публицистика Алаша и журналистика в Казахстане: демократические пути решения земельной проблемы

Аннотация: В данной статье анализируются публицистика деятелей Алаш и дается оценка по демократическим принципам. История казахской независимой журналистики тесно связана с публикациями интеллектуалов Алаша. В 80-е годы ХІХ века Российская империя начала активную колонизацию

казахских земель. Интеллигенция Алаш могла противостоять колониальной политике, используя журналистику и публицистику в качестве эффективного инструмента гражданского общества. Статьи Алашовцев поражают примерами демократического подхода к решению земельной проблемы. Основываясь на письменных работах публицистов и журналистов Алаша, мы можем увидеть отличные примеры влияния на общественное сознание, порождая общественное мнение.

Ключевые слова: Публицистика Алаша, Казахстан, земельный вопрос, журналистика, демократия, нация.

Reference

- 1 Kesici, O. The Alash movement and the question of Kazakh ethnicity. The Journal of Nationalism and Ethnicity. - 2017, Volume 45. - Issue 6. P. 1135-1149. [Internet resources] Available at: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00905992>. 2017. (accessed 28.05.2018).
- 2 Kendirbay, G. The national liberation movement of the Kazakh intelligentsia at the beginning of the 20th century. Central Asia Survey, -1997. Volume 16, 1997-issue 4. Available at: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02634939708401009> [Internet resources]. (accessed 29.05.2018).
- 3 Sak, K. Alash publicism: land question. – Т.1. (Kazakh encyclopedia, Almaty, 2014. - p. 286).
- 4 Makhat, D.A. TelzhanShonanuly and land issue. In the Proceedings of the 2014 scientific conference “From Turkestan mukhtariyat to the Alash autonomy: bases of the Kazakh statehood and historical interrelation”. (Foilene, Astana, 2014. - p. 271).
- 5 Adle, Ch., Palat, M., Tabyshalieva A. History of Central Asia Title: History of civilizations of Central Asia, v. 6: Towards the contemporary period: from the mid-nineteenth to the end of the twentieth century, Series: Multiple history, /Author: Adle, Chahryar; Palat, Madhavan K.; Tabyshalieva A. (Imprint: Paris, 2005. UNESCO, ISBN 92-3-103985-7)
- 6 Tleshev, E. Kamzabekuly, D. Alash movement (Documents and materials). (Sardar, Almaty, 2004. - p. 528).
- 7 Homohiko, U. Two Attempts at building a Qazaq State: The Revolt of 1916 and the Alash Movement, in Islam and Politics in Russia and Central Asia (Early Eighteenth to Late Twentieth Centuries), eds. Sephane A. Dudoignon and Komatsu Hisao (Kegan Paul, London, 2001. 86-7). [electronic resource] Available at: http://www.sras.org/alash_orda_kazakh. (accessed 28.05.2018).
- 8 Meaning of democracy from Wikipedia dictionary. Available at: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D0%BC%D0%BE%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%8F> [Internet resource]. (accessed 28.05.2018).
- 9 History of Central Asia. The Modern Period: The Age Of Decadence. Available at: <https://www.britannica.com/topic/history-of-Central-Asia/The-modern-period-the-age-of-decadence#ref598593> [Internet resource]. (accessed 29.05.2018).
- 10 Аймаутов, Zh. The collection of compositions in five volumes. (Almaty, Gylym, 1999. - p. 275).
- 11 Subkhanberdina, U., Dautov, S., Sakhov, K. Qazaq» newspaper. (Encyclopedia, Almaty, 1998. - p. 420).
- 12 Baytursynov, A. AkZhol: Verses, works and publication. (Zhalyn, Almaty, 1991. - p. 247).
- 13 Zhussip, S.A. Full volume of A. Bukeykhan works. (Saryarka, Astana, 2013. - p. 130).
- 14 Sarsenbin, U., 2016. Alash intellectuals opinion on the land question. [Internet resource] Available at: <http://abai.kz/post/view?id=8743>. [in Kazakh] (accessed 29.05.2018).

Авторлар туралы мәліметтер:

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

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

Alma Sailaukyzy – PhD student at faculty of Journalism and political science, ENU named after L.N. Gumilyov, Astana, Kazakhstan.

Kairat Sak – Professor of the L.N. Gumilyov Eurasian National University, Dean of faculty of Journalism and political science, Astana, Kazakhstan.

БАҚ ЖӘНЕ ҚОҒАМ
THE MEDIA AND SOCIETY
СМИ И ОБЩЕСТВО



ХҒТАР 19.01.11

Ұ.М. Есенбекова

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

Қоғам мен коммуникацияның интерактивті үлгісі және виртуалды саясат тұжырымы

Аңдатпа. Мақалада жаңа медиалардың қоғамдағы маңызы артып, рөлінің күшеюі қарастырылған. Ғылыми терминологияға жаңа коммуникативтік құралдар немесе жаңа медиа ұғымы ХХ-ғасырдың соңында енгізіле бастады. Ақпараттық прогрестің әсерімен дәстүрлі медиалармен қатар, қоғамда коммуникацияның интерактивті үлгісі пайда болды.

Олардың көмегімен саяси құрылымдар, экономикалық топтар қоғамды өзіне қаратуға тырысады. Электоралды кезеңдерде саяси партиялар өз бағдарламаларын насихаттау үшін әлеуметтік желілерге, жаңа медиа мен Интернетке жүгінеді.

Автор мақаласында виртуалды саясат ұғымына талдау жасайды. Нақты саясат пен сананы бұрмалауға арналған технологияларды қолданатын виртуалды саясаттың көріністерін сипаттайды. Виртуалды саясатта қоғам да, халық та нақты саясаттан шеттетіледі.

Қоғамдағы виртуалды саясат пен нақты саясат арасындағы айырмашылықты халыққа көрсетіп түсіндіруде саяси күштердің маңызы ерекше.

Түйін сөздер: жаңа медиа, интерактивті медиа, коммуникациядағы интерактивті үлгі, виртуалды саясат, сананы бұрмалау технологиясы.

Кіріспе мен мақсаты. Автор өз жұмысын жаңа медиалардың қоғамдағы маңыз мен рөлін зерттеуге арнаған. Қазіргі кезде ақпараттық прогрестің әсерімен дәстүрлі медиалармен қатар, қоғамда коммуникацияның интерактивті үлгісі пайда болды. Бұл жұмыстың мақсаты – қоғам мен коммуникация арасындағы интерактивтілік пен виртуалды саясат тұжырымын жан-жақты талдау.

Сонымен бірге, мақалада виртуалды саясат ұғымына талдау жасалып, виртуалды саясат пен нақты саясат арасындағы айырмашылықтар айқындалған.

Бүгінгі әлемде медиа құрылымдардың, оның ішінде жаңа медианың ықпалы күшеюде. Жаңа медиа қоғамға да, билікке де қатты әсер етеді. Батыстың демократиялық институттары қоғамның өзгеруінің индикаторы деп медиалардың өзгеруін бақылайды. Жаңа медиалардың болмысына қарап билік пен қоғамдағы демократия деңгейін болжауға болады. Ақпараттық прогрестің әсерімен дәстүрлі медиалармен қатар, жаңа медиалар пайда болды. Жаңа медиаларды басқару, бақылауда ұстау өте қиын, тіпті, мүмкін емес. Қоғамдық пікірді қалыптастыруда олардың ықпалы орасан зор.

Желілік медиалар мен әлеуметтік желілер ақпарат алмасу деңгейін бірнеше сатыға көтеріп жіберді. Жаңа медиа түрлерінде цензура жоқ, олардың форматы да кең.

Жаңа заман медиалары адамдардың өздерін ұйымдастыруға, бір мақсатқа жұмылдыруға таптырмайтын платформа екенін дәлелдеді. 2010 жылдан бері араб және африкалық біраз мемлекеттерде (Тунис, Мысыр, Ливия, Бахрейн, Сирия, Йеменде) жаппай көтерілістер

мен революцияларда әлеуметтік желілердің рөлі аз болған жоқ. Халықты ұйымдастыруда, ақпарат таратуда олардың барлық потенциалы ашылды. Билік қаншама тырысқанымен Интернеттегі көңіл-күйге әсер ете алмады. Халықтың революциялық көңіл-күйін әлеуметтік желілер өршітіп жіберді. Жаңа замандағы медианың күші сол оқиғалар мен таратылған хабарлардан жақсы байқалды [1, 67.].

Жаңа медиалардың көмегімен саяси құрылымдар ғана емес, экономикалық топтар да біріне-бірі айыптар тағып жатады. Қоғамды өзіне қаратуға тырысады. Электоралды кезеңдерде де саяси партиялар бағдарламаларын насихаттау үшін әлеуметтік желілер мен блогтарға, яғни, жаңа медиа мен Интернетке жүгінеді. Сайлаушыларының назарын аударғысы келеді. Жақтастарының санын солардың көмегімен көбейтуге тырысады.

Ғылыми термин ретінде **жаңа бұқаралық коммуникативтік құралдар** немесе **жаңа медиа** деген ұғым ХХ-ғасырдың соңында қолданыла бастады.

Интерактивті және цифрлық тәсілмен өңделіп, таратылатын кез-келген медиа өнімді жасай алатын ақпарат құралы жаңа медиа деп аталады.

Талқылануы мен зерттелуі. Жаңа дәуірдегі адамзат дамуында ғаламдық Интернет жүйесінің орны өте маңызды. Бүгінгі өмірімізді Интернетсіз елестету мүмкін болмай қалды. Адам мен жаңа коммуникациялық ортадағы интерактивті үлгілер мен виртуалды саясат мәселесі осы мақалада талқылануға кездейсоқ алынған жоқ. Жаңа медиалардың пайда болуында Интернет желісінің орны ерекше. Тек қана цифрлық технологиялар мен цифрлық стандарттардың өмірге келуі жаңа медианы ашуға жеткіліксіз болар еді. Интернет мәтінді, бейнекөрініс пен аудионы бір мезгілде қолдануға мүмкіндік береді [2, 126.].

Енді ақпараттық қоғам жағдайындағы саяси коммуникация мен жаңа медиалардың өзара ықпалын қарастырсақ. Бұл жерде 3 маңызды мәселеге назар аударайық:

- инфо-коммуникативтік технологиялар мен Интернеттің дамуы және қазіргі замандағы жаңа медиалардың мүмкіндіктерінің өсуі;
- жаппай Интернетке ену жағдайындағы жаңа медиалардың орны;
- жаңа медиалардың технологиялық даму бағыты.

Жаңа медиалар ақпарат тарату немесе ақпарат алу форматымен тұтынушыларды қызықтырады. Біз білетін дәстүрлі бұқаралық коммуникация құралдарына телевизия, радио, газет пен журналдарды жатқызамыз. Олар өздерінің қалыптасқан көрермені мен тыңдаушысын, оқырманын сақтап, жаңа аудитория іздеу үшін Интернетте ресурстарын ашады. Жаңа медиа деген ұғым үшін БАҚ-та екі сипаттың бірдей кездесуі басты шарт. Бірінші сипаты, жаңа медиа аталу үшін медиа цифрлы болуы тиіс. Екінші сипаты, медиа интерактивті болуы шарт. Осы екі шарт бірдей орындалса, көпшілік қауымға танылса ғана БАҚ - **жаңа медиа** деп аталады [3, 63 б.].

Айналамызда болып жатқан коммуникациялық өзгерістердің табиғаты өте күрделі. Өйткені қолданыстағы медиа технологиялар жылдан жылға күрделенуде. Америка Құрама Штаттарында Конгрестің жанында Техникалық бағалау бюросы жұмыс істейді. Бюро жұмысының басты бағыты – болашақтағы коммуникация үлгілерін жасау, қоғам мен коммуникацияның интерактивті үлгісін зерттеу. Зерттеу нысанасы да коммуникациялық процеске қатысушылардың мінез-құлқын мазмұндауға, олардың коммуникациялық орта мен қоғамдық өмірдегі ара-қатынасын болжауға арналған. Сонымен қатар, Бюро қоғам технологияның әсерінен, технология қоғамның сұранысы әсерінен қалай өзгереді деген сұрақтарға жауап іздейді. Жаңа медианың қатысуымен болып жатқан бүгінгі коммуникациялық процестерді сипаттау үшін бізге теориялық модельдер жетіспейді. Бұл тапшылыққа екпіні қатты жаңа коммуникациялық технологиялар ғана кінәлі. Ойымызды анығырақ айтсақ, қазіргі теориялық база жаңа технологиялардың артынан ілесе алмауда. Ақпараттық қоғам ұғымын енгізіп, теориялық негізін қалаған ХХ-ғасырдағы ғалымдардың еңбектерінен басқа жаңа коммуникация мен қоғамдық қатынастардан туындайтын процестерді зерттейтін еңбектер көп емес [4, 146 б.].

Жаңа технологияның өзгерістерін теориялық негіздейтін еңбектер кешігіп жатыр. Жаңа технологияларды қолданудың болашақтағы әсерін, даму трендін болжайтын тұжырымдарға адамзат қоғамы қатты мұқтаж. Бұл теоретик ғалымдардың алдындағы биік мақсат.

Айналамызда болып жатқан өзгерістердің артында капитал, капиталды өсіру тұрғанын ешуақытта естен шығармаңыздар. Саясат ешуақытта экономикадан, экономика ешуақытта саясаттан бөлек дамымайды. Экономикалық реформаны бөлек, саяси процестерді бөлек жүргіземіз деген бос әурешілік немесе мағынасыз тұжырым.

Қазақстан жағдайында мемлекеттің медиа саласындағы ықпалы жоғары. Мемлекеттік, квазимемлекеттік ақпарат құралдары бюджеттің есебінен, ұлттық компаниялардың қаржысына шығады.

Барлық мемлекеттер сияқты біздің алдымыздан да жаңа медиалар ұсынатын позитивтерден басқа үлкен қауіптер шығуда. Қауіптерді дәл анықтау, Интернетте жас ұрпақты күтіп тұрған тұзақтарды көрсету қазақ қоғамы үшін де маңызды мәселе. Саяси коммуникацияның мықты құралы түрінде Интернет пен жаңа медиалар ұсынатын жақсылықты, позитивті қолданып, қауіптерден қорғану қажет [5, 167 б.].

1990-жылдардың басында «виртуалды саясат» деген термин пайда бола бастады. Виртуалды саясаттың негізінде ақпаратты басқару және бақылау арқылы қоғамдық пікірді бұрмалау қағидасы жатыр. Билікке жақын топтардың бір-бірімен күресу үшін өте қолайлы болғанымен, виртуалды саясат халық үшін пайдалы, нақты нәтижелерге жеткізбейді.

«Виртуалды» деген сөз латыннан аударғанда «мүмкін» дегенді білдіреді. Нақты өмірде кездеспейтін, бірақ белгілі жағдайларда пайда болуы мүмкін құбылыстарды айтамыз.

Қалай болғанда да «виртуалды өмір», «виртуалды шындық» деген ұғымдарды біз жиі естиміз. Ақпараттық технологиялардың әсерінен виртуалды термині жаңаша мағынаға ие болды. Виртуалды дегенде біз Интернет желісінің әсерінен адамның санасына сіңіп қалатын стереотиптерді көз алдымызға елестетеміз. Мысалы, жастардың әлеуметтік желілердегі қарым-қатынастарына келгенде психологтар нақты өмір мен виртуалды өмірді шатастырып алған деген қорытынды жасап жатады. Немесе мектеп жасындағы балалардың қатыгез ойындарға берілгендігі бала психикасына кері әсерін тигізіп, олардың нақты өмірде өздерін қатыгез болып қалыптасуына соқтырады деген пікірді жиі естиміз [6, 108 б.].

Яғни, виртуалды желілерде шынайы өмірді басқаша түрлентіп, жағымды ету арқылы адамның психикасына ықпал етуге болатынын түсінеміз. Бұндай технологиялар қоғаммен жұмыста барлық саяси күштер үшін таптырмас құрал. Сондықтан да, адамдар мен әлеуметтік топтардың көңіл-күйлерін болжап, олар күткен нәтижелерді виртуалды өмірде беру арқылы саяси күштер өз мақсаттарына жетуге ұмтылады. Виртуалды саясат жасау үшін бұқаралық ақпарат көздері ең басты құралдар болып саналады.

Қазіргі кезде виртуалды саясат жалған құбылыстарды сипаттау үшін жиі қолданылады. Нақты саяси немесе экономикалық процестерден тыс, екі жүзділікке, сананы бұрмалауға арналған технологиялардың бәрінде виртуалдылық орын алған.

Әлемдік Интернет желісінде виртуалды партиялар, қоғамдық қозғалыстар, тіпті, саясаткерлер де бар. Виртуалды саясат ақпараттық қоғамдарға тән құбылыс. Жалған құндылықтар мен жалған мақсаттарды халықтың алдына ұсыну, соған жетеміз деп насихат жүргізу көптеген мемлекеттерге тән болып барады. Биліктің виртуалды саясатқа жақындауы элитаның тыныштығын сақтау үшін қажет. Саяси және экономикалық реформалардың үлгілерін ұсына алмаған мемлекеттер халқын орындалмас армандар мен жалған үміттердің жетегінде жүруге бастайды.

Біздің Орталық Азиядағы көршілеріміздің өздері транзиттік кезеңнен ұзақ жылдар бойы шыға алмай келеді. Реформатор басшысы бар Қазақстан сияқты мемлекеттер қиындыққа қарамастан өз ресурстарына сеніп, алға жылжу жоспарын халыққа ұсына алады [7]. Виртуалды саясаттың тағы бір көрінісі шынайы қолдаушылары жоқ саяси партиялар. Олар-

дың лидерлері бар, бағдарламасы мен бастауыш ұйымдары да бар. Бірақ, олардың көпшілігі өздерінің оппозициялық статусын монетизациялау (ақшаға сатылу үшін, ақша табу үшін) үшін қолданады. Ондай виртуалды партиялар сайлау науқандары кезінде белсенділік көрсетіп, өздеріне сеніп артынан ерген сайлаушылардың дауысын сатумен айналысады. Әрине, сайлаушылар бұндай көлеңкелі саясат туралы білмейді, партияның серкелерінің айтқанына сеніп дауыс береді.

Бұқаралық коммуникативтік құралдар виртуалды партияның мақсатына жетуіне көмектесетін шешуші құрал. Бұндай партиялар мен саясаткерлер нақты өмірді емес, виртуалды өмірді өзгертіп жүргенін шатастырып алады. Олар нақты өмірде оң өзгерістер енгіземіз дегенімен ештеңе өзгермейді. Бірақ, олар халықтың шыдамы да шексіз емес екенін кеш түсінеді. Физикада «металдың қажуы» деген термин бар. Өзгермелі күштің әсерінен зақымданудың жинақталып келіп металдың сынуын немесе жарылуын металдың қажуы дейді [8, 97 б.].

Қорытынды түйін. Біздің осы зерттеген тақырыбымызда қоғам мен адам, қоғам мен мемлекет, адам мен мемлекет сияқты байланыстардың маңыздылығы бүгінгі күн тәртібіндегі басты мәселе екені анық байқалды. Польшаның көрнекті фантаст-жазушысы Станислав Лем өзінің бір философиялық фантастикасында бір мемлекет өз азаматтарының бәріне психотроптық дәрі беріп, оларды «көркейген елде жұмақтағыдай өмір сүріп жатырсындар» деп сендіргісі келгені туралы жазады. Қазіргі әлемдегі ақпараттық холдингтердің барлығының да атқаратын міндеті нақты өмірді көркемдеп, жақсы, әдемі етіп көрсету. Немесе қожайындарына қажет болса қауіп-қатерге толы, соғыстан көз ашпайтын халықтарды көрсету арқылы өз қоғамдарында қорқыныш, үрей туғызуға жұмыс істейді. Бұның бәрі жоғарыда айтылған виртуалды саясаттың нақты өмірге кірігуінен болған көріністер [9, 141 б.].

Тарихтан белгілі орыстың патшайымы Екатерина II де Ресей патшалығын Еуропадағы елдерге жағымды етіп көрсету мақсатында өзінің еуропалық жазушылармен жазысқан хаттарында «виртуалды саясаттың» көмегіне жүгінген. «Әрбір халық өзінің даму деңгейіне лайықты басшы таңдайды» деген универсалды формуланы түсінікті тілмен Ресейдің осы патшайымы айтқан екен [10, 75 б.].

Виртуалды саясатта лобби, құпия келіссөздер мен аппараттық ойындар сияқты коммуникациялық жүйелер де кең қолданылады. Қайткенде де виртуалды саясатта қоғам да, халық та нақты саясаттан шеттетіледі. «Қосарлы стандарт» саясаты бүгінгі өмірде нақты көрінісін табуда. Халық алдына шығып коррупциямен күреске үндеген саясаткерлердің қолдарындағы мемлекеттік ресурстардың арқасында миллиардер атанып жатқанын еуропалық болсын, Қытай мен басқа қарқынды дамып жатқан азиялық елдер болсын, көршіміз Ресейден де көріп отырмыз [11, 119 б.]. Осындай жағдайда халықтың билікке деген құрметі жойылып, революциялық көңіл-күйлер күшейеді. Лондонның университеттік колледжінің славяндық және шығыс еуропалық зерттеулер мектебінің өкілі Эндрю Уилсон «...виртуалды саясат тоталитаризмге кері бұрылуға жол жоқ әлемде элита үшін демократияны басқару мен бұрмалаудың, тіпті, оны тежеудің жақсы құралы болып отыр» деген екен [12, 254 б.].

