

ISSN 1563-0242
Индекс 75869; 25869

ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҮЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТИ

ХАБАРШЫ

Журналистика сериясы

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЬ-ФАРАБИ

ВЕСТНИК

Серия журналистики

AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

HERALD

of journalism

№3 (45)

Алматы
«Қазақ университеті»
2017



ХАБАРШЫ

ЖУРНАЛИСТИКА СЕРИЯСЫ №3 (45)



25.11.1999 ж. Қазақстан Республикасының Мәдениет, ақпарат және қоғамдық көлісім министрлігінде тіркелген

Күйлік №956-Ж.

Журнал жылына 4 рет жарыққа шығады

ЖАУАПТЫ ХАТШЫ

Дудинова Е.И., филол.ғ.к. доцент
әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, (Қазақстан)

РЕДАКЦИЯ АЛҚАСЫ:

Медеубек С.М., филол. ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (ғылыми редактор) (Қазақстан)
Мысаева К.Н. филол. ғ.к., доцент, (ғылыми редактордың орынбасары) (Қазақстан)
Антипов К.В., ә.ғ.д., профессор, Баспасөз және медиандустрия жөніндегі проректоры (Ресей)
Беккер Р., з.ғ.д., Н. Коперник атындағы университеті, халықаралық катынастар факультетінің деканы (Польша)
Браун М., профессор, Вайоминг университеті (АҚШ)
Барлыбаева С.Х., т.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)
Бекболатұлы Ж., ә.ғ.к., проф.м.а, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

Сұлтанбаева Г.С., саяси ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)
Шыңғысова Н.Т., филол.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)
Мамырова К.С., аға оқытушы, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)
Мухамадиева Л.И., аға оқытушы, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)
Сапарходжаева Н., аға оқытушы, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

ТЕХНИКАЛЫҚ ХАТШЫ:

Тлепбергенова А., аға оқытушы,
әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)



Ғылыми басылымдар бөлімінің басшысы

Гульмира Шаккозова
Телефон: +77017242911
E-mail: Gulmira.Shakkozova@kaznu.kz

Редакторлары:

Гульмира Бекбердиева, Азила Хасанқызы

Компьютерде беттеген

Айша Қалиева

Жазылу мен таратуды үйлестіруші

Мөлдір Өміртайқызы
Телефон: +7(727)377-34-11
E-mail: Moldir.Omirtaikyzy@kaznu.kz

ИБ №11560

Басыу 20.12.2017 жылы көл койылды.
Пішімі 60x84 1/8. Колемі 14,7 б.т. Офсетті қағаз. Сандық басылыс.
Тапсырыс №6847. Таралымы 500 дана. Бағасы келісімді.
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің
«Қазақ университеті» баспа үйі.
050040, Алматы қаласы, әл-Фараби даңғылы, 71.
«Қазақ университеті» баспа үйінің баспаханасында басылды.

© Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, 2017

1-бөлім

**ЖУРНАЛИСТИКА:
ҚОГАМ, ТІЛ, ТАРИХ,
САЯСАТ, ЗАҢ, ЭКОНОМИКА**

Раздел 1

**ЖУРНАЛИСТИКА:
ОБЩЕСТВО, ЯЗЫК, ИСТОРИЯ,
ПОЛИТИКА, ЗАКОН, ЭКОНОМИКА**

Section 1

**JOURNALISM:
SOCIETY, LANGUAGE, HISTORY,
POLICY, LAW, ECONOMY**

МРНТИ 19.71:00

Г.Ж. Ибраева

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы
e-mail: Galiya.Ibrayeva@kaznu.kz; Galiya.Ibrayeva@gmail.com

ИММЕРСИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА КАК НОВАЯ ЦИФРОВАЯ ПЛАТФОРМА МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

Впервые в казахстанской теории и практике журналистики рассматриваются вопросы иммерсивной журналистики, которая сейчас является актуальным трендом в зарубежном медиапроизводстве. Цель статьи: предоставить журналистам и исследователям знания о цифровых медиа, которые будут существовать в «мультплатформенной» среде, наряду с традиционными, включающие в том числе иммерсивную журналистику. Она позволяет «глубоко погружаться» в виртуальную среду, создает эффект присутствия со звуковым и видеосопровождением. Методология исследования включает критически-сопоставительный анализ моделей изучения виртуальной реальности и применения иммерсивной журналистики, анализ опыта зарубежных университетов и медиаорганизаций. Автор полагает, что теоретико-практический материал исследования поможет созданию нового курса на факультете журналистики, станет основой для его внедрения в учебный процесс. Ценность проведенного практического и теоретического исследования позволит внести весомый вклад в развитие образовательной среды на высоком научно-технологическом уровне. Практическое значение итогов работы на примере опыта таких изданий, как The-Guardian, TheNewYorkTimes, CNN, а также пионера в области иммерсивной журналистики Nonni De la Peña, раскроет потенциальную роль и значение иммерсивной журналистики в практике казахстанской журналистики, повлияет на учебный образовательный процесс в сфере журналистики, а также создаст новые перспективы для практиков журналистики.