Біздің елде экономикалық реформалардың айтарлықтай нәтижелерін көріп отырған қоғамның шынайы ақпарат алуға мүмкіндіктері бар. Интернет пен жаңа медиалардың дамуының арқасында сыртқы күштердің қолдауымен қоғамдағы келісімді шайқалтуға деген әрекеттер де көрініп қалады. Қоғамдағы барлық күштердің арасындағы бәсеке шынайы болған жағдайда виртуалды саясат пен нақты саясат арасындағы айырмашылықты халыққа жеткізіп, нақты істерге ұмтылған саяси күштерді таңдауға болады. Бұл қоғам мен мемлекеттің алға дамуы үшін, елдің тәуелсіздігін қамтитын маңызы үлкен мәселелер.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Блинов, А.А. Интернет в арабском мире / А.А. Блинов // Восточная аналитика. 2011. № 2. – С. 67.
- 2 Sherry Turkle. Life on the screen: Identity in the age of Internet // First Touchstone edition. N.Y., 2007. – P. 126.
- 3 Кретов, Б. Е. Средства массовой коммуникации – элемент политической системы общества / Б.Е. Кретов // Социально-гуманитарные знания. - Москва: 2007. № 3. – 63 с..
- 4 Соловьев, А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии. - Москва: Политиздат, 2005. – 146 с.
- 5 Barber, B. Three Scenarios for the Future of Technology and Strong Democracy // Political Science Quarterly, Winter, - 2001-2002. - Vol. 113. № 4. -P. 167.
- 6 Corrado, A., Firestone, Ch., Elections in Cyberspace: Toward a New Era in American Politics. Washington, DC: Aspen Institute, - 1998. - P. 108.
- 7 www.dknews.kz/in-the-newspaper (27. 02. 2018ж. қаралды)
- 8 Grossman, L.K. The Electronic Republic: Reshaping Democracy in the Information Age New York: Viking, 2009. – p. 97.
- 9 Борисов, В.И. Станислав Лем / В.И. Борисов – Москва: Молодая гвардия, 2015. – 141 с.
- 10 Ануфриков, А. Особенности национальной охоты за голосами избирателей. / А. Ануфриков - Москва: Политический маркетинг, 2011. № 5. – 75 с.
- 11 Песков, Д.Н. Интернет в российской политике: утопия и реальность / Д.Н. Песков - Москва: Полис, 2002. – 119 с.
- 12 Dahl, R.A. Democracy and Its Critics. New Haven: Yale University Press, 2012. – p. 254.

У.М. Есенбекова

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

Интерактивная модель общества и коммуникации, концепция виртуальной политики

Аннотация. В статье рассматривается усиление новых медиа и их роль в обществе. Понятие новых инструментов коммуникации или новых медиа была введено в научную терминологию в конце XX-го века. Под влиянием информационного прогресса наряду с традиционными медиа в обществе появилась интерактивная модель коммуникации. С их помощью политические структуры и экономические группы пытаются привлечь общественность на свою сторону. В электоральный период политические партии используют социальные сети, новые медиа и Интернет для пропаганды своих программ. Автор в своей статье анализирует концепцию виртуальной политики. Описывает проявление виртуальной политики, использующих технологию манипуляции сознанием для искажения реальной политики и общественного сознания. Общество и народ в виртуальной политике исключаются из реальной политики.

Прогрессивные политические силы играют немаловажную роль в разъяснении различия между реальной политикой и виртуальной политикой в обществе.

Ключевые слова: новые медиа, интерактивные медиа, интерактивная модель коммуникации, виртуальная политика, технология манипуляция сознания.

U.M. Yessenbekova

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

Interactive Model of Community and Communication and the Virtual Policy Concept

Abstract. The article considers strengthening of new media and their role in the society. The concept of new communication tools or new media was introduced into scientific terminology at the end of the XX century. Under the influence of information progress, along with traditional media, an interactive

model of communication has appeared in the society. With their help, political structures and economic groups try to attract the public to their side. In the electoral period, political parties use social networks, new media and the Internet to promote their campaigns.

The author of the article analyzes the concept of virtual politics. The article describes the manifestation of a virtual policy using the technology of manipulation of consciousness to distort real politics and public consciousness. Society and people in virtual politics are excluded from the real politics. Progressive political forces play an important role in explaining the difference between real politics and virtual politics in the society.

Key words: new media, interactive media, interactive communication model, virtual politics, consciousness manipulation technology.

Reference

- 1 Blinov, A.A. Internet v arabskom mire [Internet v arabskom mire] // Vostochnaja analitika. (2), 67 (2011).
- 2 Sherry, Turkle. Life on the screen: Identity in the age of Internet. / Turkle Sherry // First Touchstone edition N.Y., (2007, P. 126).
- 3 Kretov, B. E. Sredstva massovoj kommunikacii – jelement politicheskoj sistemy obshhestva [Mass communication is an element of the political system of society]. / В.Е. Кретов // Social'no-gumanitarnye znaniya [Social and humanitarian knowledge]. (3), 63 (2007).
- 4 Solov'ev, A.I. Politologiya: Politicheskaja teorija, politicheskie tehnologii [Political Science: Political Theory, Political Technologies]. (Political, Moscow, 2005. 146 p.).
- 5 Barber, B. Three Scenarios for the Future of Technology and Strong Democracy, Political Science Quarterly, Winter, 2001-2002. 113. (4), 167 p.).
- 6 Corrado, A., Firestone Ch., Elections in Cyberspace: Toward a New Era in American Politics. (Aspen Institute, Washington, DC 1998, 108p.).
- 7 [Internet resource] www.dknews.kz/in-the-newspaper (Reviewed on 27. 02. 2018)
- 8 Grossman, L.K. The Electronic Republic: Reshaping Democracy in the Information Age. (Viking, New York, 2009. 97p.).
- 9 Borisov, V.I. Stanislav Lem [Stanislav Lem] . (Molodaja gvardija, Moscow, 2015, 141p.).
- 10 Anufrikov, A. Osobennosti nacional'noj ohoty za golosami izbiratelej [Features of National Hunt for Voters] Politicheskij marketing, (Moscow, 2011. № 5. - P. 75).
- 11 Peskov, D.N. Internet v rossijskoj politike: utopija i real'nost' [Internet in Russian politics: utopia and reality]. (Polis, Moscow, 2002. 119 p.).
- 12 Dahl, R.A. Democracy and Its Critics. (Yale University Press, New Haven, 2012. 254 p.).

Автор туралы мәлімет:

Есенбекова Ұ.М. - филология ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор. Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қ. Сәтпаев көш. 2, Астана, Қазақстан.

Yessenbekova U.M. - Candidate of Philology, Associate Professor. L.N. Gumilyov Eurasian National University, K. Satpayev str. 2, Astana, Kazakhstan.

МРНТИ 19.21.11

А.М. Жусупова

*Костанайский государственный университет имени А. Байтурсынова, Костанай, Казахстан
(E-mail: zhussupova_a@mail.ru)*

Предпринимательская журналистика как вектор журналистского образования

Аннотация. По не официальным сведениям, в Костанайской области, трудится около 300 журналистов. При том, что работодатели отмечают текучесть кадров резкого сокращения журналистского состава не наблюдается. Наоборот, потребность в профессиональных журналистах растет, особенно в городских и районных СМИ. Это же подтверждают данные экспресс исследования, которые были проведены исследователями факультета журналистики КазНУ имени аль Фараби и кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента КГУ имени А.Байтурсынова. Более того, отмечается динамика роста занятости журналистов в электронных СМИ, а точнее Интернет ресурсах. Социальные сети все больше становятся привлекательной платформой для зарождения новых медиа. В связи с этим встает вопрос о поиске нового подхода к журналистскому образованию. В статье анализируются результаты экспресс опроса только одного региона и представлена попытка заявить о необходимости глубоких исследований и совершенствования образовательной программы для журналистов.

Ключевые слова: Интернет СМИ, медиабизнес, медиаиндустрия, журналистика, цифровизация СМИ, новые модели медиа.

Подготовку журналистов КГУ имени Байтурсынова ведет с 1996 года. С 2010 года здесь осуществили первый прием студентов на обучение по специальности магистратуры «6M050400-Журналистика». В этом учебном году (2017-2018гг.) кафедра «Журналистики и коммуникационного менеджмента» КГУ имени А. Байтурсынова впервые, после получения лицензии (приказ № 763, ККСОН МОН РК от 19 мая 217 г.) приступила к подготовке докторантов по специальности 6D050400 – журналистика. Все эти шаги направлены на совершенствование журналистского образования в регионе. Рынок труда постсоветского периода «журналистику» поставил в один ряд самых востребованных специальностей. В то время как дипломированных специалистов из столичных городов в северные провинции никакими реформами в экономике невозможно было заманить, то и проблему решать пришлось региональному вузу. Сегодня по данным Управления внутренней политики акимата Костанайской области структура средств массовой информации (на 1 января 2018 года), представлена 120 СМИ: в том числе 87 печатных изданий, 33 электронных [1]. И это газеты, журналы, их Интернет приложения, телерадиовещательные организации как производящие контент, так и ретранслирующие. Особенно привлекает внимание, что за последние годы о себе заявили информационные агентства, функционирующие в виртуальной сети. В ведущих областных СМИ (региональные газеты «Костанай таңы» «Наша газета», «Костанайские новости», ОТРК «Казахстан-Костанай», ТРК «Алау» и т.д.) сегодня до 50-60% журналистского состава трудовых коллективов составляют выпускники костанайского университета, которые предпочли развивать свой творческий потенциал в устойчивых, стабильно развивающихся СМИ. Этому находим подтверждение в ходе анкетирования по развитию «предпринимательской журналистики в Казахстане», которое было проведено совместно с исследователями факультета журналистики КазНУ имени аль Фараби в январе 2018 года оперативным путем. По Костанайской области на вопросы анкеты ответили 25 человек, практически все выпускники нашего университета. Выяснилось, что до 40 % опрошенных работают в коллективах, в которых трудятся от 50 до 100 человек. Достаточно солидный показатель коллективов, где работают до 15 и до 50 человек, от 24-28%, что свидетельствует о росте более компактных творческих организаций. Таковые, как правило, наблюдаются в виртуальных сетях.

1. Какова численность сотрудников вашей организации в настоящее время?

До 15 человек	24%
От 16 до 50 человек	28%
От 50 до 100 человек	40%
Свыше 1000 человек	8%

Мониторинг последних трех лет свидетельствует о том, что из 102 выпускников бакалавриата «Журналистика» 75 трудоустроены в средствах массовой информации Костанайской области, г. Астаны, Алматы, Актюбинска, Кокшетау и приграничных областей России. Из них 30 трудоустроенных выпускников обучались на государственном языке.

Самые успешные выпускники бакалавриата продолжают обучение по специальности в магистратуре родного вуза. Так из 23 выпускников магистратуры КГУ имени А.Байтурсынова по специальности «Журналистика» - все занимаются научно-педагогической или профессиональной деятельностью.

Если же структуру СМИ области анализировать с точки зрения формы собственности, то из 120 средств массовой информации: 10% -государственные, 8% - государственно-частные, более 83 % - частные [1]. В этой же статистике значатся 5 информационных агентств и сетевых ресурсов, которые набирают популярность среди студентов журналистов как места прохождения профессиональной практики и дальнейшего трудоустройства. По отзывам некоторых руководителей традиционных СМИ, последние 3 года наблюдаются текучесть журналистских кадров (25-30%) и сокращение тиража общественно-политических изданий (30%) из-за распространения Интернет ресурсов. Динамика «перетока» журналистских кадров в сетевые ресурсы не настолько активная как это может быть в городах Алматы и Астана. В большинстве своем журналисты предпочитают традиционные формы трудоустройства. По результатам мониторинга, проведенного в сентябре 2017 года видим, что за последние 3 года более 26% трудоустроенных выпускников находят себе применения в газете, столько же на телевидении. И только 3% устраиваются работать в Интернет СМИ. С каждым годом увеличивается число (более 20%) поступивших на работу выпускников в пресс-службы различных производственных предприятий, государственных и других учреждений, что свидетельствует о возрастающей роли связей с общественностью как вида человеческой деятельности и деловой активности организаций.

Судя по данным последнего исследования о развитии предпринимательской журналистики в Казахстане, становится ясным, что ситуация меняется по мере развития информационно-коммуникационных технологий, цифровизации СМИ, потому что все больше молодых журналистов для журналистской деятельности выбирают Интернет СМИ (20% на январь 2018г.). Именно об этом свидетельствуют ответы на 2 вопрос анкетирования (январь 2018г.), представленные ниже:

2. К какой сфере журналистской и коммуникативной деятельности относится деятельность, которую вы представляете?

Значение	Количество
Газета	40%
Радио	0%
Телевидение	20%
Интернет версия газеты	16%
Интернет версия телевидения	0%
Интернет версия радио	0%
Интернет СМИ	20%
Социальные сети, Блогосфера	12%
Пресс-служба, PR	24%

Изучая ситуацию в региональной журналистике и возможностях открытия нового медиа бизнеса, были опрошены только практикующие журналисты и PR специалисты. Из числа принявших участие: 30 % работают в газетах, 24% представляют пресс-службы и по 20 % - телевидение и Интернет СМИ в равном значении. Почти 10% участников анкетирования – представители социальных сетей и блогеры. Допускаем, что последняя цифра это первый признак тенденции характерной для общемировой практики, переход журналистов из традиционных в сетевые СМИ.

Конкурентная среда региональных СМИ сейчас переместилась в виртуальное пространство, поскольку все ведущие СМИ области ведут активную работу по развитию официальных Интернет сайтов. К примеру, официальный сайт региональной газеты «Костанайские новости» сегодня составил почти 95 тысяча подписчиков, тогда как общий тираж печатной версии за неделю — свыше 82000 экземпляров [2, 3]. Объем также популярной в области «Нашей газеты» составляет 40 полос, основные ее продажи происходят в Костанаве, в Рудном, Лисаковске. Обычный тираж газеты составляет от 12-14 тысяч. Заявленная издателями аудитория сайта газеты - ng.kz - до 42 тысяч человек, но по прогнозам она гораздо больше, «половина жителей области точно читают газету» [4, 5]. Журналисты склонны реально оценивать конкурентную среду, так что данные представленные в ответах на 3 вопрос относительно объективны.

3. Оцените примерное количество конкурентов медиабизнеса, предлагающих аналогичную продукцию?

Нет конкурентов	4%
От 1 до 3 конкурентов	32%
От 4 до 10 конкурентов	36%
Более 10 конкурентов	20%
Затрудняюсь ответить	8%

Между тем, ответы респондентов на 4 вопрос анкетирования у исследователей оставляют двойное ощущение. При том, что 56% опрошенных отмечают, что число конкурентов увеличилось, тем не менее, 40% остаются при мнении, что конкурентов не прибавилось. Возможно, подводит профессиональное чутье, недостаточный опыт редакционной практики или все-таки требуются более детальные изучения медиасреды и самоидентификации журналиста в данном региональном информационном пространстве.

4. Как изменилось число конкурентов медиа бизнеса за последние 3 года?

Увеличилось	14 (56%)
Сократилось	1 (4%)
Не изменилось	10 (40%)
Затрудняюсь ответить	0%

В большинстве своем респонденты считают, что барьеры, возникающие при ведении медиабизнеса в основном преодолимые, но при значительных административных затратах. Так считают 52% опрошенных и только 4 % считают, что нет необходимости преодолевать обозначенные препятствия, потому что «ниши полностью заняты и «удивить» чем-то «покупателя товара» будет очень сложно (вопрос 5).

5. По вашей оценке, насколько преодолимы барьеры для ведения журналистской деятельности и открытия нового медиа бизнеса на рынке, который вы представляете?

Есть непреодолимые административные барьеры	4%
Есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат	52%
Административные барьеры есть, но они преодолимы без существе	16%
Нет административных барьеров	0%
Затрудняюсь ответить	28%
Нет необходимости в этом, т.к. ниши полностью заняты	4%

К сожалению, 28% опрошенных затруднились ответить на данный вопрос, что также подводит к разным сомнениям, в том числе о готовности региональных журналистов брать на себя ответственность за использование новых информационных и коммуникационных технологий, создание новых типов и моделей СМИ с содержательным контентом. В череде этих

вопросов есть и те, что свидетельствуют о недостаточности у вчерашнего выпускника необходимых знаний и деловых компетенций. В телефонном интервью главный редактор областной газеты «Костанайские новости», доктор социологии Сергей Васильевич Харченко отметил очень важную на сегодня тенденцию: «...в журналистику идут люди не для того, чтобы быть профессиональными журналистами, а для того, чтобы иметь диплом...». Учебная программа в университете так построена, что студенты получают теоретические знания, практические навыки на лекционных, практических и студийных занятиях. Учатся писать тексты, работать с видеокамерой, управлять режиссерским пультом, аудиомикшером, знакомятся с программами аудио и видеомонтажа, готовят публикации для студенческой газеты и университетского журнала. Эти же навыки они развивают на занятиях специализированных дисциплин, таких как Профессионально-творческий практикум и дисциплин компонента по выбору. Но требования к современному журналисту возрастают и нет редактора, который бы полностью был удовлетворен выпускником университета. Эта интонация из уст медиаменеджеров прослеживалась и в ходе ежегодного анкетирования работодателей.

Университет поддерживает тесные связи практически со всеми средствами массовой информации области, которые выступают производственной базой трудоустройства, профессиональной и исследовательской практик. При филиалах кафедры, из числа СМИ области, магистранты имеют возможность проводить научно-исследовательскую работу (НИРМ), а также исследовательскую практику. Это развивает компетенцию профилизации, которая предполагает установку на знакомство с полным циклом медиа производства. Филиалами кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента являются КОФ АО РТРК «Казахстан-Костанай», региональная газета «Костанайские новости», областная газета «Қостанай таңы», городская газета «Наш Костанай», «Тобол инфо».

Базами профессиональных практик специальности (20 договоров) являются еженедельник «Наша газета», радио «Караван новостей», газета «Учительская плюс», Затобольская районная газета «Арна», Лисаковская газета «Позитив», Департамент внутренней политики Костанайской области, общественно-политическая газета «Костанай АГРО», пресс-служба ССГПО, ТВС (г.Рудный), Медиастудия КГУ имени А.Байтурсынова и т.д. На рисунках 1 и 2, представленные к 6 и 7 вопросу, мы узнаем о существующих барьерах в современной журналистике. Среди самых важных эксперты и отметили: слабую подготовку студентов журналистов в университетах, неэффективный медиаменеджмент, ограничение творческой свободы, низкую заработную плату, текучесть кадров, не добросовестную конкурентную среду и т.д. Практически эти же проблемы обозначены как те, что необходимо преодолеть.

6. Укажите по степени важности, какие барьеры для ведения журналистской деятельности и открытия нового медиа бизнеса существуют на рынке, который вы представляете?



Рисунок 1. Барьеры

7. Укажите по степени важности преодолимые барьеры для ведения журналистской деятельности и открытия нового медиа бизнеса на рынке, который вы представляете?



Рисунок 2. Преодолимые барьеры

К перечисленным барьерам респонденты добавили еще несколько важных препятствий, влияющих на развитие в регионе СМИ – административные сложности постановки на учет СМИ и проблемы с дальнейшим его финансированием. Актуализированные нашими экспертами барьеры свидетельствуют о необходимости подготовки журналистов совершенно новой формации.

По не подтвержденным данным, в Костанайской области, трудится около 300 журналистов. При 25-30% текучести кадров, которую отмечают руководители традиционных СМИ, в частности, гл. редактор областной газеты «Костанайские новости» Харченко С.В., тем не менее резкого сокращения журналистского состава не наблюдается. Наоборот, потребность в профессиональных журналистах растет, особенно в городских и районных СМИ. Другой вопрос, что далеко не все выпускники проявляют желание вернуться в родные города и села, стараются остаться как минимум в областном центре, а в лучшем - уехать в столицу и другие регионы Казахстана, России. Руководители СМИ отмечают, что прибывающие в редакцию выпускники часто не имеют достаточной профессиональной подготовки. Это же подтверждают данные экспресс исследования. На вопрос «Знаний в какой области не дополучает студент-журналист для ведения журналистской деятельности и открытия нового медиабизнеса?» наиболее часто эксперты указали: навыков написания текстов, языка и стиля СМИ, экономических знаний, предпринимательства, маркетинга, интернет журналистики, профессиональной и деловой этики, новых журналистских технологий, мультимедиа технологий.

8. Укажите по степени важности знаний в какой области недополучает студент-журналист для ведения журналистской деятельности и открытия нового медиа бизнеса?



Рисунок 3 Рейтинг необходимых современному журналисту знаний

В последние годы работодатели проявляют заинтересованность в подготовке специалистов через обучение их в магистратуре, что свидетельствует о том, что редакции адаптируются к сложным условиям рынка труда и заинтересованы в журналистах с новыми представлениями о журналистике и ее роли в обществе. В соответствии с рекомендациями и пожеланиями работодателей в Каталог элективных дисциплин специальности 6М050400 – Журналистика (научно-педагогическое направление) в компонент по выбору введены профильные дисциплины: «Развитие медиа компетентности и критического мышления», «Медиаэкономика», «Риторика. Деловое общение», «Методология и методика медиа исследований», «Современные медиатехнологии», «Стратегический менеджмент в СМИ», «Организация телевидения (продюсерская деятельность)» и др. Практико ориентированные элективные дисциплины введены и в бакалавриате.

Обобщение результатов экспресс-опроса, изучение опыта зарубежных вузов, заставляет задуматься о поиске возможностей внедрения образовательной программы «Предпринимательская журналистика», в рамках которой вуз мог бы подготавливать своих выпускников к быстро меняющейся ситуации в медиа индустрии. Новые медиа и цифровые технологии, распространение СМИ в Интернете, новые бизнес-модели СМИ - требуют соответствующей подготовки специалистов, способных успешно вести не только социально-значимые проекты, но и решать управленческие и финансовые проблемы. В условиях быстрорастущего информационного пространства, мобильного Интернет и блог сферы вопросы ответственности журналиста не должны терять своей важности.

Образовательная программа «Предпринимательская журналистика» для вуза это возможность познакомиться с инновационными подходами в предпринимательстве, создании новой цифровой журналистики и поиске путей финансирования, служения интересам своей аудитории. Данная программа направлена на подготовку журналистов, способных создавать собственные медийные стартапы, новые бизнес-модели СМИ, вносить инновации в уже существующие СМИ, изучать современные технологии наряду с основами бизнеса. Это, прежде всего, усиливает профессиональные качества выпускника, для которого умение работать на разных площадках - главное конкурентное преимущество современного журналиста. Задача преподавателя вуза помочь студенту сформироваться не только как наемный работник СМИ, но и как специалист, способный создать свой медиа проект, а возможно, и собственные масс-медиа. Но для этого нужно иметь в стенах вуза соответствующие условия, медиа лабораторию, организовывать квалификационную переподготовку преподавателей вуза.

Электрон. науч. журн. Медиаскоп, 2011. – №3. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/859>
(Дата обращения 12.02.2018).

Әдебиеттер тізімі

- 1 Саясат-Костанай. Управление внутренней политики акимата Костанайской области. [Электронный ресурс]. - URL: <https://gov.kz/statistika-i-analitika/statisticheskie-dannye/struktura-sredstv-massovoy-informatsii-kostanayskoy-oblasti/index.php>
- 2 Костанайские новости [Электронный ресурс]. - URL: <https://vk.com/kstnews> 05/10/2018
- 3 Наша газета-Костанай. [Электронный ресурс]. -URL: <http://pro-kostanay.net/maps/kultura-smi/nasha-gazeta-kostanai.html>
- 4 Ибраева Г., Жусипова А., Мусаева К. Есть ли в Казахстане предпринимательская журналистика? / Г. Ибраева и др. // - Алматы: Каз. нац. унив. им. аль-Фараби, 2017. - №4 (46), - 156 б.
- 5 Жусипова А. Особенности практико-ориентированного обучение будущих журналистов // Многопрофильный научный журнал «3i: интеллект, идея, инновация». - Кустанай, - №3, 2016. – 157-163 с.

А.М. Жүсіпова

А. Байтұрсынов атындағы Қостанай мемлекеттік университеті, Қостанай, Қазақстан

Кәсіпкерлік журналистика журналистік білім берудің саласы ретінде

Андатпа. Ресми емес деректерге сүйенсек, Қостанай облысында 300 тарта журналистер қызмет етеді екен. Жұмыс берушілердің айтуынша журналист кадрларының қысқаруы байқалмайды. Керісінше, кәсіби журналистерге деген сұраныс артып отыр, әсіресе қалалық және аудандық БАҚ аса зәрулік танытуда. Бұған аль-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың журналистика факультеті мен А. Байтұрсынов атындағы ҚМУ журналистика және коммуникациялық менеджмент кафедрасының біріге жүргізген экспресс зерттеуінің нәтижесі де дәлел бола алады. Сонымен қатар, электронды БАҚ-ты атап айтар болсақ, Интернет ресурстарда жұмыс жасайтын журналистердің саны артып отыр. Осыған байланысты әлеуметтік желілер жаңа медианың пайда болуына әсері мол платформаға айналууда. Мақалада экспресс сауалнаманың аймақтағы нәтижесі сарапталып, журналистерге білім беру бағдарламасын жетілдіру және оның терең зерттеуді қажет ететіндігі жайлы айтылған.

Түйін сөздер: Интернет БАҚ, медиабизнес, медиаөндіріс, журналистика, сандық БАҚ, медианың жаңа моделі.

A.M. Zhussupova

A. Baitursynov Kostanay State University, Kostanay, Kazakhstan

Entrepreneurial Journalism as a Vector of Journalistic Education

Abstract: According to non-official information, about 300 journalists work in Kostanay region. Despite the fact that employers note a staff turnover, a sharp reduction in the number of journalists is not observed. On the contrary, the need for professional journalists is growing, especially in urban and regional media. The same is confirmed by the data of the express research made by scientists of the Journalism Faculty of the al-Farabi Kazakh National University and the Journalism and Communication Management Department of the A. Baitursynov Kostanay State University. Moreover, we can note a dynamics of the increase in the employment of journalists in electronic media and more exactly in the Internet resources. Social networks are increasingly becoming an attractive platform for the emergence of new media. In this regard the question of finding a new approach to journalistic education arises. In this article the results of an express survey of only one region are analyzed and an attempt to substantiate the need for in-depth research and improvement of the educational program for journalists is presented.

Key words: Internet media, media business, media industry, journalism, mass media digitalization, new media models.

References

- 1 Sayasat-Kostanay. Department of Internal Policy of Akimat of Kostanay Region. [Electronic resource]. - URL: <https://gov.kz/statistika-i-analitika/statisticheskie-dannye/struktura-sredstv-massovoy-informatsii-kostanayskoy-oblasti/index.php> [in Russian].
- 2 Kostanayskiye novosti Media [Kostanay news Media.]. [Elektronnyiy resurs]. - URL: <https://vk.com/kstnews> 05/10/2018 [in Russian].
- 3 Nasha gazeta Kostanay [Our newspaper-Kostanay.]. [Elektronnyiy resurs]. - URL: <https://pro-kostanay.net/maps/kultura-smi/nasha-gazeta-kostanai.html> [in Russian].
- 4 Ibraeva, G., Zhussupova, A., Musaeva, K. Est' li v Kazahstane predprinimatel'skaya zhurnalistika? [Is there any business journalism in Kazakhstan?]. (Kazak universities, Almaty, 2017. №4 (46), 156 p.). [in Russian].
- 5 Zhussupova, A. Osobennosti praktiko-orentirovannogo obuchenie budushchih zhurnalistov [Peculiarities of practical training of future journalists] // Multidisciplinary scientific journal «3i: intellect, idea, innovation» [Multidisciplinary scientific journal «3i: Intellect, Idea, Innovation»]. (Kostanay, 2016, №3. – 157-163 pp.). [in Russian].

Автор туралы мәлімет:

Жусупова А.М. - А. Байтұрсынов атындағы Қостанай мемлекеттік университеті, Қостанай, Қазақстан.

Zhussupova A.M. - Kostanay State University named after A. Baitursynov, Kostanay, Kazakhstan

МРНТИ 19.45.03

G.S. Sultanbayeva¹, O.P. Lozhnikova², M.K. Kumarova³

¹²*Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan*

³*L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan*

Human Capital as an Intellectual Investment in the Future

Abstract. Human capital is a stock of knowledge, skills and motivations. Its investment can include education, accumulation of production experience, health protection, geographical mobility and information retrieval. The article says that Kazakhstan provides conditions for the development of human capital in the formation of an intellectual society. The idea of forming an intellectual society is one of the most principled systems of initiative of the head of our state. Human capital in our country is the most effective factor of economic, socio-cultural and political development. To study public opinion the authors of the article conducted surveys and works with focus groups. It is concluded that this is the main tool for the formation and development of the economy as the highest stage in the development of the world economic system. Human capital develops in an intellectual society; it is a breakthrough in the development of the education system, development of science and enhancement of the country's scientific potential.

Keywords: human capital, intellectual society, public opinion, science, education.

Introduction. The strategic objective for Kazakhstan, as well as for other developing countries, is to conduct an overall modernization, in terms of which not only institutes and mechanisms of modern society, but the modern society itself will be created. Nowadays a new division of labour is being formed- in the sphere of intellectual labour, in the sphere of scientific and cultural production and service – new knowledge economy and information society are being formed. Kazakhstan, in collaboration with its partners, can and should make every effort to enter the society of the future.

The formation of “intellectual nation” is the way of modernization of the society of XXI century, when a creative person becomes the main source of development. Creativity is the process of a person's self-realization. It presupposes personal spiritual wealth, individuality and originality of a person. Therefore, all the diversity of historical and cultural heritage from the remote past until recently is the spiritual foundation and source of the future, with the protection and increasing of which we have already started our way to the “intellectual nation”. The formation of intellectual nation is recognized to be one of the strategic objectives of Kazakhstan development, where the main vectors are high-quality education and support of the younger generation.

Main body. The world's education and economic spheres have been changing rapidly in recent times under the influence of two key areas. The first is the continuing development of the knowledge economy, facilitating the acquisition of skills through education as well as encouraging countries to help them. The second, which is closely related to the first one, is a transformation. Transformation is an intensive growth of higher education in the world, opening new opportunities for millions of people and leading to significant expansion of the global set of talented and highly educated people. In the review on education organizations of economic cooperation and development of 2012, these reforms are considered together with other important Global recessions (2009 and 2010). No developed country is safe from the global economic recession. However, a relatively high level of education leads first to economic stability and sometimes to benefits at the labour market [1]. Discrepancy in wages among specialists with higher education and secondary education has lead not only to the process of global recession, but also to some complications. If a man with higher education got salary, which was 58%, more

than a man with secondary education in the countries of economic cooperation and development in 2008, then in 2010 this discrepancy in wages increased to 67%. This indicates that economic downturn affects all spheres, especially people with a low level of education, which makes economy and global education spheres change. According to Garry Becker, economic method requires the whole system in understanding and definition of human behaviour. Several generations of scientists who conducted researches in this field have failed. According to Becker's calculations, in the USA investments in human capital bring several times more profitable than investments in securities [2]. Becker suggests appreciating the economic result that will be gained from education. He is the first scientist who conducted statistical calculation of education economic efficiency. When identifying living income of people with higher education, living income of people with professional education is excluded from their living income and living income of people with secondary education is excluded from the latter. Along with education expenses, the wages that was "lost" by the student during his studies is also considered. In fact, this "lost wages" is measured by the values of time and expenses, spent to education by the student, and its use is accumulation of alternative means. Becker, considering investments in education as accumulation of income, believes its return to be 12-14% of annual income. The scientist's calculation, where the received income from education expenses is expected, makes it possible to consider human capital as the main intellectual fund and inexhaustible investment of society. The scientist was awarded a Nobel Prize for this research work.

Forward-thinking scientists around the world has conducted complex researches in this field and suggested their best ideas and practical recommendations to the scientific community. Such scientists as W. Clement, G. Hammerer, K. Schwartz, A. Bonfor, L. Edvinsson, K. Farr, R. Lord, L. Wolfensberger and A. Teykserya [3-8] consider human capital as an intellectual investment. They prove that in the knowledge society a lot of attention is paid to non-material values: knowledge, science, idea. Every year their value and significance increase. In many spheres investment in human capital, although it requires a long time, is considered as the main and the only guaranty of a stable development. Modern scientists say that consideration of this problem form a theoretical point of view and its justification on the scientific basis is an urgent problem of today. In these studies the theory of growth and development is considered as the theory of evolution; the term "intellectual capital" (intangible), the so-called terms of non-material sphere, is widely analyzed and described. "Intangible Investment" is a term denoting investments in intangibles. This theory is widely discussed in scientific communities and is widely known. Therefore, justification of the theory of this problem is essential. One of the problems proposed with a theoretical point of view is the evolution of investment of non-material sphere. German scientists W. Clement, G. Hammerer and K. Schwartz comprehensively discuss the theory of investment in non-material sphere and describe researches in this area, as well as scientific schools, their terminology and methods, etc. [9].

New information technologies have made major changes in the economy. Development, research and non-material investments in human capital have taken leading position in comparison with material investments, because nowadays the economic activity is focused on non-material components. Today the term "intangible investment" is introduced again and is being discussed a lot in the economy sphere. A definition of this term is being formed and recommendations on taking into consideration intangible investments are provided. Generally, intangible values should be considered as a major component of society development and improvement of economy effectiveness. The problem of non-material spheres financing is relevant in the advanced countries of the world. It is widely discussed in the studies of a French scientist A. Bonfor and a Swiss scientist L. Edvinsson [10]. Paying attention to the importance and necessity of making investments in non-material spheres, the authors emphasize its impact on society development. In countries such as Israel, Japan, European countries intellectual capital is primarily spent on the public sector, the service sector, and as a result on the state level. To increase the wealth of a nation people must be literate at first. Therefore, in the near future besides agricultural and industrial plan, a plan map of the intellectual capital should be developed.

Now scientists note the need for cooperation in this field. That means, the greater relations at different levels are developed, the more effective intellectual capital becomes. The presence of a strong political leader of each country requires the formation of intellectual capital at the national level and in the social environment. These problems are characterized by such tasks as visualization of intellectual capital; consideration of intellectual investments in the cluster of knowledge capital; formation of effectiveness and novelty of intellectual investment in regions as cultural values; superiority of knowledge capital as a new innovation social system [11].

As it was said before, at first it is essential to distribute and explain the importance, necessity and possibilities of intellectual capital to people and the target audience with the help of visual communications. The next problem is to create, organize and accumulate the knowledge capital cluster. That means the knowledge is the primary mean, foundation and strength of non-material sphere development.

American scientists K. Farr, R. Lord and L. Wolfensberger, investigated the issues of economic and political freedom and economic prosperity, performed in their works an empirical analysis of the problems of intellectual stability. The authors prove that economic freedom is the only factor leading to political freedom and they analyze the impact of economic and political freedom and economic development on each other in industrial and post-industrial countries. Causative-consecutive methodology of works is devoted to identifying links between economic and political freedom and welfare of people. The countries with developed production and lagging countries have been chosen for a comprehensive discussion. As the results of the research show in developed countries as well as in countries with a low level of production the economic freedom is defined by the level of people's welfare, and the level of people's welfare, in turn, affect the political freedom [12].

Portuguese scientist A. Teyxeira studies links between human capital and a company's activity. His analyzes, devoted to the issues of considering the ways to increase potential of human capital, are characterized from economic, technological point of view and from the point of view of performance. The ways to influence on social and intuitional basis to human capital accumulation are considered. The success and viability of a company's activity with increasing human capital is analyzed from theoretical and empirical point of view [13].

Swiss scientists B. Carlson and G. Eliasson consider economic development implementation of an idea as new technologies. The study is devoted to the creation of conditions and impact of new ideas necessary for effective development. The author analyzes such notions as technological system, competence, block and experimentally organized economics [14]. At the same time, Spanish scientist I. Ninez studies transition intensity from base industrial production to intellectual production. In his studies, he analyzes different methods, strategies and means concerning intangible investments. Here the main objective is rational and practical application of all theoretical studies [15]. British scientist K. File in his study on relation between social philosophy and economy he considers cultural values as an integral part of intellectual capital [16].

One of the first scientists who studied the nature of intellectual capital was T. Steward. In his article called "The power of intelligence: how intellectual capital is becoming the most valuable asset of America" (1991) he presented intellectual capital as the sum of what employees of the company knew and what a competitive advantage of the company in the market gave: "patents, processes, management skills, technologies, experience and information on customers and suppliers. Combined together, this knowledge forms intellectual capital".

According to English scientist, intellectual capital is a new source of companies' wealth. In order to succeed in non-material economy, organizations and every person should master working techniques that are different from their previous skills. In other words, "knowledge" became a key word in this economy, global hyper competitiveness and paradigm of global management. Concepts of management information systems and information technologies became obsolete

and are replaced by the concepts of knowledge technology. Knowledge era has come: the era of knowledge industry, qualified employees, knowledge as a capital, knowledge support systems, knowledge management, knowledge production, organized education, hyper knowledge and etc. The richest countries are the countries with a capital in the form of good education and human recourses, and the poorest ones rely only on natural raw materials [17]. It is impossible to build a capital without knowledge. Countries may be rich in their recourses or information, but poor in knowledge. Knowledge is a purposeful and coordinated action. Its only proof lies in achieving the goal. Knowledge quality is assessed by the quality of achievement or coordination process.

T. Steward introduces the term “knowledge corporation” to the scientific lexicon. These are companies that recognize the importance of knowledge – intellectual capital, as their most valuable intangible asset that serves as a basis of for achieving competitive advantage. The same can be said about the whole intellectual society. Thus, intellectual capital of the society is a result of development and interaction of intellectual potential of employees. This is a collective mental energy that includes knowledge, information, experience and intellectual property – everything that allows creating values.

To obtain and use knowledge information technologies and information systems together with knowledge as a form of intangible asset are used. British economist Alfred Marshall [18] was one of the first who began to include relevant information in capital-information that can reduce existing uncertainty in knowledge about the subject. In 1890, Alfred Marshall said that knowledge and business are a significant part of capital and that knowledge is the most powerful engine of production. In vast majority of industries, technical knowledge and skills are becoming less significant day-by-day compared with such qualities as the ability to take the right decisions, efficiency, resourcefulness, caution and perseverance in pursuing the goal.

Knowledge can affect production and relations between people. When using knowledge some economic subjects can gain information advantage over others. There are two main sources of gaining information advantage: monopoly to possess information and the ability to understand and appreciate the other available information better.

Occurrence of relative information advantages gives rise to competition. In such a competition, not only scientific knowledge is of great worth, but also personal knowledge of each person based on his ability to understand what new opportunities conceals this particular situation. In this situation, knowledge becomes an element of competition and a factor that increases the efficiency of capital.

Information Society economy uses four basic resources: labour, capital, individual, regional and group freedom and relevant information– these are constantly updated theoretical knowledge and various information including practical skills of people.

Results. Consideration of intellectual capital as a cultural value and measuring the development of culture is a particularly important issue, because the era of advanced technologies and substantive information culture is included in the number of priority values. Therefore, announcement, development and formation of intellectual capital as a cultural phenomenon are effective and beneficial tasks. Giving priority to knowledge capital in competitive and advanced countries and its acceptance as an innovative social system and a strategic objective is a far-sighted politic and a civilized step.

In Kazakhstan, the creation of a knowledge society, its formation and transformation into the country’s main value is a leading strategic goal and perceptively performed task of public policy. This can be proved by the fact that over the past three years Kazakhstan is in the top four leaders under UNESCO Education Development Index among 129 countries.

Forward-thinking politics and strategists of the world pay a great attention to intellectual capital of a nation and do everything for its development, enrichment and accumulation in any region or country. Its national experience is showed up in strategic policy, pursued by the President

Nursultan Nazarbayev. For 15 years, Kazakhstan has entered the top five fastest growing countries of the world. In his address “Kazakhstan -2050” Strategy. A new policy of a developed state” the President, setting the task to become a developed and competitive state, said: “Due to our policy of long-term investments in human potential development, we have formed the current generation of talented young people. Kazakhstan must be among thirty of the most developed countries in the world by 2050. A competition among developing countries for a place in the club will be fierce [19].