Ключевые слова: иммерсивная журналистика, виртуальная реальность, видео 360, новые технологии образования, цифровые медиа.

G.Zh. Ibrayeva

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty
e-mail: Galiya.Ibrayeva@kaznu.kz; Galiya.Ibrayeva@gmail.com

Immersive journalism as a new digital media communication platform

For the first time theory and practice of journalism, issues of immersive journalism are considered in Kazakhstan, which is now an actual trend in foreign media production. The purpose of the article is to provide journalists and researchers with knowledge about future media that will exist in a "multi-platform" environment, in which, along with traditional ones, digital media, including immersive journalism, will take their place. It allows you to "deeply immerse" in a virtual environment, create effect of presence with audio and video accompaniment. The research methodology includes a critically-comparative analysis of virtual reality study models and the use of immersive journalism, an analysis of the experience of foreign universities and media organizations. The author believes that the theoretical and practical material of the research will help to create a new course at the Faculty of Journalism, and will become the basis for its implementation in the educational process. The value of the conducted practical and theoretical research will make it possible to make a significant contribution to the development of the educational environment at a high scientific and technological level. The practical significance of the results of the work on the example of the experience of such publications as The Guardian, The New York Times, CNN, as well as the pioneer in the field of immersive journalism Nonni De la Peña, will reveal the potential role and importance of immersive journalism in the practice of Kazakh journalism, will affect the educational process of journalism education, as well as create new perspectives for journalism practitioners.

Key words: immersion journalism, virtual reality, 360 video, new education technologies, digital media.

F.Ж. Ибраева

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы к.
e-mail: Galiya.Ibrayeva@kaznu.kz; Galiya.Ibrayeva@gmail.com

Иммерсивті журналистика жаңа сандық медиакоммуникация негізі ретінде

Қазір шетелдік БАҚ-тарда өзекті үрдіс болып жатқан иммерсивті журналистиканың мәселелері қазақстандық журналистиканың теориясы және тәжірибесінде алғаш рет қаралып жатыр. Мақаланың мақсаты – журналисттер мен зерттеушілерге, дәстүрлі және сандық медиа секілді орны бар, жақын арада «мульти-платформалық» ортада пайда болатын, иммерсивті журналистика жайлы білім беру. Ол дыбыс пен бейне сүйемелдеуінің арқасында шынайы қатысу әсерін береді, әрі виртуалды ортага «терең енуге» мүмкіндік береді. Зерттеудің әдіснамасы – иммерсивті журналистиканы пайдалану арқылы, виртуалды ақиқаттылықты зерттеу және шетелдік жоғары оқу орындарының және медиа-ұйымдардың тәжірибесін сынни-салыстырмалы талдау болып табылады. Автордың пікірінше, зерттеудің теориялық-тәжірибелік материалдары журналистика факультетінде жаңа курстар құруға көмектеседі және оны оқу үдерісіне енгізу үшін негіз болады. Жүргізілген практикалық және теориялық зерттеулердің құны жоғары ғылыми-техникалық деңгейде білім беру ортасын дамытуға айтарлықтай үлес қосуға мүмкіндік береді. The Guardian, TheNewYorkTimes, CNN және иммерсивті журналистикаға пионер Nonny Delapena үсіккы жарияланымдардың тәжірибесінегізделе отырып, қазақстандық журналистиканың тәжірибесінде журналистиканың әлеуетті рөлі мен маңыздылығын қүштейтуге, журналистика пәнінің оқу үрдісінде жаңаша әсер етуге, сонымен қатар журналистиканың тәжірибеші мамандары үшін жаңа перспективаларын арттыруға айтарлықтай септігін тигізеді.

Түйін сөздер: иммерсивті журналистика, виртуалды ақиқат, 360 бейне, жаңа білім беру технологиялары, сандық медиа.