References

- 1 Human Capital in Transformation: Intellectual Capital Prototype Report, Skandia, 1998, -URL: <http://www.publish.ru>
- 2 Беккер Г. Воздействие инвестиций в человеческий капитал -URL: <http://baguzin.ru/wp/?p=4752>
- 3 Clement W., Hammerer G., Aussagen Z. Zur österreichischen Hartwäh-rungspolitik.- Industriewiss. -URL: <http://Inst.>, 1995
- 4 -URL: <http://www.hse.ru/org/persons/64944>
- 5 -URL: <http://Intelligent.kz/index>
- 6 -URL: <http://ejournal.khstu.ru/media>
- 7 Daum J.H. Intangible Assets.-Bonn: Galileo Press. 2002
- 8 Bounfour, A. Assessing Performance of European Innovation Systems: An intellectual Capital Indexes Perspective. (University of Marne La Valle, France, 2016)
- 9 Clement W., Hammerer G., Aussagen Z. Zur österreichischen Hartwäh-rungspolitik.- Industriewiss. - Inst., 1995.
- 10 Bounfour A. Assessing Performance of European Innovation Systems: An intellectual Capital Indexes Perspective. - France: University of Marne La Valle, 2015.
- 11 Юдин Б.Г. От гуманитарного знания к гуманитарным технологиям // Знание. Понимание. Умение. - Москва: Университет, 2005. – С. 16-23.
- 12 -URL: <http://Www.intelligent.kz/index.php>
- 13 -URL: <http://dr.undp.org/en/media/hdr03>
- 14 Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования; Пер. с англ. под ред. В. Иноземцева. - Москва: Академия, 2004. - 287 с.
- 15 Интеллектуальное производство. Проблемы автоматизации // www.iemag.ru
- 16 -URL: <http://www.gtmarket.ru>
- 17 Stewart T. Brainpower // Fortune. - 1991.-№ 3.
- 18 -URL: <http://exsolver.narod.ru>
- 19 Назарбаев Н.А. Социально-экономическая модернизация – главный вектор развития Казахстана -URL: <http://akorda.kz>

Г.С. Сұлтанбаева¹, О.П. Ложникова², М.К.Кумарова³

¹²Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

³Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

Адам капиталы болашақта интеллектуалды инвестиция ретінде

Андатпа. Адами капитал - бұл, білім-дағды-мотивация. Ондағы инвестиция білім, өндірістік тәжірибе жинақтау, денсаулық сақтау, географиялық ұтқырлық, ақпараттық ізденіс болуы мүмкін. Мақалада Қазақстан интеллектуалды қоғамды қалыптастыруда адами капиталдың дамуы үшін жағдайлар жасайтыны, интеллектуалды қоғамды қалыптастыру идеясы мемлекет басшысының бастамасы бойынша ең принципті жүйелерінің бірі болып табылады. Біздің елдегі адами капитал - экономикалық, әлеуметтік-мәдени, саяси дамудың ең тиімді факторы. Қоғамдық пікірді

зерттеу, зерттеу және фокус топтармен жұмыс жүргізу. Бұл әлемдік экономиканың дамуындағы ең жоғары саты ретінде экономиканы қалыптастыру мен дамытудың негізгі құралы деп қорытынды жасалды. Адами капитал интеллектуалды қоғамда дамып келеді - білім беру жүйесін дамытуда, ғылымның дамуы мен елдің ғылыми әлеуетін арттыруда серпіліс.

Түйінді сөздер: адам капиталы, интеллектуалдық қоғам, қоғамдық пікір, ғылым, білім.

Г.С. Султанбаева¹, О.П. Ложникова², М.К. Кумарова³

^{1,2}Казахский Национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан

³Евразийский университет имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

Человеческий капитал как интеллектуальная инвестиция в будущее

Аннотация. Человеческий капитал - это запас знаний, навыков, мотиваций. Инвестициями в него могут быть образование, накопление производственного опыта, охрана здоровья, географическая мобильность, поиск информации. В статье говорится, что в Казахстане предусмотрены условия для развития человеческого капитала в формировании интеллектуального общества. Идея формирования интеллектуального общества входит в число наиболее принципиальных систем инициативы главы нашего государства. Человеческий капитал в нашей стране является наиболее эффективным фактором экономического, социально-культурного, политического развития. Для изучения общественного мнения проводились опросы и работа с фокус-группами. Делается вывод, что это главный инструмент формирования и развития экономики как высшего этапа развития мировой экономической системы. Человеческий капитал развивается в интеллектуальном обществе это пролив в развитии системы образования, развития науки и повышение научного потенциала страны.

Ключевые слова: человеческий капитал, интеллектуальное общество, общественное мнение, наука, образование

References

- 1 Human Capital in Transformation: Intellectual Capital Prototype Report [Человеческий капитал в трансформации: Прототип интеллектуального капитала] (Skandia, 1998) -URL: www.publish.ru [на англ.]
- 2 Беккер, Г. Воздействие инвестиций в человеческий капитал -URL: <http://baguzin.ru/wp/?p=4752>
- 3 Clement, W., Hammerer G., Aussagen Z. Zur österreichischen Hartwäh-rungspolitik [Об австрийской валютной политике]. (Industriewiss. Inst., 1995) [на немецком]
- 4 -URL: <http://www.hse.ru/org/persons/64944>
- 5 -URL: <http://Intelligent.kz/index>
- 6 -URL: <http://ejournal.khstu.ru/media>
- 7 Daum, J.H. Intangible Assets [Нематериальные активы]. (Bonn: Galileo Press. 2002) [на англ.]
- 8 Bounfour, A. Assessing Performance of European Innovation Systems: An intellectual Capital Indexes Perspective [Оценка эффективности европейских инновационных систем: перспективы интеллектуального капитала]. (University of Marne La Valle, France, 2016) [на франц.]
- 9 Clement, W., Hammerer G., Aussagen Z. Zur österreichischen Hartwäh-rungspolitik [Об австрийской валютной политике]. (Industriewiss. Inst., 1995) [на немецком]
- 10 Bounfour, A. Assessing Performance of European Innovation Systems: An intellectual Capital Indexes Perspective [Оценка эффективности европейских инновационных систем: перспективы индекса интеллектуального капитала] (University of Marne La Valle, France, 2015) [на англ.]
- 11 Юдин, Б.Г. От гуманитарного знания к гуманитарным технологиям // Знание. Понимание. Умение. - Москва: Университет, 2005. – С. 16-23.

12 -URL: <http://www.intelligent.kz/index.php>

13 -URL: <http://dr.undp.org/en/media/hdr03>

14 Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования; Пер. с англ. под ред. В. Иноземцева. - Москва: Академия, 2004. - 287 с.

15 Интеллектуальное производство. Проблемы автоматизации // www.iemag.ru

16 -URL: <http://www.gtmarket.ru>

17 Stewart, T Brainpower [научные кадры]. - Fortune. 1991.- № 3.

18 -URL: <http://exsolver.narod.ru>

19 Назарбаев, Н.А. Социально-экономическая модернизация – главный вектор развития Казахстана // -URL: <http://akorda.kz>

Авторлар туралы мәліметтер:

Сұлтанбаева Г.С. - саяси ғылымдарының докторы, профессор. Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

Ложникова О.П. - аға оқытушы, Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

Қумарова М.К. - докторант, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

Sultanbayeva G.S. - Doctor of Political Sciences, Professor. Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

Lozhnikova O.P. - senior lecturer, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

Kumarova M.K. - doctorate, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

ГРНТИ 19.41.07

Л. П. Шестеркина¹, А. Ю. Исмаилов²

¹²Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»
г. Челябинск, Россия

(E: mail: ¹shesterkina1p@susu.ru, ²ismailovai@susu.ru)

Проектное обучение как фактор модернизации современного журналистского образования

Аннотация. Современная система средств массовой информации, отражающая процессы политических, социально-экономических и культурных преобразований, а также философские, профессиональные, моральные и нравственные принципы, фундирующие дальнейшее развитие общества и существование человека, являются мощными факторами модернизации системы журналистского образования. На данном положении базируется концептуальная идея исследования проектного обучения в системе профессионального образования.

Цель журналистского образования – это подготовка и переподготовка востребованного на современном рынке СМИ всесторонне развитого, компетентного специалиста, квалификация и личностный потенциал которого соответствует запросам современного общества. Насущной задачей в данном контексте становится преобразование структуры всего учебного процесса. Дальнейшее углубление в эту повестку дня предполагает необходимость разработки и введения в процесс профессиональной подготовки будущего журналиста инновационных проектных форм обучения. В статье конкретизируются основополагающие идеи применения технологий современного журналистского образования и приводятся примеры проектного обучения на факультете журналистики Южно-Уральского государственного университета.

Ключевые слова: журналистика, профессиональное обучение, технологии современного журналистского образования, проектное обучение, проекты совместного творчества, информационно-публицистическая передача, телемарафон.

Журналистское образование в мире продолжает оставаться в фокусе интереса не только университетской среды и представителей медиаиндустрии, но и всего гражданского общества. Причины такой востребованности и интереса – поиск обществом адекватного современности понимания профессии журналиста, природы СМИ; развитие цифровой революции; продолжающаяся реформа российского образования [1].

Немаловажными остаются и другие обстоятельства. В частности, исследователями фиксируются существенное снижение общей культуры потребителей информации. Параллельно с этим происходит видимая трансформация аксиологической составляющей в этических установках самих журналистов. Зачастую основной причиной названных негативных явлений называют деятельность средств массовой информации [2].

В контексте современных условий развития современной системы профессиональной подготовки и переподготовки журналистов, а также происходящих в ней эволюционных изменений актуальными задачами являются теоретическая разработка и внедрение проектов, позволяющих оптимизировать учебный процесс в конкретных условиях [3]. Проектные формы и методы обучения студентов, позволяют «дополнить и развить существующую систему журналистского образования за счет расширения качественного и количественного факторов процесса подготовки журналистов» [4, 5 стр.].

В первом случае качественное усиление интенсивности профессионального обучения связано со сменой парадигмы участия обучаемого в образовательном процессе. Возможное пребывание в состоянии пассивного следования существующему учебному плану и алгоритму занятий трансформируется в более активную ситуацию, когда студент обязан участвовать в реальном процессе производства соответствующего медиапродукта, предназначенного для публичного исполнения и демонстрации аудитории различных СМИ. Можно сказать, что в подобной ситуации проявление креативных возможностей и способностей журналиста запланировано в режиме вариативности.

Во втором случае, когда речь идет о количественных факторах процесса подготовки журналистов, происходит численное увеличение интерактивных методов обучения, ориентированных как на существующие в профессиональной практике формы и жанры журналистского творчества, так и на наиболее востребованные аудиторией форматы и виды выпускаемого информационного продукта. В такой ситуации результатом и конечным продуктом становится приобретенное профессиональное журналистское образование. Студент проникается определенными мыслями и статусно ощущает себя профессиональным журналистом, востребованным современными СМИ и отвечающим требованиям, которые предъявляет общество к его профессии.

Одновременно с этим проектный подход открывает огромные возможности для выбора наиболее эффективных технологий журналистского образования и разработку новационного и инновационного продуктов в этом направлении. Консолидация существующих в теории различных дефиниций, позволяет под технологией понимать систему передачи знаний, умений и навыков, обеспечивающих усвоение учащимися содержания обучения, проверку и оценку его качества. В обозначенных границах такого дискурса методика может трактоваться как совокупность приемов, способов, средств целесообразного проведения работы. Фигурально выражаясь, методика маркируется как тактика познания и действия, в то время как технология олицетворяет собой стратегию.

В современной науке научно корректным считается различать понятия «технология образовательная» (технологии в сфере образования) и «технология педагогическая» (технологии в сфере педагогики). Развивая тезис в заданных координатах, образовательная технология выступает как системное научное проектирование, при котором задаются цели и задачи обучения, применяются технические средства обучения, обеспечиваются все виды контроля. Технология педагогическая в таком случае представляет собой часть образовательных технологий и предполагает последовательную, взаимосвязанную систему действий педагога, направленную на успешное решение педагогических задач.

Важной вехой современного образования стали процессы глобализации, интернетизации, внедрение в образовательную среду виртуальной и дополненной реальности. Цифровой мир постепенно вытесняет классическую парадигму преподавания. Информационные образовательные технологии позволяют использовать в процессе обучения стационарные и планшетные компьютеры. Современные способы получения, обработки, хранения и передачи информации расширяют возможности создания уникального образовательного контента. Интернет во многих смыслах заменил традиционную библиотеку. Социальные сети стали площадкой взаимодействия субъектов образовательного процесса. Искусственный интеллект, нейронные сети со временем станут таким же обыденным инструментарием информационного коммуницирования, каким стали на сегодня мобильные девайсы и приложения.

Таким образом, при разработке проектов совместного творчества преподавателей и студентов используется технология современного журналистского образования, подразумевающая комплексное взаимодействие образовательных, педагогических и информационных технологий, основанных на личностно-деятельностном и компетентностном подходах и функционирующих как основной механизм образования и воспитания личности профессионала медийной сферы [5].

Поскольку студент, выполняющий собственный проект или участвующий в исполнении группового проекта, неизбежно проявляет субъектную активность, а его развитие через обогащение жизненного и профессионального опыта, через удовлетворение его потребности в самоорганизации, самоопределении и саморазвитии является целью реализации проекта как формы организации учебного процесса, проектная технология по праву может быть отнесена к личностно ориентированным технологиям.

Создание проектов совместного творчества преподавателей и студентов факультета журналистики Южно-Уральского государственного университета входит в программу курса «Журналистское мастерство», ориентирующегося на формирование у студентов практических навыков использования полученных знаний в создании авторских медиаматериалов. Студенты получают возможность продемонстрировать свой личный творческий подход, искусство интервьюирования, умение находить и определять приоритетные источники информации, владение методами журналистского исследования, расследования и анализа. Данный перечень дополняется знанием законов познания, восприятия и переработки фактов, корректным применением методов наблюдения, рассуждения, общения, пониманием функциональных элементов процесса собственного журналистского творчества.

Учебная дисциплина «Журналистское мастерство» направлена не только на приобретение студентами профессиональных компетенций. Это и демонстрация первых признаков журналистского мастерства. Студенты работают в редакции «Спецпроекты» университетской телерадиокомпании «ЮУрГУ-ТВ». Здесь они создают цикловые программы, разовые передачи, готовят теле- и радио- очерки, снимают и записывают специальные репортажи. В процессе такой работы студенты разрабатывают концепции этих программ, пишут сценарные заявки и планы, составляют производственное расписание, определяют графики съемок и записей и т. д.

Будущие журналисты должны продемонстрировать самостоятельность в работе и умение принимать решения, обнаружить те качества, которые хотят видеть работодатели в выпускниках факультета журналистики. К ним относятся: высокий интеллект, ответственность, коммуникабельность, инициативность, стрессоустойчивость, умение доводить начатое дело до конца, высокая работоспособность, профессиональная компетентность, умение быстро адаптироваться в новом коллективе, быстрая обучаемость, социальная адаптация, независимость в делах и суждениях, стремление к самосовершенствованию, трудолюбие и оптимизм [6].

С 2008 г. на факультете журналистики ЮУрГУ были разработаны и реализованы несколько телевизионных проектов совместного творчества преподавателей и студентов. Логика концепций проектов совместного творчества преподавателей и студентов в процессе подготовки журналистов опирается на научные исследования ученых Е. Вартановой, Н. Дрока, М. Лукиной, Ю. Ершова, М. Кастельса, М. Паркса, Б. Хаака, В. Олешко, Т. Фроловой и др.

В первом проекте – телевизионной информационно-публицистической передаче, посвященной истории развития университета, студенты выступали авторами и ведущими отдельных эпизодов. Для реализации творческих устремлений студентов в проекте были созданы все необходимые условия. Главная задача, которую они решали, – отработка методики подготовки своих эпизодов – видеосюжетов, интервью-портретов, комментариев и т. д.

Решение этой задачи потребовало от студентов включиться в активную, реальную профессиональную деятельность. Суммирование предполагаемых и полученных результатов позволило обучающимся осмыслить ее значимость, простимулировало интерес к самостоятельному решению проблем и способствовало формированию ключевых умений и компетенций журналиста.

При таком подходе проявляются важные черты журналистской профессии: умение сформулировать точный замысел, выстроить действие в его непрерывном развитии, отыскать или даже сочинить «предполагаемые обстоятельства» для наиболее выразительного раскрытия темы и героя.

Вместе с преподавателями студенты-разработчики каждого эпизода телепрограммы искали интересные факты из жизни своих героев в материалах университетского музея, публикациях прессы, семейных фотоальбомах. Особое внимание было уделено использованию метода интервью и таких его важных компонентов, как конкретная и психологическая подготовка журналистов. На других занятиях осуществлялся выбор наиболее эффективного использования элементов телевизионной образности.

Завершив сбор, обобщение и анализ информации из разных источников, студенты вместе с преподавателями осуществили подробную разработку своих собственных эпизодов. В результате индивидуальной работы с каждым из авторов-студентов и последующего обсуждения представленных творческих разработок, был создан полный и подробный сценарий всей телевизионной программы. Чтобы добиться конечного результата, необходимо было воплотить творческую разработку в телевизионное действо и выдать его в прямой эфир. На репетициях все студенты отрабатывали методику создания телевизионной образности: правила работы в прямом эфире, речевое поведение, владение микрофоном, способы презентации каждого эпизода.

Предоставленные возможности для самореализации, раскрытие и максимальное использование личного опыта каждого, стимулирование будущих журналистов к применению различных способов выполнения заданий без боязни ошибиться, эксплуатация в позитивном ключе активных форм общения, обеспечили высокую эффективность проекта.

Подавляющее число членов творческой группы успешно справились с поставленной задачей и приобрели важную профессиональную компетентность – «журналистская авторская деятельность», которая характеризуется умением выбирать актуальные темы, проблемы для публикаций, владеть методами сбора информации, ее проверки и анализа; способностью в рамках отведенного времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической). В ходе предварительного этапа подготовки телепрограммы была отработана творческая технология проектного обучения, отвечающая требованиям профильной подготовки медиапрофессионалов и побуждающая студентов осмысливать свою деятельность с позиций ценностного подхода в канве от социального до личного и связан-

ного с познавательным интересом и практическими умениями синтезировать, интегрировать и обобщать информацию из разных источников, видеть проблему, выдвигать гипотезы, демонстрировать интеллектуальные умения, делать выбор и принимать решения.

Второй проект – многокомпонентная телевизионная программа, посвященная дню рождения университетской телерадиокомпании «ЮУрГУ-ТВ». Целевая установка была уже другой. В данном случае необходимо было продемонстрировать журналистское мастерство, которое нашло свое отражение в презентации собственной авторской программы.

Если в предыдущем проекте усилия студентов были направлены на выражение журналистских способностей в процессе создания эфирного контента (выбор темы, поиск и анализ фактического материала, выбор жанровой формы), то во втором случае – это поиск эффективной, выразительной формы для показа существующих программ. Для выполнения такой работы студент задействовал знания из области режиссуры, должен был уметь экспериментировать, обобщать и публично демонстрировать приобретенные компетенции. Обучающемуся необходимо было освоить методику использования как журналистского, так и режиссерского подходов к разработке собственного сценария. На подготовительном этапе студенты до мельчайших подробностей изучали историю и результаты деятельности университетской телекомпании, анализировали специфику работы студенческого ТВ.

Концепция программы предусматривала яркий и многоплановый показ результата пятилетней деятельности телерадиокомпании, в котором весь эфирный контент создается студентами. Для проведения мероприятия были привлечены студенты четвертого и пятого курсов – авторы и ведущие основных периодических программ телеканала. Им было поручено разработать определенную конструкцию подачи информации, в которой налаженный личный контакт с аудиторией, обеспечивает психологический фокус особого, доверительного отношения к программе. На проводимых занятиях по дисциплинам «Журналистское мастерство», «Собственное творчество» и «Творческая мастерская» детально обсуждались все нюансы и предложения, поступившие от студентов и преподавателей по поводу предстоящего мероприятия. Часть из них принималась и одобрялась большинством голосов, другая подвергалась конструктивной критике. Такая атмосфера коллективного совместного творчества преподавателей и студентов принесла свои положительные результаты: утвержденные сценарные разработки отдельных эпизодов получились колоритными и содержательными.

Программу было решено провести в формате телемарафона, во время которого показывались главные передачи студенческого телевидения. Организация и проведения телевизионного марафона – это очень трудоемкая и ответственная работа. И тем не менее студенты охотно соглашались на предложение принять в нем участие. Многие из них проявляли готовность работать в прямом эфире в качестве ведущих.

Вся подготовительная работа шла в интерактивном режиме. Каждый участник проекта вносил личный вклад в общее дело, получал опыт совместного решения задач, вырабатывал навык плодотворного общения и способность принимать компромиссные решения. В процессе индивидуальной коммуникации у преподавателя появляются большие возможности обеспечить образовательные условия, при которых происходит становление современного журналиста-профессионала.

Творчество и креативный подход проявили студенты-создатели программы «Молодежный проспект», в которой повествуется о проблемах молодежи, возможных способах решения этих проблем, а также рассказывается о том, как можно с пользой провести свой досуг. Запоминающе представили свою программу создатели «Студенческого астрологического прогноза». Программы цикла «Образованное ТВ» прошли в виде познавательной викторины.

Телемарафон продолжался достаточно длительное время. И на всем его протяжении в прямом эфире работали ведущие-студенты и выпускники факультета журналистики. Участие студентов в подобных процедурах – это колоссальный опыт в получении

профессиональных навыков и организации процесса коллективного творчества. Работая над воплощением в жизнь данного проекта, студенты освоили познавательные, информационные и исследовательские компетенции, в частности, приобрели навыки индивидуальной работы с информацией, самостоятельного конструирования знаний применительно к решению новых задач, овладели способами получения информации из разных источников, научились выявлять и осознавать проблемные зоны и выдвигать гипотезы.