Введение

Актуальность изучения новой платформы медиа, как иммерсивная журналистика, является важным вкладом в журналистское образование, теорию коммуникации и практическую журналистику. Ранее в казахстанской теории и практике журналистики и коммуникации эта тема никогда не поднималась, поэтому предлагаемое автором исследование является новым для казахстанского медиаландшафта. Эта тема также соответствует правительственный программе «Цифровой Казахстан» на 2017-2020 гг. [1], в которой в разделе, посвященном образованию, рассматриваются перспективы обучения в условиях современного цифрового общества.

Идея создания данного исследования появилась в мае 2017 года во время научной конференции International Communication Association (ICA) “Interventions: Communication Research and Practice” в Сан Диего, США, где на одной секции Dr. Jeremy Bailenson, представитель Communication Department of the Stanford University демонстрировал шлем виртуальной реальности и его возможности для передачи информации с места события. Для изучения новой платформы журналистики автор специально посетила Stanford University в Пало-Альто, Калифорния, в частности, Virtual Human Interaction Lab [2], которую возглавляет крупный ученый, исследователь влияния медиа, Thomas More

Storke Professor of Communication, директор программы докторантуры по коммуникации Dr. Jeremy Bailenson. Исследования в области виртуальной реальности он проводит с 2001 года и имеет большой опыт применения этих знаний в разных формах коммуникации [3], начиная от проблем устойчивого развития [4], спорта до медицины [5]. Он предложил нашему университету – КазНУ им. аль-Фараби поддержку в научных исследованиях, в чем мы ему очень признательны. Другая помощь появилась со стороны университета Остин, штат Техас, США, где начались дистанционные курсы «Introduction to Immersive Journalism: Virtual Reality & Video 360» со 2 октября по 5 ноября 2017 года, инструктор Robert Hernandez [6]. 18 студентов магистратуры факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби успешно прошли эти курсы, получив начальные знания об иммерсивной журналистике – новой форме передачи информации, получая постоянно поддержку и внимание со стороны доктора Роберта Хернандеза и его сотрудников. Третьим источником теоретического понимания ценности иммерсивной журналистики стало знакомство с сотрудниками «Проблемной научно-исследовательской лаборатории комплексного изучения актуальных проблем журналистики» факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, такими как А.В. Замков, [7] М.А. Крашенинникова, М.М. Лукина [8, 9] и др., которые ведут интенсивную работу под ру-

ководством декана факультета, профессора Е.Л. Вартановой [10].

К опыту иммерсивной журналистики в настоящее время активно обращаются зарубежные медиа, а также уже накоплен достаточно серьезный научно-теоретический материал, что позволяет критически проанализировать его и предложить позитивные примеры для теоретико-практического изучения и применения в казахстанской журналистике и образовательной среде.

Цель статьи направлена на то, чтобы предоставить журналистам и исследователям знания о будущих медиа, которые будут существовать в «мультплатформенной» среде, в которой, наряду с традиционными, будут занимать место цифровые медиа, в том числе иммерсивная журналистика. Она позволяет «глубоко погружаться» в виртуальную среду, создает эффект присутствия со звуковым и видеосопровождением.

Объектом исследования является иммерсивная журналистика как технологический феномен, созданный на основе развития цифровых платформ журналистики.

Предметом исследования являются теоретические и практические аспекты иммерсивной журналистики и их влияние на систему образования журналистики и медиапрактику.

Методология исследования включает критически-сопоставительный анализ моделей виртуальной реальности и применения иммерсивной журналистики в медиапрактике ведущих изданий, анализ опыта зарубежных университетов и медиаорганизаций в образовании. Автор полагает, что теоретико-практический материал исследования поможет созданию нового курса на факультете журналистики, создаст основы для его внедрения в учебный процесс. Ценность проведенного практического и теоретического исследования позволит внести весомый вклад в развитие образовательной среды на высоком научно-технологическом уровне.

Практическое значение итогов работы на примере таких изданий, как The Guardian, The New York Times, CNN, российских компаний и организаций, как Институт новых медиа, МГУ им. Ломоносова (Россия), Stanford University, Os-tin University (США), раскроет потенциальную роль и значение иммерсивной журналистики в практике казахстанской журналистики, повлияет на учебный процесс образования журналистики, а также создаст новые перспективы для журналистики в условиях мультимедиа.

Гипотезы исследования:

иммерсивная журналистика – это совершенно новая область журналистики весьма перспективное направление развития казахстанской журналистики;

иммерсивная журналистика – это нетрадиционный процесс создания контента и процесса потребления контента, это новая форма неигрового репортажа и журналистики;

виртуальная реальность и «погружение» требуют серьезного исследования влияния на психику человека;

опыт зарубежных СМИ убеждает в необходимости развития иммерсивной журналистики в Казахстане.