Одна из главных особенностей телевизионной журналистики – коллективный характер труда. Студенты с честью справились с теми задачами, обязанностями и трудностями, которые налагает формат телевизионной журналистики. В результате коллективного сотрудничества они приобрели в социальном плане такие компетенции, как умение сотрудничать в группе, брать на себя ответственность за принимаемые коллегиальные решения, регулировать конфликты. Определение каждым участником проекта своего места в творческой группе – это процесс осознания своего места в системе групповых взаимоотношений. На этом этапе происходит сознательный межличностный выбор, формируются избирательные связи с коллегами, устанавливаются различного рода деловые и неформальные взаимоотношения.

Студенты успешно овладели навыками организационно-управленческой деятельности, т.е. способностью участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационном рынке, работать в команде, сотрудничать с техническими службами. Обучающиеся приобрели компетенции социально-организаторской деятельности. К ним относятся способность к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества; умение работать с авторами и редакционной почтой; организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства; готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций; принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций.

Естественно, что и сам преподаватель должен быть таким же носителем сформированных компетенций: гражданских, социокультурных, коммуникативных, информационно-технологических. Адаптация к новым условиям преподавания учебных дисциплин и медиареальности необходима не только студентам, но и самим преподавателям. Последние в ходе реализации творческих проектов освоили новые подходы к организации учебно-воспитательного процесса.

Совместное творчество преподавателя и студента позволяет осуществлять образование и воспитание будущего профессионала медийной сферы на уровне коррекции объекта его деятельности, происходящая в процессе учебного проектирования, субъектом которого он становится.

В рамках проектов студент участвует в создании медийного продукта по всем правилам и канонам журналистского производства, осваивая специальные навыки, знание и применение которых необходимы в соответствующих условиях. Учет персональных психофизических показателей, степень творческой индивидуальности и креативных возможностей личности выступает в роли основы адаптации студента к выбранной сфере будущей профессиональной деятельности. Проектное обучение становится действенным инструментом, оказывающим влияние на дальнейший рост личности обучаемого, и совокупностью средств формирования профессиональной культуры, вбирающий в себя компоненты:

– мировоззрение как совокупность социального опыта, взглядов и отношений к преобразованию окружающей действительности на основе конкретного медийного проекта, представленных на уровне эрудиции, позиции и способностей;

– мастерство как владение способами, методами и средствами информационной деятельности, включающей в себя комплекс исследовательских, проективных и управленческих умений, навыков и компетенций;

– поведение как ценностные проявления, определяющие отношение медиаспециалиста к нормам и традициям профессиональной журналистской деятельности.

Таким образом, обозначенные теоретические и методические основы проектного обучения, позволяют объединить теорию и практику журналистики и медийное образование. Осуществляемое в формате совместного творчества преподавателя и студента, проектное обучение становится мощнейшим фактором модернизации современного журналистского образования.

Список литературы

- 1 Вартанова, Е.Л., Лукина, М.М. Russian Journalism Education: Challenging Media Change and Educational Reform // *Journalism & Mass Communication Educator*. – 2017. – № 72(3). – С. 274-284.
- 2 Олешко, В.Ф. Журналистское образование и профессиональная культура журналиста: парадигмы взаимовлияния / В.Ф. Олешко // Современное журналистское образование: синтез теории и практики. – Москва: Медиа Мир, 2010. – С. 13-24.
- 3 Ершов, Ю.М. Модели журналистского образования в цифровую эпоху / Ю.М. Ершов // *Журналистский ежегодник*, - Москва: Медиа Мир, 2016. – №5. – С.13–16.
- 4 Шестеркина, Л.П., Николаева, Т.Д. Журналистское мастерство: технология проектов совместного творчества: учебное пособие / Л. П. Шестеркина, Т. Д. Николаева. – Челябинск: Издательский центр, 2014. – 171 с.
- 5 Шестеркина, Л.П. Журналистское образование и универсализация профессии: экспериментальный опыт / Л. П. Шестеркина. – Челябинск: РЕКПОЛ, 2013. – 118 с.
- 6 Дрок, Нико. Смена профессиональных компетенций в журналистском образовании. // *Электрон. науч. журн. Медиаскоп*, 2011. – №3. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/859> (Дата обращения 12.02.2018).

L.P. Shesterkina, A.Y. Ismailov

Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education “South Ural State University (National Research University)”, Chelyabinsk, Russia

Human Capital as an Intellectual Investment in the Future

Abstract. Human capital is a stock of knowledge, skills and motivations. Its investment can include education, accumulation of production experience, health protection, geographical mobility and information retrieval. The article says that Kazakhstan provides conditions for the development of human capital in the formation of an intellectual society. The idea of forming an intellectual society is one of the most principled systems of initiative of the head of our state. Human capital in our country is the most effective factor of economic, socio-cultural and political development. To study public opinion the authors of the article conducted surveys and works with focus groups. It is concluded that this is the main tool for the formation and development of the economy as the highest stage in the development of the world economic system. Human capital develops in an intellectual society; it is a breakthrough in the development of the education system, development of science and enhancement of the country’s scientific potential.

Keywords: human capital, intellectual society, public opinion, science, education.

References

- 1 Vartanova, E.L., Lukina, M.M. Russian Journalism Education: Challenging Media Change and Educational Reform [On the current state of the media and reforms in education], *Journalism & Mass Communication Educator*, 3(72), 274-284 (2017).
- 2 Oleshko, V.F. Zhurnalistskoye obrazovaniye i professional’naya kul’tura zhurnalista: paradigmy vzaimovliyaniya [Journalistic education and professional culture of a journalist: the paradigms of

mutual influence]. *Sovremennoye zhurnalistskoye obrazovaniye: sintez teorii i praktiki* [On the mutual influence of journalistic education and professional culture of a journalist]. (Media Mir, Moscow, 2010. 13-24 pp.). [in Russian].

3 Yershov, YU.M. *Modeli zhurnalistskogo obrazovaniya v tsifrovuyu epokhu* [Models of journalism education in the digital age]. // *Zhurnalistskiy yezhegodnik* [Journalistic Yearbook]. (Media Mir, Moscow, 2016. -Vol.513–16). [in Russian].

4 Shesterkina, L.P., Nikolayeva, T.D. *Zhurnalistskoye masterstvo: tekhnologiya proyektov sovместnogo tvorchestva: uchebnoye posobiye* [Journalistic skills: technology of joint creativity projects]. (Publishing Center, Chelyabinsk, 2014. 171 p.). [in Russian].

5 Shesterkina, L.P. *Zhurnalistskoye obrazovaniye i universalizatsiya professii: eksperimental'nyy opyt* [Journalistic education and universalization of the profession: experimental experience], (REKPOL, Chelyabinsk, 2013. 118 p.). [in Russian].

6 Drok, Niko. *Smena professional'nykh kompetentsiy v zhurnalistskom obrazovanii* [Change of professional competence in journalistic education]. (Electron. sci. journal. MediaScope, 2011. Vol. 3). URL: <http://www.mediascope.ru/node/859> [in Russian]. (accessed 12.02.2018).

Сведения об авторах:

Шестеркина Л. П. – доцент, доктор филологических наук, декан факультета журналистики, зав. кафедрой «Журналистика и массовой коммуникации». Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования (научный исследовательский университет). пр. Ленина, 76. Челябинск, Россия.

Исмаилов А.Ю. – доцент, кандидат философских наук, доцент кафедры «Журналистика и массовой коммуникации». Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования (научный исследовательский университет). пр. Ленина, 76. Челябинск, Россия.

Shesterkina L. P. – Associate Professor, Doctor of Philology, Dean of the faculty of journalism, Head of the Department «Journalism and mass communications». Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education “South Ural State University (National Research University)”, Lenina Avenue-76. Chelyabinsk, Russia.

Ismailov A. Y. – associate Professor, candidate of philosophy, associate Professor of « Journalism and mass communication». Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education “South Ural State University (National Research University)”. Lenina Avenue-76, Chelyabinsk, Russia.



XFTAP 19.45.03

Г.С. Амангелдиева¹, Ж.Ж. Еркін²

¹²Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті, Қарағанды, Қазақстан
(E-mail: ¹gulmira.sabyr@mail.ru, ²erkin@mail.ru)

Public Relations әлеуметтік институт ретінде

Андатпа. Авторлар мақалада Қазақстандағы паблик рилейшнз ақпараттық ортада қоғамдық пікірдің өзгеруіне әсер етіп жатқанын айтады. Пікірдің интенсивтігі, тұрақтылығы мен проблемаға сәйкес ақпарат ауқымының кеңеюінен PR саласын дамытудың қажеттігі көзделген. Өзге қызметтің түрлері тәрізді PR өз мақсатына жету үшін түрлі әрекетті жүзеге асырады және тиімді басқарудың кез-келген қызмет түрінің бөлінбес бөлшегі екенін авторлар нақты аша білген. Қоғаммен байланыстың әлемдік тәжірибесінде PR-дың бірнеше функционалдық ерекшеліктерін атап көрсетеді.

PR маманы үшін жаңалық пен корпоративтік материалдың аражігін айырудың мәні зор екендігі мақалада зерттелген. Материалды БАҚ-қа ақысыз жариялау үшін БАҚ-тың мұқтаждығын зерттеп, қанағаттандырумен қатар, онымен тығыз қарым-қатынас орнатып, тұрақты ақпарат көзіне айналу, БАҚ-қа арналған ақпаратты объективті түрде бағалай білу қажеттігі сараланған. Ақпараттық шикізаттан жүйелі, піскен ақпараттық өнім жасай білетін PR маманы - нағыз кәсіби маман, оның кез-келген материалы ақысыз жариялай алатындығын дәлелдеген. Сондай-ақ, мақалада Қазақстан Республикасындағы пиар қызметтің бәсекелестікке қабілеттігін арттыру жолдары қарастырылған.

Кілт сөздер: Public Relations, консалтинг, қоғамдық пікір, ресурс, аудитория, акция, менеджер, бәсекелес, имидж, өнеркәсіп, қара пиар.

Қазіргі заманда әлеуметтану мамандарының тәжірибесі әлеуметтік мекеме тарапында жұмыс атқаруға жетерлік. Әлеуметтік институтт шартты рөлдер мен мәртебелердің нормативтік жиынтығы ретінде көреміз. Сонымен қатар белгілі бір әлеуметтік қажеттіліктерді қанағаттандыруға бағытталған. Сондай-ақ қоғамда ұйымдастыру және реттеу формасы. Әлеуметтік мекемелер әлеуметтік өмірдің нақты саласын басқарады. Әлеуметтік институттар әлеуметтік тәжірибелердің болуын болжайды. Бұл термин ресми және бейресми ережелердің жиынтығын білдіреді. Зерттеуге арналған социологиялық көзқарас мекеменің әлеуметтік функцияларына және оның нормативтік құрылымына назар аударуды көздейді. «Паблик-релейшенз» – бұл әлеуметтік институт, қоғамдағы алар орны ерекше сонымен қатар әлеуметтік мекемелерде үнемі қоғаммен байланыс жүргізіп отыратын әлеуметтану мекемесі [1, 98 б.]. Әлеуметтану мекемесі де PR мамандарымен нақты тікелей байланыста. Мысалы: әлеуметтік-экономикалық тұрғыда, саяси тұрғыда, мәдениет, рухани-идеологиялық тұрғыда. Қоғамдық байланыс институты осы салалардың қалыпты жұмысын қамтамасыз ететін маңызды фактор болып табылады.

Кез келген PR қызметінің негізгі мақсаты – әлеуметтік құрылымдар мен олардың қоғамдастығының арасындағы өзара түсіністікке қол жеткізуге болатыны айқын. Қоғамдық қатынастар плюралистік қоғамға шешімдер қабылдауға көмектеседі. Е.А. Сидельниктің пікірінше, Ресейдегі PR қоғамдық институттың қалыптастыру және дамыту көбінесе экономикалық факторлармен анықталады делінген [2, 76 б.]. Бұл тұрғыда ол нақты қорытындылай келе **жаңа экономикалық модельге көшу** деп айтты.

Ақпараттық қоғамды қалыптастыру жағдайында экономикалық дамудың нарықтық моделінің көшу қоғамдық пікірдің маңыздылығын арттыруға, ұйым мен оның әлеуметтік орта арасындағы байланыс орнату қажеттілігіне әкеп соқты. Көптеген компаниялар мен академиялардың қызметі олардың арасындағы өзара түсіністікке қол жеткізуге тікелей байланысты.

М.А. Шишкина қоғамдық қатынастардың институционалдық аспектілерін талдай отырып, ол осы мәселені шешу үшін түсінікті «қоғамдық қатынастар саласы» атты еңбегін жазып шығарады. PR саласы қоғамдағы әлеуметті субъектілердің тиімді қоғамдық коммуникация жүйелерін мақсатты түрде өндіруге және жұмыс істеуіне байланысты әлеуметтік тәжірибелерді кеңейту болып табылады.

Коммуникативті қоғаммен байланыс желісі: Ресейде шынайы өмірде қоғаммен байланысуы өте төменгі деңгейде. Сәтсіздіктер кезінде басты құрылымдар өзгерістерге тез көңіл аудара алмайды. Қоғаммен байланыс элементтерінің бірігуі *публик рилейшнз* жүйесіндегі болатын бұзушылықтарды ескертуге және нәтижесін түзетуге көмектеседі. Бүгінгі күнге PR-жүргізуші субъектіне барлық элементтерді бірігу болады, себебі мекеменің қоршаған ортасы ауыса береді. Жылдам қозғала отырып қоғаммен байланыс элементтері өзіне жаңа сапа жинақтайды. Оның **негізгі компоненттеріне:** *жарнама, электрондық БАҚ, вербалдық және вербалды емес коммуникациялар* жатады [1, 109 б.].

PR коммуникация: Қоғаммен байланыс желісі өз алдына мәліметті шығару мен жеткізу, қимыл мен ой бірігуі субъект және объект жүргізушісіне жіберіледі. Желі барлық әлеуметтік байланысты жаулап алады. Желі көпшілікке аудиторияны арнайы қалыптастырады.

Қоғам мен байланыс желісі мәліметтерімен алмасуға басқару және басқарушылар арасындағы диалог жүргізуге мүмкіндік береді. Осы алмасу олардың арасындағы келісімге қол жеткізуге мүмкіндік береді. Әр қарастырылған жеке компонент қоғаммен байланыс желісі PR коммуникация ресурсы болып келеді, бірақ осы компоненттердің маңызды ресурстық PR басқару құрылымдары болып табылады.

Өзге қызметтің түрлері тәрізді PR өз мақсатына жету үшін түрлі әрекетті жүзеге асырады және тиімді басқарудың кез-келген қызмет түрінің бөлінбес бөлшегі. Қоғам мен байланыстың әлемдік тәжірибесінде PR-дың бірнеше функционалдық ерекшеліктерін атап көрсетеді:

- Басқару қызметінің бір бөлігі;
- Қоғам мен фирма арасында қарым-қатынасты үйлестіріп, келіспеудің алдын алу;
- Қоғамдық пікірді зерттеу;
- әлеуметтік байланыс орнықтыру, қоғамдық пікір мен әлеуметтік жағдайға әсер ету;

Өзара таным, өзара қарым-қатынас, өзара әрекет қоғамдық қарым-қатынастың заңды элементтері болып табылады. Жан-жақты қырларымен ерекшеленетін бұл элементтер PR саласына ене отырып кәсіби, арнаулы қызметтің (PR компанияны жоспарлау т.б.) қажетті бір бөлігіне айналады [3, 95 б.].

PR-агенттік ресурстары БАҚ-пен жиі аралас жұмыстар жасап, шынайы айтқанда: байланыс орнатады. PR-агенттіктер орталық БАҚ арқылы шыққан байланыстары бойынша әртүрлі сипаттағы материалдарды жариялап толыққанда PR-компаниялар жүргізеді. PR-агенттіктердің енді бір сипаттамасы – оның әмбебаптығында. Саяси PR мен бизнес PR-дың арақатынасы бір бірімен араласып кеткенімен, өз салаларында құқықтары бірдей емес. Агенттіктердің бәрінің бірдей жан-жақты тәжірибелері жоқ. Оның ішінде кейбіреуінің ғана өз алдына дербес қызмет көрсете алатын кең ауқымды мүмкіндігі бар. Теледидарда материалдарды орналастыру қымбат тұрғанымен жарнама мен PR үшін ол ең қуатты құралы болып табылады. БАҚ-та теледидардың қамту ауқымы мен құлашы да кең және көпшілікке әсер етуде мүмкіндігі де өте жоғары. Сонымен теледидар ақпарат арнасы ретінде аса қолайлы. Экран алдындағы қозғалыстағы бейнелер, оған қоса дауыс арқылы көрермендерге бірден әсер қалдыруда алдыңғы қатардан көрінеді. Бағасы жоғары болғанына қарамастан теледидарға жарнама орналастыру тұрғысына келетін болсақ, ол көптеген көрермендердің мазасын алатыны өтірік емес. Көрермен аудиториясының көп бөлігі теледидардан жарнама блогын көрсете бастаса болды оны басқа арнаға ауыстыруға тырысады. Сауаты да, әсерлі жасалған PR-материалдар мұндай жеркеніш тудырмайды. Теледидардағы PR жаңалықтар мен қоғамдық-саяси бағдарламалар шеңберінде жүзеге асырылады. Телеарналар PR-материалдарға өте қатаң талаптар қояды. Көрсетілетін тақырыптың федералдық

маңызы болуға тиіс. Мемлекеттік маңызы бар оқиғалар саябырсып, ақпараттық тыныштық орнаған кезде ақпараттық мәні бар PR-материалдар жүзеге асырылады. Бұдан басқа редакцияның теледидарға арналған PR-материалдарға сәйкес келетін өзіндік стандарты да болады.

Коммуникация тиімділігінің кері байланыспен анықталатындығы белгілі. Кері байланыс болған жағдайда тауар, қызмет, идея өзінің түпкі мақсатына кедергісіз жетеді. Ұйым, компаниядағы БАҚ-пен байланысты орнатушы, БАҚ-пен нормативтік негізде өзара қарым-қатынас саясатын жасаушы тұлғалар негізінен PR мамандары мен баспасөз қызметкерлері. Ал компанияның қызметі, іс-шаралары туралы ақпаратты қоғамға жеткізуші БАҚ болып табылады. БАҚ-пен мейлінше ашық қарым-қатынас орнатқан жөн, егер бұқаралық ақпарат құралдары ұйымды өзінің сенімді ақпарат көзі санаса, тіпті жақсы. Ұйым неғұрлым ірі болған сайын оған соғұрлым БАҚ-пен тығыз қарым-қатынас жасау қажеттілігі туады. Осы орайда ұйым қызметкерлерінің бұқаралық коммуникацияның заңдылықтарын, жұмыс істеу тәртібін (әлеуметтік қоғамды қолдау, қоғамға саяси және идеологиялық ықпал ету т.б.) толық меңгергені жөн. Осыдан кейін ғана екі жақты өзара ақпарат жүзеге асады. БАҚ пен ұйымның бірлескен қызметіндегі принциптерді И. Алешина 10 пунктке бөліп қарастырады әрі ұйымға қажет ақыл-кеңестер береді [4, 201 б.].

Онда БАҚ тарапынан ақпаратты бұрмалайтын фактілер болса, қандай шаралар қолдану керектігі баса айтылған. Позитивтік тұрғыдан танымал болғысы келген ұйым БАҚ-пен жұмыс істеудің жоспарын жасауы қажет. Мемлекеттік басқарудың бөлігі - баспасөз қызметі бұқаралық ақпарат құралдарымен өзара қызмет арқылы түрлі саяси шешімдерді қабылдап, таратуға бағытталған ерекше саяси институт. Баспасөз қызметінің міндеттері шексіз, ұйымның қызметі жайлы, қабылданған шешімдер туралы қоғамды ақпараттандырады (БАҚ арқылы жүзеге асады), әлеуметтік-саяси құбылыстарды болжап, билік органдарын хабардар етеді, билік органдары мен лауазымды тұлғалардың имиджін қалыптастырады, олардың қызметіне қоғамдық пікірдің көзқарасын талдайды, БАҚ үшін түрлі ресми ақпараттарды дайындап, таратады. БАҚ туралы Заңға сәйкес редакцияның тапсырмасымен ұйымның қызметі туралы жазатын журналистерді аккредитациялайды, баспасөз конференциясы, брифинг т.б. кездесулерді дайындап, өткізеді.

Баспасөз қызметінің құрылымы ұйымның түріне байланысты. Ұйымдағы баспасөз қызметі жеке бөлмеге орналасуы, техникалық құрал-жабдықтармен қамтамасыз етілуі тиіс. Сандық баспа жабдықтары, фотолаборатория, сандық бейнематериалдардың болуы, ұйым ішіндегі ақпараттың еркін таралуы, БАҚ мониторингі. Корпоративтік басылымдар баспасөз қызметін ұтымды ұйымдастыруға жағдай жасайды.

PR-менеджердің міндеті компанияның PR стратегиясын жасап, іс жүзіне асыру екендігі белгілі, алайда оның қызметінің негізгі бір бөлігі БАҚ-пен байланыс орнатып, сапалы PR материалын жазу, БАҚ сұранысын қанағаттандыру болып табылады. Қазақстандық компаниялардың 96 пайызы өзінің PR қызметінде БАҚ-пен байланысты жүзеге асырады [4, 12 б.].

Журналист өнімі қоғамға бағытталады, ал PR маманына тапсырыс беруші нақты клиент. Сондықтан да PR материал қоғамға пайдалы болуы шарт. Ұйымдар өздерінің кәсіби қызметін қоғам мүддесімен үйлестіре отырып, өзгелердің мінез-құлық кодексін сыйлауы, бұқаралық ақпарат құралдарымен тиімді қарым-қатынас жасауы қажет, ол үшін әдетте жұмыс жоспары жасалады. «PR-жоспар жасалғаннан кейінгі жұмыстың ең маңызды аспектісі БАҚ-пен байланыс болып табылады» [5, 144 б.] Түрлі органдардың баспасөз қызметі мекеменің ұнамды имиджін қалыптастыру мақсатымен көп жағдайда бұқаралық ақпарат құралдарына тек өзіне тиімді жағымды ақпараттарды ғана берумен шектеледі. БАҚ қоғамға қажетті ақпаратты қандай да жолмен алғысы келеді, БАҚ-тың монополиялануы да ұйым мен БАҚ-тың арасындағы қарым-қатынастың дамуына кедергі болады. Осыдан келіп ұйым мен БАҚ арасында түрлі түсініспеушіліктер пайда болуы мүмкін. Сондай-ақ БАҚ ұйым үшін негізгі ақпараткөзі болып табылады, яғни ұйым өз қызметінде түрлі мақсаттармен (тұтынушыларды анықтау, сату көлемін ұлғайту т.б.) электронды және баспа БАҚ материалдарын пайдаланады. Коммерциялық құрылым мен БАҚ-тың арасында ашықтық, өзара құрмет және сенімділік болғанда ғана ұлттық экономиканың

мәртебесі көтеріліп, отандық тауар мен қызметтің бәсекеге қабілеттігі артады, қазақстандық компаниялар БАҚ материалдары арқылы өзара тәжірибе алмасып, байланысқа түседі, дамиды. Ақпараттың ұйым үшін, оның құндылығы осында болады.

Журналиске ақпарат берудің барысында журналистің көзқарасын түсініп, қажеттілігін қанағаттандырумен қатар, ақпараттың аудиторияға маңыздылығы ескеріледі, сондай-ақ ол материал ұйымның рейтингін көтеріп, беделін арттыруы тиіс. PR маманы үшін жаңалық пен корпоративтік материалдың аражігін айырудың мәні зор. Жаңалық тек мақсатты аудиторияға ғана емес, журналиске де қызықты, маңызды әрі тың болуы керек. Материалды БАҚ-қа ақысыз жариялау үшін БАҚ-тың мұқтаждығын зерттеп, қанағаттандырумен қатар, БАҚ-пен тығыз қарым-қатынас орнатып, тұрақты ақпарат көзіне айналу, БАҚ-қа арналған ақпаратты объективті түрде бағалай білген жөн. Ақпараттық шикізаттан жүйелі, піскен ақпараттық өнім жасай білетін PR маманы - нағыз кәсіби маман, оның кез-келген материалы ақысыз жарияланады. «Қазақстандық компаниялардың 81 пайызы материалдарын БАҚ-қа ақылы орналастырады, олардың көпшілігінің БАҚ-қа материалды ақылы жариялаумен айналысатын бөлімдері бар». Кейбір бизнес басылымдар (Москва, «Технологии управления» журналы) PR материалдарды ақылы түрде дайындағанымен, ақысыз жариялайды [5, 165 б.].

Сфера функциясында қоғаммен байланыс қазіргі таңда заманауи кезең.

Әлеуметтік PR және мемлекеттік пиар (GP) - үміткерлермен тығыз байланыс жүргізу арқылы қоғамдағы рөлін анықтап, көпшілікке жариялау [6, 29 б.]. Жоғарғы билік сонымен қатар ұлттық қорғаныс өкілдерінің ақпараттарын пресс-служба өкілдеріне тікелей жетуді.

Қазіргі таңда коммерциялық мекемелер тікелей қоғаммен байланыс мамандарына ақпарат жеткізуші ретінде жүгінеді. Себебі олар өз ұйымдарының қоғамдағы рөлін дәл осылай қалыптастырады [7, 98 б.]. Қазіргі кезде жоғарғы билік басқарушы ретінде табығандықтан олар ақпарат көздерін сонымен қоса өздерінің имиджін қалыптастыру мақсатында тікелей қоғаммен байланыс мамандарына сенім артады.

Имиджмейкинг - технологиялар мен техниканың, элементтер мен операциялардың үйлесіміне сәйкес белгілі бір тұлғаның немесе заттың (тауардың) қоғамдағы алар имиджін қалыптастыру [8, 51 б.]. Имиджмейкинг бір жағынан жүйе түрінде келсе, ал екінші жағынан белгілі бір жетістікке жеткізу немесе жұмыстың нақты орындалуын қадағалайды.

Қоғаммен байланыстың бұл түрінің басты мақсаты ол: белгілі бір ұйымның қоғамдағы образын қалыптастыру, қоғамдағы түрлі топтарға қызығушылық тарапын арттыру, белгілі бір қоғамдық көзқарасқа (мекеменің, тұлғаның, саяси партияның, аймақтың, мемлекеттің) оң жағынан әсер беретін жаңалықтарын қалыптастыру. Ұйымның көңілге жағымды имиджі қоғамдағы көзқарастардан барынша өзіне деген сыйластықты алып келетіні анық.

PR-брендинг (бренд-тауарлық марка). Танымал бренд атауларын, түрлерін сонымен қоса мағынасын салмақты түрде қоғамдағы рөлін машықтау. Бренд-маркер белгілі бір сөз немесе атау арқылы, сонымен қоса символ арқылы қоғамдағы топтардың қай түріне дәлірек түсіндіреді.

Медиа-рилейшиз (Media Relations) - нарықтық ақпарат көздеріне жаңа бағдар. Белгілі бір ұйым мамандарының БАҚ пен тығыз қарым қатынаста болуы. Белгілі бір тұлғаның немес ұйымның жаңа ақпарат көзі мен жаңалықтарын БАҚ-қа немесе ғаламтор желісіне жіктеу.

Конфликттің алдын алу. Бұл түр көбіне жаңа бағыттар іздеу арқылы, бәсекелестермен оңтайлы шешім қабылдау, сонымен қоса белгілі бір қарсылыққа төтеп беру мен ауыр міндеттен арылу болып саналады. Бұл жайында толығырақ «Қоғаммен байланыс кризистік жағдай» тақырыбында нақтырақ білуге болады [7, 104 бет].

PR спорт және мәдени тұрғыда имидж қалыптастыру:

Музей, кітапхана, саябақ, стадион, фитнес клубтары, шипажайлар, қонақ үй және шоу бизнес өз алдында өзінің атағын сонымен қатар имиджін қалыптастырғанын жөн санайды. Әрине осы тұрғыда олар да қоғаммен байланыс мамандарына сенім арттырады.

PR мекемелерінің өз адында белгілі бір нашықта қоғамға жеткізетін ақпарат көздерін бірден жарияламайды. Ең алдымен сол ақпараттың беделін арттыру мақсатында анализ жүргізеді. Көбіне олар ақпарат көзінің қоғамдағы көзқарасқа оң түрде жетуін қатал қадағалайды. Себебі қазіргі таңда көбінесе пікір тартысқа түсіп қалу әбден мүмкін. Осының барлығын алдын ала жоспарлап олар ақпараттың қоғамдағы алар орнын машықтайды.

Жарнамалау - белгілі бір тұлғаны және тауарлық сапаны қоғамға жеткізе білу. Жалпылама ретінде алатын болсақ қоғамның көңілінен орын таба білетіндей етіп жарнамалауды жүргізу.

Медиа-жоспарлау - белгілі арналар арқылы қоғамға керекті сұранысқа ие болып саналатын жарнама түрін оңтайлы түрде жеткізу сонымен қоса БАҚ қызметкерлерімен тығыз байланыс жүргізе отырып, ақпарат көзін жеткізе білу болып табылады. Қоғамда алар орны мен бюджетті де қатар алып БАҚ қызметіне тікелей жеткізу сонымен қоса ПР мамандарының сол ақпаратты ұйымның имиджіне оң әсер бертіндей етіп қоғамда қалыптастыру [7, 285 б.]. Медиа -жоспарлау көбінесе ПР мамандарының БАҚ пен тығыз байланыста болуынан туындайды.

Спичрайтинг-мәтін жазушы (халық алдында жеткізуге тиесілі мәселелер мен жоспарланған жағдайларды ашық түрде жеткізу) [8, 52 б.]. Белгілі бір тұлғаның өзінің сөйлеу мәнерімен халықты өзімен ала жүруін айтады. Тек жетістігімен ғана емес сөйлеу машығымен қоса айтылған сөздерінің орнықты болуы халықты өзіне деген сенімділігін арттыру. Қазіргі таңда әдемі сөз мәнерімен шыға білгендер ел алдында ғана емес сонымен қоса жоғарғы билік алдында таңдау болып қалыптасады. Спичрайтерлер белгілі халық алдындағы ұсынылатын немесе қорғалатын доклад сонымен қатар корпоративтік мекеме атынан шығатын сөз дайындайды. Таңдау алдында тұрған тұлғаларға сөз дайындау арқылы олар тек қана халық алдына ғана емес сонымен қоса идеялды түрде әлеуметтік мекемелер тарапына жеткізетін сөздер дайындайды. Америка құрама штаттарында бұл мамандық беделді болып есептеледі. Оларда спичрайтерлерден сұхбат алынады. Олар ештеңені де жасырмай тіке жеткізе біледі себебі құқұқылары бар. Ал, Ресейде спичрайтинг бұл қатал түрде құпия болып есептелетін жандар болып табылады.

Қоғаммен тікелей байланыс ПР мамандарының басты міндеті болып есептелді. Сонымен қатар, бұл жағдайларда олар тек қоғаммен байланыс тарапынан ғана емес сонымен бірге жарнамалау жағынан да ұқсастықтар бар екені баршамаызға мәлім. Бірақ жарнама енгізу ақылы түрде ғана жеткізіледі, ПР мамандары нақты жарнама емес имидж қалыптастыру жағынан айрықша орын алады [8, 52 б.]. ПР мамандары мен сонымен қатар маркетинг жүйелерін салыстырушылар қоғамда жетіп артылады. Шын мәнінде екеуінің арасында ешқандайда ұқсастық жоқ және болмағанда. ПР мамандарының белгілі бір мекеме өзінің имиджін қалыптастыруы арқылы алатын орны айрықша. Себебі өзінің имиджі арқылы халық тарапынан да сұранысқа ие ұйым ретінде қалыптасу оң жағынан әсерін берері анық.

Қалай дегенмен де ПР мамандары БАҚ қызметкерлеріне орнықты ақпарат жеткізе білуінің арқасында оларға деген сұраныс көзі барынша көз болары да айдан анық. Маркетинг бір сөзбен айтатын болсақ тек қана ұйымның экономикалық қаржы жағынан ғана әсерлеуін жетуізеді ал ПР мамандары ұйымның қоғамдағы алар орны мен бәсекеге қабілеттілігін арттырады. Міне осылайша ПР мамандары белгілі бір мекеменің тек қоғамда ғана емес сонымен қатар, ішкі принциптерін қалыптастыруға оңтайлы шешімдерін таба біледі.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Домбай, Қ. Қазақстандағы «Шіренбеген PR» немесе компанияны жарнамасыз қалай көтеруге болады. / Қ. Домбай - Алматы: Экономика, 2010. - 346 б.
- 2 Доти, Д. Паблицити и паблик рилейшнз. / Д. Доти - Москва: Филинь, 1996. - 286 б.
- 3 Гренберг, Т.Э. Политические технологии PR и реклама. / Т.Э. Гренберг - Москва: АспектПресс, 2012. - 265 с.
- 4 Музыкант, В.Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике. / В.Л. Музыкант - Москва: АспектПресс, 2002. – 320 с.

- 5 Бекболатұлы, Ж. Жұртшылықпен байланыс. / Ж. Бекболатұлы - Алматы: Экономика, 2009. - 250 б.
6 Негизбаева, М.О. Рекламные и PR-коммуникации в журналистике Казахстана. / М.О. Негизбаева - Алматы: Экономика, 2012. - 280 с.
7 Почепцов, Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. / Г.Г. Почепцов - Москва: Центр, 1998. - 349 с.
8 Блажнов, Е. Имидж: секрет воздействия / Е. Блажнов // Журналист. - 1994. - №1. - С.52-24.

Г.С. Амангельдиева, Ж.Ж. Еркин

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

Public Relations как социальный институт

Аннотация. В статье дана общая характеристика сектора PR в информационном пространстве Казахстана. Расширение информационного поля требует дополнительных исследований в области PR-технологий. Авторы четко определили роль PR-технологий в СМИ, в различных видах информационно-коммуникационной деятельности. Знание основ PR является неотъемлемой частью любого типа эффективного управления.

В статье изучены корпоративные материалы, которые формируются экспертами Public Relations. В статье подчеркнута необходимость внедрения и использования в производственном процессе всех ресурсов, являющихся постоянным источником информации. Авторами отмечено, что эксперт по PR, способный создавать систематические свежие информационные продукты из информационного сырья, является настоящим профессионалом, который находит возможность бесплатно публиковать любые материалы. Также в статье рассмотрены пути повышения конкурентоспособности пиар-служб Республики Казахстан в современных условиях.

Ключевые слова: паблик рилейшнз, агентство, консалтинг, общественное мнение, фондовый биржа, менеджер, конкуренция, имидж, промышленность, черный PR.

G.S. Amangeldiyeva, Zh.Zh. Yerkyn

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

Public Relations as a Social Institute

The article gives a general description of the PR sector in the information space of Kazakhstan. The expansion of the information field requires additional research in the field of PR-technologies. The authors clearly define the role of PR technologies in the media, in various types of information and communication activities. Knowledge of PR fundamentals is an integral part of any type of effective management.

The article examines corporate materials which are formed by Public Relations experts. The article emphasizes a need to introduce and use in the production process all resources that are a constant source of information. The authors note that a PR expert who can create systematic fresh information products from information raw materials is a true professional who finds the opportunity to publish any materials free of charge. The article also demonstrates ways to increase competitiveness of public relations services of the Republic of Kazakhstan in modern conditions.

Keywords: public relations, agency, media, public opinion, information, resources, audience, stock exchange, manager, consumer, economy, competition, image, industry, black PR.

References

- 1 Dombay, Q. Qazaqstandaғы «Shirenbegen PR» nemese kompanıany jarnamasyz qalaı kóterýge bolady [How to raise a non-free PR in Kazakhstan or the company without ads]. (Economics, Almaty, 2010. 346 p.). [in Kazakh]
- 2 Dotı, D. Pablısıtı ı pablık rıleıshnz [Pablility and public relations]. (Filin, Moscow, 1996. 286 p.). [in Russian]
- 3 Grenberg, T.É. Politicheskie tekhnologii PR i reklama [Political technology PR and advertising]. (AspektPress, Moscow, 2012. 265 p.). [in Russian]

- 4 Muzikant, V.L. Reklama i PR-tehnologii v biznese, kommersii, politike [Advertising and PR-technologies in business, commercial, politics]. (AspektPress, Moscow, 2002, 320 p.). [in Russian]
- 5 Bekbolatuli, J. Jurtshilqpen baylanis [Public Relations]. (Economics, Almaty, 2009, 250 p.). [in Kazakh]
- 6 Negizbaeva, M.O. Reklamnie i PR-kommunikatsii v zhurnalistike Kazakhstana [Рекламные и PR-коммуникации в журналистике Казахстана]. (Economics, Almaty, 2012, 280 p.). [in Russian]
- 7 Рождерсов, G.G. Publ'k mneniye, ili kak uspeshno upravlyat obestvennym mneniem [Public relations, or how to successfully manage public opinion]. (Center, Moscow, 1998, 349 p.). [in Russian]
- 8 Blajnov, E. Imidj: sekret vozdeistviya [Image: the secret of exposure] (Journalist. 1994. №1. P. 52-24). [in Russian]

Авторлар туралы мәлімет:

Амангелдиева Г.С. - әлеуметтік ғылымдар магистрі, Академик Е.А. Бөкетов ат. ҚарМУ, журналистика кафедрасының аға оқытушысы, Саран, Қазақстан.

Еркін Ж.Ж. - әлеуметтік ғылымдар магистрі, Академик Е.А. Бөкетов атындағы ҚарМУ, журналистика кафедрасының аға оқытушысы, Қарағанды, Қазақстан.

Amangeldieva G.S. - Master of Social Sciences, Academician EA Buketov KarSU, philological faculty, senior teacher of journalism department, Saran, Kazakhstan.

Yerkyn Zh.Zh. - Master of Social Sciences, Academician EA Buketov KarGU, Faculty of Philology, Senior Lecturer, Department of Journalism, Karaganda, Kazakhstan.

ЖАҢА МЕДИА
NEW MEDIA
НОВЫЕ МЕДИА



ХҒТАР 19.45.03

Ә.Ж. Сәуірбаева

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

Ақпараттық технологияларды зерттеудің методологиялық мәселелері

Аңдатпа. Ғылыми мақалада бұқаралық ақпарат құралдары ақпараттық жүйені іске асыратын апараттық технология кешені және оны зерттеу методологиясы сипатталады. Бұқаралық ақпарат құралдарындағы ақпараттық технологияны зерттеудің бұрынғы әдістерінің қалыптасуы мен дамуы жүйеленді. Ақпараттық жүйенің құрылымын зерттеу методологиясы ақпараттық технологиямен байланыста қарастырылды. Мобилділік, интерактивтілік, өзара байланыс сияқты медиажүйеге ортақ белгілердің әрқайсысының жеке сипатына қарай зерттеудің әдістері де әртүрлі болуы мүмкін деген тұжырым туады.

Ақпараттық технологияны зерттеуде коммуникациялық, саяси, әлеуметтік, психологиялық әдістеріне баса көңіл бөлінді. Олардың зерттеу әдістері қазақ зиялыларының еңбектерінде де кездестіруге болады. Жаңа медиа толқынында ақпарат алу, жинау, өңдеу, тарату және де ақпаратты сақтаудың, журналистік қызметті жедел әрі түрлі жанр технологиясымен конвергенттік журналистикада іске асыратын заманауи техника мен технологияны меңгеруде ғылыми әдістемелердің қажеттілігі туып отыр.

Түйін сөздер: Ақпараттық жүйе, ақпараттық техника, жаңа медиа, конвергенттік журналистика, медиажүйе.

Журналистика гуманитарлық және әлеуметтік ғылымдардың ішінде әлеуметтік ғылымға жататынын журналистиканың атқаратын функциялары мен ақпаратты жинау, өңдеу, іздеу, жаңарту, енгізу және шығарып беру жүйесі ақпараттық технологиялық үрдістерге сәйкес келетін технологиялық құралдар кешенімен жүзеге асады. Осы ақпараттық технологияның ішкі, сыртқы сипатын ескеріп (психологиялық, әлеуметтік, саяси) бұқаралық коммуникация үрдісінің тиімділігін, ақпараттандыру мен сенім процесін зерттеу ақпараттық технологияларды зерттеудің методологиялық мәселелерінің бірі. Қоғам туралы жалпыдан бастап жеке аспектілер процестері ақпарат алу мен тарату мәселелерін қамтиды. Зерттеу объектісінің жиынтығын бұқаралық ақпарат құралдары бір өзіне жинаған. Айта кету керек, бұқаралық коммуникациядан БАҚ-тың ерекшелігінің бірі ақпараттық технологиямен байланысты: ақпаратты таратудың мерзімділігі мен жиілігі, ақпаратты тарату үшін техникалық құралдар мен технологияны қолдану және оны сақтау (қағазда, сандық, интернет-архивтерде). Прохоров өз зерттеулерінде ақпаратты жинау, таратуды коммуникация процесі ретінде қарастырған. Саяси, әлеуметтік, ұйымдастырушы-басқарушылыққа байланысты жинақтаған әлеуметтік институт - БАҚ материалдарында көрініс табуы сәйкесінше бұлардың әрқайсысына тән теориялық қыры, яғни БАҚ заңнамасы мен ерекшеліктерін ескеру зерттеу проблемасы болмақ.

Қазақстанда бұқаралық ақпарат және коммуникация құралдарын зерттеудің әлемдік тәжірибені негізге ала отырып бірқатар үлгілері қалыптасып келеді. Баспасөз тарихын зерттеу методологиясының қалыптасуы туралы алғаш рет ғылыми негіздеп берген ғалымдардың бірі профессор А.В. Западов. Ондағы баспасөз тарихын талдаудың ғылыми әдіс-тәсілдері В.Г. Березина, А.Г. Дементьев, Б.И. Есин сияқты ғалымдардың зерттеулеріне де арқау болған. Баспасөз тарихын зерттеудің ғылыми методологиясы жөнінде өзіндік көзқарасымен ерекшеленетін Ресей ғалымы С.А. Михайлов «журналистика – синтетикалық

пән» деп санайды. Оның пікірінше, журналистиканың өзіндік, оның өзіне ғана тән талдау және синтездеу жөніндегі ұстанымдары мен әдіс-тәсілдері бар екеніне талас жоқтығына қарамастан, бұл сала өзі қарым-қатынасқа түсетін ғылымның барлық тармақтарының методологиясын қоса пайдаланады дейді.

Қазіргі кезде Ресей ғалымдары журналистика ғылымының көптеген салалары бойынша өте сәтті зерттеу жұмыстарын жүргізіп жатқанын атап өту керек. Мәселен, журналистикадағы ақпараттық технологиясын зерттеуші В.В. Кихтан тұжырымдарымен бөліседі. Г.С. Мельник және М.Н. Ким бірге жазған еңбекте ғылыми таным методологиясы және журналистиканың өзара байланысы, журналистиканың пәндераралық әдістері, журналистік ақпаратты қабылдауды үлгілеудің негіздері, журналистикадағы филологиялық әдістер мен лингвистикалық талдау, журналистиканың социологиялық әдістері, журналистиканың эмпирикалық деректер жинақтау әдістері және редакциялар қызметін ұйымдастырудың ғылыми әдістері туралы тың тұжырымдамалар түйген. Е.П. Прохоровтың «Исследуя журналистику» атты еңбегінде бұқаралық ақпарат құралдарын зерттеудің теориялық негіздері, методологиясы, әдіс-тәсілдері және зерттеушінің ғылыми жұмысының техникасы жан-жақты жазылған.

Тәуелсіздік алған 90 жылдары ақпарат алаңында бұқарамен байланыс күшейді. 1992 жылы Ресейде журналистикаға ПР қосылды. ПР-дың барлық әлемде қоғамдық пікірге ықпалы ететін күшке ие. бұқарамен байланыс бұқаралық ақпарат құралдары мен бұқаралық ақпараттық коммуникация, тікелей байланыс арналарын пайдаланады. Айтып өту керек, журналистикада бұқаралық ақпарат құралдары, бұқаралық ақпараттық коммуникация, ПР-дың көздейтін мақсат-міндеті қоғамға ақпарат тарату арқылы қызмет ету, ақпараттық технологиялармен аудиторияны өзіне тартудың әрбіреуі өзінше әдістерін қолданды. Ақпараттық технологиялар қоғамның сұранысын қанағаттандыруға қажетті ақпарат алмасу жүйесін үнемі жетілдіру үстінде. Сәйкесінше БАҚ кеңістігі кеңейіп, жылдан-жылға өзгеріп отыр. Соңғы онжылдықтарда дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдары, яғни газет-журналдарға электронды радио, телевидение қосылды. Бүгінгі күні жаңа медиа және интернет журналистикамен толықты.

«Одна из ключевых понятий наук о СМИ-медиа. Это технически опосредованные каналы, по которым распространяется информация и тем самым осуществляются СМИ – особый вид массовой коммуникации, причем институционализированной, то есть находящейся в условиях правового и этического регулирования, имеющей организационную инфраструктуру», - деп берген түсініктен ақпараттық технологияның қыр-сырынан көп дүниені ұғындырады [1] (из единого центра) – комногим (рассредоточенным в пространстве). Ақпарат беру, таратудың қоғамда алатын орны зор. Ақпарат жүйесі мен технологияның даму кезеңдері, зерттеу әдістемесі ғылымнан үнемі жаңашылдықты талап етіп отырады. Әлемдік журналистиканың ақпараттық технологиясын зерделей отырып технология мен методологияның өзгеріске ұшырап отырғаны дұрыс. Қазақстанның бұқаралық ақпарат құралдарындағы ақпараттық технологияның даму кезеңдері және жаңа технология, тың әдістеме БАҚ-тың дамуына қаншалықты үлес қосатынын анықтауға көмектеседі. Қуандық Шамахайұлы «XX ғасырдағы әлем журналистикасы» еңбегінде XIX ғасырда қаржы, өнеркәсіптік топтар мен сауда фирмаларының бәсекелескен тұсында жарнама бизнесі қарқын алып, баспасөз редакцияларына хабар, жарнама материалдарының толассыз тасқыны редакцияның табысын арттырды дейді. Баспаханалардың өндірістік потенциалдары артып, техникалары мен технологияларының жетілдіруінің арқасында газет-журналдарды басып шығару ісі жеделдетілді. Бұл кезеңде күнделікті газеттердің саны арта түскен. Мерзімді баспасөз мазмұны мен қатар сыртқы пішіні, дизайны оқырмандарын өзіне тартатындай халге жетті. Англияда 1850 жылы пайда болған фотоклише жылдар бойы жетіліп, газеттің көркін аша түсті. 1897 жылы «The New York Tribune» газеті алғаш қолданып, жаңа технология газет клишесін жедел сапалы даярлауға мүмкіндік берді» деп жаңа технологияның баспасөздегі нәтижесін айтқан.

1990 жж. компьютерлік, телекоммуникациялық, мультимедиялық, ақпараттық технологиялық тенденциясы енді. Осы тұста ғылыми-техникалық прогресс пен ақпараттық технологиялық эволюция процесінің тұғыры заманауи ақпараттық технологияны пайдаланудың методикасын жасап шығаруды қажет етті.

«Мультимедиа в состоянии сделать для человека новый-виртуальный мир. Игры полностью забрать свободное время не только у детей, но и многих взрослых. С помощью мультимедиа человек становится творцом в этом нереальном мире, стремясь посредством техники получать различные виды удовольствия», - дейді Ю.Шишина [2]. Бұқараны техникамен басқару процесі ұдайы өзгеріп отыратын ақпаратпен алмасуды талап етеді, сол себепті жоғары жылдамдықты компьютерлік жүйе қажет болды. Спутниктік, кабельдік, интернет-таратылымның дамуы, «жаңа медианың» ықпалы аудиторияны өлшеудің жаңа технологиясын зерттеудің жаңа проблемаларын тудырды.

Жаһандық ақпараттық ашық кеңістікте дамушы қазіргі медиажүйелерге ортақ белгілер бар. Ол туралы Тоффлер өз зерттеуінде айтып өткен. Бірнеше мың жыл бұрын «Эта полудюжина определяющих черт будущего включает в себя интерактивность, мобильность, обратимость, возможность взаимосвязи, повсеместность и глобализацию», - деп бөлуі БАҚ-ты зерттеу методологиясының дамуына жол ашып қана қоймай, әрі қарай дамуына түрткі болды [3]. Бұл трендтар баспаның (газет, журнал) классикалық түрлерінің даму процесін жеделдетті. Айта кету керек, медиажүйені зерттеу, оның ұйымдасуы, оның құрылымдық бөлігі объектінің жағдайын сипаттау үшін қажет.

Үш кезеңнен өткен БАҚ-тың дамуы динамикалық зерттеулерге негіз бола алады.

Оның **бірінші кезеңі** - идеологиялық, яғни БАҚ-ты игеруде әлеуметтік институт ретінде үгіт-насихат, функцияналдық қызметі зерттелді (1980ж.ортасы).

Екінші кезеңі - технологиялық төңкеріс. Онда журналистика мамандығы мен оның компоненттері зерттелді.

Үшінші кезеңі - жаңарудың белсенді кезеңі. Бұл 1990 жылдан бері қарай жаңа теорияның қалыптасу кезеңі. Жалпы әлемдік тенденцияда, ақпараттық дәуірдің тууы мен жаһандануы, ақпаратты тасымалдаудағы Отандық жүйелер талқыланды. Төртінші толқын бұл медиаиндустриялық тұжырымдар мен өзге де жағдайлар бұрынғы көзқарастарды зерттеудің барлық аймақтары бойынша қайта қарауға мәжбүрлейді. Қоғамға келісім мен келісім-шарттар қажеттігінің туындауынан зерттеудің проблемасы анықталады. Ол үшін БАҚ-ты зерттеушілердің қатысуымен көпшілік саласында диалогтың мүмкіндіктерін қамтамасыз етуге қабілетті тиімді құралдар мен кәсіби технологияларды іздестіру керек. Осылайша зерттеудің жаңа түрі баспа түрі, жұмыс істеу технологиясын, бұрын соңды белгісіз болып келген пәндік аймақтарды зерттеу нысаны ретінде көздеуге мүмкіндік береді.

Журналистік қызметтің технологиясы мен методикасы зерттеу бағытына айналды. Журналистің қызметті меңгеруде мәліметтер көзі және олармен жұмыс істеу, журналистік мәтін және олардың түрлері, мәтін құрастырудың жаңа технологияларын зерттеу объектісі бола алады. Теориялық әдебиеттерде журналистің міндеттері, жанрлық түрлері мен технологиялары, журналистік ақпарат түсінігі, журналистің кәсіби этика негіздері, журналистің кәсіби қызметінің жалпы теориялық моделі, сондай-ақ қазіргі ақпараттық технологиялар және т.б. айтылады (авторлар еңбектерінде В. М. Горохова (1982), Г. В. Лазутин (2007,2010, 2011), М. М. Лукин (2003), Е. И. Пронин (1981), Л. Г. Свитич (2000, 2010), А. А. Тертычный (2000, 2005, 2009), М. И. Шостак (2000). «Жаңа журнализм» туралы көп пікірталас болып, жаңа технологияның әсерінен журналистің жұмыс тәсілдеріне өзгеріс енгенін Е. Л. Варганов (2009), Я.Н. Засурский (2007), Л.Г. Свитич (1970-2010) еңбектерінде жан-жақты айтылған.

Техника мен жаңа методиканы пайдалану журналистиканың алғашқы табиғи сипаты сияқты ақпаратты философия, әлеуметтік, психологиялық, этикалық білім аясында тығыз байланыстыра тану. Пәнаралық, кафедраарлық пәндерді зерттеуді дамыту қазіргі тәжіри-

беде сұранысқа ие. Журналистік еңбектің технологиялық аспектілері зерттеуге сұранып тұр. Соның ішінде ақпарат көздерімен жұмыс істеу; журналистік мәтіннің құрылымы мен мазмұндық негізіне өзгеріс енгізу; БАҚ арналары мен бағыттарында, жеке түрлерінде технология модификациялары; конвергенттік процесс, журналистік қызмет және т.б. атап айтуға болады.

Қазіргі таңда Қазақстанда журналистиканың ғылыми зерттеу объектісінде саяси журналистика, әлеуметтік журналистика, бұқаралық коммуникация салалары арқылы таңуға ұмтылыс жасалып жатыр. Ә. Бөкейханов, А. Байтұрсынов, М. Дулатов сынды Алаш көсемдерінің баспасөз беттеріндегі еңбектерінде қазақ журналистиканың сипаты мен дамуы туралы деректерді, теориялық тұжырымдарды кездестіреміз. Олардың еңбектерінде баспасөздің өзіндік қасиеттері мен сипаты, сондай-ақ мерзімді басылымдар шығару ісінің тарихына қатысты парасатты пайым-пікірлері мен тұжырымдарынан бастау алатын қазақ журналистикасы мен баспасөзінің теориялық қағидалары филология ғылымының бір саласы ретінде С. Мұқанов, Қ. Жұмалиев және Е. Ысмайылов, Б. Кенжебаев, М. Фетисов, Ү.Х. Субханбердина, К. Кереева-Қанафиева, Ш.К. Сәтпаева, Т. Кәкішұлы, Т. Амандосов, Т. Қожакеев, Ш. Елеукенов, М.К. Барманқұлов, Д. Ысқақұлы, Б. Әбілқасымов, Н. Омашұлы, Б.Ө. Жақып, Ш.И. Нұрғожина, Д. Қамзабекұлы, Б. Момынова, А. Шәріп, Қ.Ж. Тұрсын, Қ.Ө. Сақ және басқа ғалымдардың еңбектерінде қарастырылған.

Сонымен зерттеп салыстыру нәтижелерінде әлемдік ақпараттық технологияларды зерттеу методологиясында классикалық зерттеу тәсілін негізге алуды қолдайтынын көреміз. БАҚ-ғы ақпараттық технологиялардың дамуы әр кезеңдегі коммуникацияның, технологияның дамуымен байланысты. Қазіргі уақыттағы төртінші кезең медиаиндустрия мен одан туындайтын тұжырымдармен ерекше. БАҚ заманауи индустрияда телекоммуникация салаларына, тұрмыстық техника өнімдеріне, ақпараттық технологияға басымдылық танытуда.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб. пособие для вузов. – Глава I / И.Д. Фомичева – Москва: Аспект Пресс, 2007. - 335 с.
- 2 Шишина, Ю. Психодизайн XXI века / Ю. Шишина // Наш современник, 1991. №8, - 144 с.
- 3 Тоффлер, А. Метаморфозы власти / А. Тоффлер. – Москва: АСТ, 2001. – 435 с.

А.Ж. Сауирбаева

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

Методологические вопросы исследования информационных технологий

Аннотация. В статье рассматриваются особенности системы средств массовой коммуникации и методологии их исследования. Методы же исследования взаимосвязаны с траекторией путей развития информационных технологий и являются инновационными в отношении к традиционным средствам массовой коммуникации.

Предлагается рассматривать медиасистему с учетом специфики мобильной, интерактивной и корпоративной связи.

При исследовании технологий информационных систем необходимо учитывать в достаточной мере коммуникативные, политические, социальные и психологические аспекты контента. Что нередко наблюдается в трудах казахских интеллектуалов. В период бурного развития нового медиа необходимо освоить разнообразную оперативную технологию журналистики по сбору, сохранению, обработке информации, а так же выработать научные подходы использования новой техники и технологии конвергентной журналистики.

Ключевые слова: информационная система, информационная техника, новая медиа, конвергентная журналистика, медиасистема.

A.Zh. Saurbayeva

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

Methodological Issues of Information Technology Research

Annotation. The article considers features of the system of mass communication and methodology of their research. Methods of research are interconnected with the path of development of information technologies and are innovative in relation to traditional means of mass communication.

It is proposed to consider the media system taking into account the specifics of mobile, interactive and corporate communication.

When researching information system technologies, it is necessary to take into account sufficiently communicative, political, social and psychological aspects of the content. This fact can be often observed in the writings of the Kazakh intellectuals. In the period of rapid development of the new media, it is necessary to master the diverse operational technology of journalism in collecting, preserving, processing information, as well as developing scientific approaches to the use of new technology and convergent journalism technology.

Key words: information system, information technology, new media, convergent journalism, media system.

References

- 1 Fomicheva I.D. Sotsiologiya SMI: úчеб. posobie dlia výzov [Sociology of Mass Media: Textbooks: manual for high schools Vol. 1]. (Aspekt Press, Moscow, 2007, 335 p.). [in Russian]
- 2 Shishina Yu. Psihodzizain XXI veka [Psychodesign of the XXI century], (Our contemporary, (8), 144 (1951). [in Russian]
- 3 Toffler A. Metamorfozy vlasti [Metamorphosis of power]. (AST, Moscow, 2001, 435 p.). [in Russian]

Автор туралы мәлімет:

Саурбаева А.Ж. - PhD докторант Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казакстан.

Sauyrbaeva A.ZH. - PhD doctoral student of L.N. Gumilyov National Universiti, Astana, Kazakhstan.

XFTAP 19.01.11

Б. Тоқтарбай

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

Жаңа медиа: азаматтық журналистика және отандық БАҚ

Аңдатпа. Автор мақалада журналистика саласына интернет арқылы енген жаңа атаулар мен оның артықшылығына тоқталады. Жаңа медиа ұғымына және азаматтық журналистика сияқты бүгінгі қоғамда белсенді қызмет етіп отырған топтардың қызметіне баға береді. Медиа саласындағы техникалық, технологиялық ілгерлеушіліктің артықшылығын атап өтеді. Шетелдік ғалымдар мен отандық зерттеушілердің ғылыми тұжырымдарын талдап, журналистика саласының жаңа атауына түсінік береді. Шетелдік зерттеушілердің және дәстүрлі БАҚ өкілдерінің пікірлерінен үзінділер келтіреді.

Сонымен қатар жаңа медианың отандық журналистикадағы көріністерінен мысалдар келтіреді. Азаматтық журналистика элементтерін пайдаланып отырған қазақстандық БАҚ-ты талдайды. Азаматтық және дәстүрлі медиа журналистерінің біріге жұмыс атқарып жатқан жобаларына тоқталады. Азаматтық журналистика өкілдерінің елімізде белсенді әрі қызу жұмыс істеп жатқандығын атап өтеді.

Түйін сөздер: жаңа медиа, азаматтық журналистика, блог, дәстүрлі медиа, интернет, БАҚ.

Жаңа медиа атауының пайда болуына көп уақыт бола қоймағанымен ол қазіргі қоғамның ажырамас бөлігіне айналды. Сонымен қатар бұл саланың күн сайын жаңарып, технологиялық мүмкіндігінің артып отырғандығы еріксіз көңіл аудартады. Жаңа технология мен жаңа медиа жетістіктері ғылымның барлық саласына жетіп үлгерді. Жаңа медиа игілігі интернет жүйесі арқылы қарқынды дамығандығын еске түсірсек, бұл тақырып әлемдік деңгейдегі өзекті мәселе екендігі сөзсіз. Сонымен қатар, жаңа медианың біздің өмірімізге дендеп енуімен дәстүрлі медианың (газет, журнал, телевидение т.б.) «ескі медиа» аталуы медиа нарықтағы технологиялық жаңарудың айқын куәсі деуге толық негіз бар.

Жаңа медиа нарыққа жаңа технологиялық жаңалық пен техникалық тың серпін ала келді. Сандық технологияның қарқынды дамуы адамзат қоғамына үлкен өзгеріс енгізді. Медиа нарық саласын техникалық тұрғыдан қайта түлетіп, БАҚ-тың ішкі және сыртқы мазмұнын жаңарды. Бір ескеретін мәселе: жаңа технология игілігі дәстүрлі медианы да айналып өтіп кетпегені белгілі. Сонымен қатар жаңа медиамен бірге біздің медиа нарыққа алуан түрлі ұғымдар енді. Әлеуметтік желі, блог, азаматтық журналистика, жаңа медиа деген атаулардың барлығы біздің қоғамға интернетпен бірге ере келді. Сондықтан да интернет – медиа нарық саласындағы ең бір айтулы белестердің бірі болып қала бермек.

Сонымен жаңа медиа дегеніміз не? Ол біздің санамыз бен салтымызға қандай жаңалық енгізді? Жаңа медиа жайлы зерттеулер жүргізген, осы сала бойынша шетелдік авторлардың еңбегін қазақшаға аударған, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың оқытушысы Қ. Мысаева: «Интерактивтілік тұтынушының мазмұнға тікелей араласып, тіптен оның толық құқықты авторы болуға ұмтылуына байланысты. Дәстүрлі медиада мазмұн азаматтардың дифференциаланбаған үлкен тобына арнап әлеуметтік институттардың көмегімен жасалып, мемлекетке немесе жеке тұлғаларға тиесілі арналар арқылы таратылса, қазір арналарға қолжетімді және мазмұнды интернет желісінің кез келген тұтынушысы барлығына бірдей және еркін тарата алады. Сондықтан интерактивтілік – бұл жаңа медианың ең маңызды сипаты және оның аясында мазмұнға кез келгеннің ықпал ету мүмкіндігі бар. Сонымен қоса, хабарламаны жасаған тұлға мен тұтынушы арасындағы шекара жоғалады», - дейді. [1, 27 б.].

Яғни, автордың айтып отырғанындай қазір ақпаратты жинауға, сақтауға, және оны өңдеп таратуға кез-келген азаматтың мүмкіндігі бар. Мұндай мүмкіндікті пайдаланып, *медиа нарықта өз бетімен белсенділік танытып, еңбек етіп жүрген тұлғалардың қызметін азаматтық журналистика* деп атайды. Жаңа медиа жайлы отандық автор: «Жаңа медиа қоғамда журналистиканың жаңа формасын туғызды. Ол құбылыс азаматтық журналистика, интернет журналистика деген атпен танымал. Сонымен қатар ол тікелей интернет пен жаңа технологиялық мүмкіндіктер мен сипатталады. Осы құбылыс жаңа медианың мүмкіндіктерін толық ашып бере алады», - дейді [2, 18 б.]. Екі автор да жаңа медиа арқылы отандық медиа саласына енген жаңалықты атап өтеді. Жаңа медианың бір тармағы, енді ене бастаған азаматтық журналистика жайлы «Wikipedia» мәліметіне: «Азаматтық журналистика БАҚ арқылы ақпарат тарату процесін үздіксіз қарқынды етуге көмектеседі. Журналистиканың бұқара ортасына жетіп, онымен тығыз жұмыс істеуіне мүмкіндік тудырады. Сонымен қатар азаматтардың өз проблемаларына көзқарасын анықтайтын, мәселені шешудің оңтайлы жолдарын бірігіп іздестіретін тиімді фактор», - дейді. [3, 51 б.].

Біз дереккөз ретінде пайдаланып отырған Wikipedia жүйесінің өзі – азаматтық журналистиканың нағыз жемісі. Себебі бұл ресурс азаматтардың бастамашылдығымен, белсенділігімен және олардың еңбек күшімен толықтырылып отыр. Бұл жердегі материалдар – тұтастай дерлік әртүрлі авторлар мен белсенділердің еңбектері. Ал, оның азаматтық журналистикаға қатыстылығын төмендегі мысалдардан айқын аңғара аласыз. «Уики» жаңалықтары алғашқы рет 2003-2005 жылдар аралығында құрылған болатын.

Оның тартымдылығы Уики (Wiki) технологиясын ертерек пайдалана білуінде болды. Уики – пайдаланушыларға Интернеттегі веб-беттерді жасауға және редакциялауға мүмкіндік беретін формат. Бұл интернет тұтынушылардың веб-редакциялаудан хабары болмаса да,

веб-беттерді өз бетімен «нақты» жаңалауға қатыса алатынын білдіреді. Уики форматы бірлесе жұмыс істеуге мүмкіндік береді және Wikinews негізін құраушылар бірлесе дамыту мүмкіндігін немесе журналистиканың қатысуын қарастырады. «*Wikinews – репортаж жазамын деген кез-келген адамға ашық ресурс. Есептілік ережеге сәйкес бірлесе жасалады және «жарияланымнан» кейін редакциялауға және түзетуге ашық болады.*» - делінген [4]. Жоғарыда атап өткеніміздей Уикипедиа электронды ресурсы әртүрлі белсенді авторлардың көмегімен толықтырылып отыр. Сонымен қатар ол материалды әрі қарай да түзетіп отыруға мүмкіндік жасалған. Ал төмендегі мысалдан уикипедиа жаңалықтарының азаматтық журналистика жемісі екендігін көруге болады.

«Лос-Анжелес таймс» газетінің Вашингтондағы бюросының жетекшісі Жак Нельсон: «Азаматтық журналистика дегеніміз – қоғамдағы күрделі мәселелерді шешуге қатардағы азаматтарды қатыстыруға әрекеттену», - деп тұжырымдайды [5]. Ал Минессота штатындағы қоғамдық телевизияның атқарушы директоры Билл Ханлэйдің пайымынша азаматтық журналистика «белгілі мәселеге түсіністікпен қарап, оның шешімін табу жолдарын азаматтар мен журналистердің бірлесіп іздестіруі», - дейді [6]. Дәстүрлі БАҚ-тың өкілі Жак Нельсон мен қоғамдық телеарна жетекшісі Билл Ханлэйдің пікіріне сүйенер болсақ, журналистер мен азаматтардың бірігіп жұмыс істеп, белгілі бір нәтижеге жетуін **азаматтық журналистика** деп пайымдайды. Дәл осы жеке азаматтар мен дәстүрлі БАҚ-тың бірігіп өнім өндіруі жайлы бірнеше мысал келтіре кетейік. «Солтүстік Каролина штатының Гринсборо қаласында ғасырдан аса уақыт бойы шығып келе жатқан «Ньюс энд рекорд» газеті 2005 жылы «Қала алаңы» форумын ашып, тұрғындарға газет мақаласын әзірлеуге тікелей қатысуға мүмкіндік беретін жаңа модель енгізді» [7]. Бұл газет ұжымының қызметкерлері интернетте блогтар ашып, оқырмандарымен еркін сұхбатқа барған. Кейбір салада оқырмандар арасындағы мамандар пікірі мен ұсыныстарына басымдық беріп отырған. Сонымен қатар бұл тың тәсіл азаматтардың өзіндік көзқарасын еркін жеткізуіне мүмкіндік берген әрі аудиторияның белсенді араласуына қозғаушы қадам болған. Оқырмандардың хаттарымен жұмыс істеу, олардың пікірін баспасөзде жариялау біздің елде де болғанымен редакцияның ішкі жұмысын ашып көрсету, материал даярлаудың қыр-сырын оқырманмен бөлісу біздің редакцияларда дәстүрге енген жоқ.

Азаматтар мен дәстүрлі БАҚ өкілдерінің бірлесе жұмыс істеп, бірігіп өнім өндіруі жайлы тағы бір мысал келтірсек: Американдық газет шығарушы ірі корпорация Gannett 2006 жылы азаматтық журналистиканы интернетте пайдалану үшін құрылады. Олар *краудсорсинг тәсілін* қолданды. Яғни, редактор немесе журналистер өздеріне азаматтардан келіп түскен ақпараттарды интернет жүйесі арқылы қайта таратып отырған. Олар өз жобасын «Маған зерттеуге көмектесіңіз» деп атайды. Ең маңыздысы «Маған зерттеуге көмектесіңіз» жобасы жаңалықтарды жинауда ең үлкен жоба болды және журналистер зерттеуді азаматтармен бірлесе жүргізді [8]. Мұндай мысалдарға қарап отырсақ, шетелде азаматтық журналистика өкіліне дәстүрлі БАҚ белгілі мөлшерде мүмкіндік жасап отырған. Екі тарап та бірігіп жұмыс атқарып, қоғамдағы қордаланаған мәселенің түйінін тарқатуға белсене кіріседі.

Шетелдік кәсіби журналистердің пікірі мен олардағы дәстүрлі БАҚ-тың азаматтық журналистикаға қатысты мысалына жүгінсек, мұндай оқиғаларды отандық БАҚ төңірегінен табу да қиын емес. Демек азаматтық журналистика біздің елде де қанат жайып жатқандығы рас. Жоғарыдағы мамандар пікірі мен дәстүрлі БАҚ-тың мысалынан шығар қорытынды, азаматтық журналистика дегеніміз – қандай да бір өзекті мәселені журналистер мен азаматтардың бірлесе шешуі. Ол үшін дәстүрлі медиа азаматтарға белгілі деңгейде алаң мен уақыт береді. Нәтижесінде қоғамдағы күрделі істің түйінін тарқатуға мүмкіндік туады. Жана медианың Қазақстанда қалыптасуына үлес қосып жүрген мамандардың бірі – Мейрамхан Жәпек азаматтық журналистика жайлы былай деп пікір білдіреді: «... Сонымен, әуелде азаматтық журналистика дегенді біз журналистер мен оқырман, тыңдарман, көрермен көмегімен пайда болған туынды немесе журналистердің оқырманмен санасып, оларды толғандыратын мәселелердің мәнісін ашу деп түсіндік. Бүгінде азаматтық журналистикаға кез-келген адам дәстүрлі БАҚ-тан тәуелсіз өз үлесін қоса алады, әрі журналист үшін альтернативті ақпарат көзіне айналып жана

медиа механизмінің элементі қажетті бөлшегі ретінде қызмет атқара алатынын көріп отырмыз. Бұған, біріншіден, үздіксіз ақпарат толқыны мен жаңа технологиялардың дамуы себепкер болды.» - деп тұжырымдайды [9]. Автор кез-келген адам қоғамдағы өзекті мәселеге не өзін мазалаған сұраққа азаматтық журналистика арқылы үн қоса алатынығын атайды.

Сонымен азаматтық журналистиканың отандық БАҚ-тағы үлесі қандай?! Қарапайым халық үшін араласып кетуі қиындау телевидения саласынан мысалдар келтірейік. Күні бойы ақпарат тарататын «Хабар 24» телеарнасында «Блогерлер» деп аталатын шығарылым бар. «Блогерлер» толықтай дерлік қазақстандық блогшылар мен әлеуметтік желі белсенділерінің жазбасына шолу жасаудан тұрады. Бағдарлама жүргізушісі хабардың әр шығарылымы барысында ең өзекті болып, көбірек талқыланған тақырыптарға қатысты пікірлерді сұрыптап, ішіндегі құны маңыздысынан үзінділер келтіреді. Бұл бағдарламаға әлеуметтік желіде белсенді жұмыс істейтін кез-келген азаматтың пікірі шығуға толық негіз бар. Демек азаматтар өздерінің көкейінде жүрген маңызды мәселеге жаңа медиа көмегімен үн қатып отырғандығы рас. Дәл осындай форматтағы бағдарламалар «Астана», «Еуразия 1» арнасы қатарлы тағы бірнеше телеарналарда болды.

Жоғарыдағы «Блогерлер» сияқты бағдарламалар блогерлердің жазбалары негізінде жасалған болса, кейбір арналар видео материалдарына да назар аударды. 100 пайыз мемлекеттік тілде хабар тарататын «Қазақстан» ұлттық арнасы «Елден хабар» деген жаңа бағдарлама ашты. Бұл бағдарламаның электронды адресіне азаматтар өзінің әуесқойлығымен түсірген жеке видеосын жолдай алады. Мәселен орталықтан шалғайдағы ауыл халқының маңызды мәселесін осы бағдарлама арқылы билікке немесе күллі көрерменге көрсетуге толық мүмкіндік бар. Бұл бағдарламаға тіпті шетелде тұратын қандастарымыз да өз видеоларын жолдады. Мәселен Монғолияның Баян-Өлке өңірінде тұратын ағайындар «Елден хабарға» жіберген, әуесқойлар түсірген бейнежазбалары көрсетілді. Бұл жерде бір ескеретін мәселе бейнежазбалардың сапасы жайлы ештеңе айта алмаймыз. Себебі азаматтар қолында бар құралымен түсірген видеосын жолдауға ғана мүмкіндігі бар. Сондықтан тым сапасыз немесе көруге ыңғайсыз болмаса телеарна қызметкерлері түсіністікпен қарап отырған сынайлы. Мұндай қадамдар біздің елімізде батыс елдеріндегі әріптестерінен кеште болса қолға алынып жатыр. «Блогерлер» сияқты шығарылымдар азаматтардың қоғамдық мәселеге байланысты көзқарасы мен ой-толғанысын білдіреді. Жалпы қоғамдық пікірдің туындауына, неге мән беру керектігіне түрткі болады. Ал, «Елден хабар» сияқты бағдарламалар – жергілікті жердің өзекті мәселесін, қандай да бір болған оқиға немесе қуанышты хабарлар жайлы жалпақ жұртқа жеткізуге тамаша мүмкіндік. Бұл хабарға кейбір ел ішіндегі өнерпаздардың ән айтып, күй шерткен видео жолдаулары да қабылданады. Ел ішіндегі өнерпаздардың танылуына, кей жағдайда жоғалып бара жатқан қандай да бір өнердің қайта түлеуіне де көмегі тиюі мүмкін. «Елден хабар» азаматтар мен журналистердің бірігіп атқарып жатқын жобалардың алғашқыларының бірі.

Азаматтық журналистика игілігін қазіргі телеарналардағы күн сайын жаңалық таратушы ақпараттық ұжымдар да көріп отыр. Қазір көптеген телеарна тілшілері өз репортаждарына болған оқиға жайлы деректерді интернеттегі видеолардан үзінді ретінде көрсетуді әдетке айналдырды. Мәселен, жуықта ғана Астанада болған боранның салдарынан құлаған құрылыс кранын, үйлердің шатырының жерге ұшып түсуін немесе көшедегі адамдардың табиғатпен арпалысын түгелдей дерлік әуесқой азаматтар түсірген интернеттегі бейнежазбалардан алып көрсетеді. Табиғи апат, өрт, су тасқыны немесе телеарна тілшілері түсіріп үлгермеген оқиғаларды ақпарат таратушы арналар интернеттегі азаматтардың әлеуметтік парақтарынан алып, өз аудиториясына ұсынып отыр. Мұның барлығы – азаматтық журналистика мен дәстүрлі медианың бірігіп жұмыс атқарып жатқандығының мысалы.

Жаңа медиа мен заманауи журналистиканың түп төркіні интернетке байланысты болғандықтан отандық сайттар мен порталдарда да азаматтық журналистиканың өзіндік орны бар. Елімізде азаматтық журналистиканың қалыптасуына алғаш болып жағдай жасағандардың бірі – Казконтент жүйесі. Осы ірі ресурсқа қарасты «BAQ.kz» порталында блог жүргізуге арналған арнайы бөлім болды. Онда кәсіби журналистерден бастап, әуесқой блогерге дейінгі біраз азамат өздерінің жеке блогын жүргізді. Блогтағы тақырыптар да алуан түрлі. Блогерлердің жеке парақтарындағы жазбаларға оқырмандар пікірлер жазды, материалды бөлісті, бір сөзбен айтқанда оқырман мен блогер тығыз байланыста еңбек етті.

Азаматтық журналистика отандық мерзімді баспасөзде де өзіндік орынын алып отыр. Қазіргі газет-журналдардың көбісінің интернетте сайты бар. Ол жерде оқырмандардың кез-келген материалға пікір білдіруге, ұсыныс айтуға мүмкіндігі бар. Хаттармен жұмыс істеу сонау кеңес дәуірінен бері қарай жолға қойылған. Бірақ бір ескеретін мәселе бұл жерде редакциялық көзқарастың басым болатындығын жасыруға болмайды. 2010-2014 жылдары жарық көрген «Халық сөзі» республикалық газетінде «Халық мінбері» деп аталатын арнайы бет болды. Көптеген бағдарламалар тікелей эфирде шығады. Тікелей эфирге қосылған тыңдарман кез-келген мәселеге өзіндік пікірі мен көзқарасын білдіруге толық құқылы. «Орда FM», «Жұлдыз FM» сияқты заманауи радиоларда тікелей эфир уақытында ойын сауықтық бағдарламалар көптеп жүрілді. Сол бағдарламалардың аудиториясы көбінде әлеуметтік желі арқылы редакциямен байланысқа шығады. Олар ойын-сауық пен бағдарлама барысына Instagram (инстаграм), WhatsApp (ватцап) сияқты ең танымал әлеуметтік желілер арқылы қатысып, өзіндік үнін қосады. Мәселен «Жұлдыз FM» радиосындағы «Таңғы шоу» бағдарламасының тұрақты тыңдармандары бағдарламаның әрбір шығарылымына белсенді қатысып отырады. Ол бағдарлама кейде көңіл көтеретін ойын сауықтан құралса, енді бірде қоғамдағы әртүрлі мәселеге байланысты азаматтардың пікірін, көзқарасын тыңдайды. Тыңдармандардың көбісі радионың әлеуметтік желідегі парақшаларына жазылып, өздерінің пікірін айтып отырады. Демек, бұл арада жеке аудитория мен редакцияның тығыз байланысуына интернеттің көмегінің ерекше болып отырғандығын атап өткен жөн.

Жалпы алғанда, азаматтық журналистика қазақстандық БАҚ-тың бір бөлшегі секілді өмір сүріп жатыр. Бірақ ешкім де біздің елде азаматтық журналистика бар дегенге аса көп назар аудара қоймайды. Бір қызығы, дәл қазіргі қалыптасқан қоғам көзқарасы бойынша азаматтық журналистика, азаматтық қоғам деген атаулардың астарынан мемлекеттік жүйеге қарсы, оппозицияның лебін сезетіні өкінішті-ақ. Азаматтық журналистика – міндетті түрде атқарушы билікке қарсы жұмыс істейді деген үстірт көзқарас. Бұл – бар болғаны сіз бен біздің қоғамдағы мәселеге үн қосуымыз, оны БАҚ-тағы әртүрлі арналар арқылы қоғам талқысына салу. Әрі аудиторияның жаңа медианы игеріп, дәстүрлі журналистиканың толығына түсуіне қосылған үлесі деп пайымдауға болады. Өлбетте кез-келген азаматтан келген материал журналистика талабына толық жауап беруге міндетті емес. Әрі олай болу мүмкін де емес. Сондықтан дәстүрлі журналистика азаматтар ұсынған өнімнен өзіне қажетін алады және қоғамға ұсынады.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Мысаева, Қ.Н. Жаңа медианың қалыптасуы мен дамуындағы шетелдік тәжірибелер / Қ.Н. Мысаева // ҚазҰУ хабаршысы. Журналистика сериясы. - 2016, -Т. 39. . №1(39). - Б. 61-65.
- 2 Білдебекова, Ә.Т. Азаматтық журналистика: Қалыптасуы мен дамуы / Ә.Т. Білдебекова // ҚазҰУ хабаршысы. Журналистика сериясы. - 2016, - Т. 40. №2 - 35-39 Б.
- 3 Азаматтық журналистика (Электрон. ресурсы) <https://kk.wikipedia.org/wiki/> (23.03. 2018 қаралды)
- 4 Джонес, Д. Сандық журналистика: оқулық / Жанет Джонес, Ли К. Салтер [ауд. Қ. Н. Мысаева]. ҚР білім және ғылым министрлігі. - Алматы: ҚР Жоғары оқу орындары қауымдастығы, 2014. - 266 б.
- 5 Азаматтық журналистика дегеніміз не? (Электрон. ресурсы) <http://articlekz.com/kk/article/16500> (17. 04. 2018 қаралды)
- 6 Еркімбаев, А. Жаңа медиа: монологтан диалогқа. / А. Еркімбаев - Алматы: Асыл кітап, 2012. - 417 б.

Б. Токтарбай

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

Новые медиа: гражданская журналистика и отечественные СМИ

Аннотация. Автор в статье рассказывает о новых названиях, заимствованных из Интернета, и их преимуществах. В статье предоставляется определение понятию новых медиа и оценивается деятельность активных групп на сегодняшний день, вовлеченных в гражданскую журналистику. Так же отмечен

технический и технологический прогресс в сфере медиа. Автор анализирует исследования зарубежных и отечественных ученых и дает определение новой сфере журналистики. Мнения зарубежных ученых и представителей традиционных СМИ прилагаются.

В статье предложены примеры опыта новых медиа в отечественной журналистике. Автор перечисляет элементы гражданской журналистики в казахстанских СМИ. Так же отмечены совместные проекты граждан и журналистов традиционных медиа. Можно понять, что представители гражданской журналистики активно работают у нас в стране.

Ключевые слова: новые медиа, гражданская журналистика, блог, традиционные медиа, Интернет, СМИ.

В. Toktarbai

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

New Media: Civic Journalism and Domestic Media

Abstract. The article focuses on the new names in the field of journalism and their advantages through the Internet. It assesses the activities of groups active in today's society, such as new media concepts and civic journalism. The article also notes the advantages of technical and technological advancement in the field of media. Scientific conclusions of foreign scientists and domestic researchers were analyzed and an insight into the new name of the journalism industry was given. Opinions from foreign researchers and traditional media outlets are included.

It also provides examples of new media content in domestic journalism. It studies the Kazakhstan mass media that uses elements of civil journalism. The article focuses on the projects where civilians and traditional media journalists work together, noting that civil society representatives actively work in the country.

Key words: new media, civic journalism, blogging, traditional media, Internet, mass media.

References

- 1 Mysayeva, K.N. Zhana medianin kaliptasui men damuindagi sheteldik tajiribeler [Foreign experience in the development and development of new media], KazUU khabarshisi [KazNU Bulletin. Series of journalism], (39), 61-65 (2016). [in Kazakh]
- 2 Bildebekova, A.T. Azamattik jurnalistika: kaliptasui men damui [Civic journalism: Formation and development], KazUU khabarshisi [KazNU Bulletin. Series of journalism], 40 (2), 35-39 (2016). [in Kazakh]
- 3 Azamattik jurnalistika [Cultural Journalism]. (Electron. resource) - URL, <https://kk.wikipedia.org/wiki/> (reviewed 23.03.2018) [in Kazakh]
- 4 Jones, D. Digital Journalist: Tutorial / Janet Jones, Lee K. Rack; [ext. K N. Mysaeva]. Education and Science of the Republic of Kazakhstan; Higher educational institution of RK. Association, Almaty, 2014. - p. 266. [in Kazakh]
- 5 Azamattik jurnalistika degenimiz ne? [What is Civic Journalism?] (Electron. resource) - URL, [Http: //articlekz.com/kk/article/16500](http://articlekz.com/kk/article/16500) (reviewed 17. 04. 2018) [in Russian]
- 6 Yerkinbai, A. Jana media: monologtan dialogka [New media: from a monologue to dialogue], (Asyl kitap, Almaty, 2012. 241 p.). [in Kazakh]

Автор туралы мәлімет:

Тоқтарбай В. - Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Журналистика және саясаттану факультетінің докторанты, Астана, Қазақстан.

Toktarbai V. – L.N. Gumilyov Eurasian National University, PhD student of the Faculty of Journalism and Political Science, 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 - **A4**, кітап сұлбасында, барлық беттеу жолы – 20 мм. Шрифт: **Times New Roman** - нұсқасында, әріптің көлемі (кегль) - **14**);

6. **XҒТАР** <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 ЕҰҰ 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 ВТВ 0000003104

«За публикацию ФИО»

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 in cite **buljorn.tnu.kz** 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 «Цеснабанк»

КБЕ 16

БИН 010140003594

БИК TSES KZ KA

Счет в кодировке IBAN –

KZ 91998 BTV 0000003104

«за публикацию ФИО»

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, публикация материалов посвященных научным вопросам направлением 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 смотрите на сайте buljorn.tnu.kz 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 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 ВТВ 0000003104

«за публикацию ФИО»

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

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің
ХАБАРШЫСЫ. Журналистика сериясы.
-2018. - 1 (122). - Астана: ЕҰУ. 86-б.
Шартты б.т. - 10.7 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