Цифровизация серьезно повлияла на современную журналистику, создав новые тренды коммуникации и обмена информацией. Эти тренды включают такие аспекты, как симультанность, скорость передачи информации, охват огромной аудитории, а также личностные аспекты, как сопереживание, соучастие, разные уровни эмпатии. Потоки информации в виде фреймов событий поглощают внимание человека, вовлекают в бесконечную карусель информационного хаоса. Возникновение сетевых медиа активизировало процесс создания мультимедиа как новых магнитов внимания человека. Еще более увеличилась скорость информации, обмен данными. Возникло целое направление, как журналистика данных, которая отошла от скучных серьезных цифр и показала в визуальном измерении процессы в экономике, политике, социальной жизни общества. Визуальность стала флагманом внимания человека, поэтому новая платформа как иммерсивная журналистика, журналистика «погружения», может попасть на подготовленную почву понимания картин и образов виртуального мира.

Что такое иммерсивная журналистика? Существует несколько определений этого явления, которые заслуживают внимания. Российские ученые А.В. Замков, [7] М.А. Крашенинникова, М.М. Лукина, Н.А. Цынарёва [7], понимают «под иммерсивной журналистикой (иммерсивными медиа) технику подачи цифрового контента, которая извлекает преимущества для пользователя из элементов виртуального окружения. Обычно она включает, помимо мощных графических систем, специальную периферию (перчатки, трекеры) и дисплеи VR, монтируемые на голову HMD устройства в виде очков или шлемов» [8]. При этом они ссылаются на зарубежных исследователей, так как опыта применения им-

мерсивной журналистики не так много в России, но тем не менее работа в этой области проводится довольно эффективно специальными исследовательскими институтами и крупнейшими бизнес-компаниями страны.

В зарубежной научной литературе в исследованиях таких ученых, как Г. Харди [11], О. Балет [12], В. Шмитч [13], А. Коффе [14] и др., рассматривается виртуальная реальность как новый мультимедийный опыт, который воспроизводит реальную и мнимую среду, объясняет, какие нужны технологии, как «изменяется способ общения общества с журналистами, поскольку она интегрирована в эмпирический, интуитивный способ, что невозможно в других средствах массовой информации» [15].

Будущее новостей? Виртуальная реальность!

Изменится ли мир новостей с появлением новой технологической платформы? Теоретики в области VR еще много лет назад предсказывали появление новых технологий в журналистике, сегодня они уже стали реальностью.

Известный международный телеканал CNN объявил об официальном запуске CNVR [16] на новой цифровой платформе этой сети, которая передает новости из Нью-Йорка, Атланты, Лондона, Гонконга, Сан-Франциско, Дубая, Йоханнесбурга, Токио и Пекина с видео 360°, «транспортируя» зрителей на место в прямом эфире. Стала реальностью возможность присутствия на еженедельных театральных постановках, например, как премьера Sanfermines of Pamplona или спортивный стадион. Что нужно для этого путешествия – только обычное устройство, как мониторный ПК или мобильный телефон, таких устройств виртуальной реальности, как Daydream, Gear VR и Oculus Rift. Приложение iOS и Android позволяет активировать видео в 360°.

В 2016 году CNN экспериментировала с выпуском контента в виртуальной реальности, что привело к созданию более 50-ти историй, таких как опустошение Алеппо или прямая трансляция президентских дебатов демократической партии США в формате виртуальной реальности и др.

Годом ранее The New York Times также запустила свою страницу VR. Одна из чувственных историй [17] – это история о беженцах, среди которых 60 млн. детей, которых война и конфликты лишили их домов. Приемом виртуальной реальности раскрывается история трех детей: с Украины, Южного Судана и Ливана. Здесь нет автора, нет журналиста. Каждый, кто смотрит сюжет, попадает в атмосферу африканской деревни, лагеря беженцев и разбомбленного

поселка, ощущает психологически свое присутствие в данном месте посредством технических поддержек, как виртуальный шлем или телефон. Лица детей страдающие и легко забывающие боль, потому что эти дети заставляют зрителя глубоко сочувствовать жертвам этих событий, потому что взрослые знают, насколько чувствительны на самом деле травмы, наносимые детям, в виде будущих стрессов и болезней.

Метод иммерсивной журналистики заставляет зрителя не просто созерцать визуальный ряд, он полностью погружает в ход действия, не позволяет вмешиваться в происходящее, но потрясает и вызывает самые чувствительные эмоции.

Хотелось ли бы получать новости именно в таком исполнении? С ощущением полного погружения в событие? Исследователи коммуникации считают, что будущее именно за такими новостями.

У британской газеты The Guardian на виртуальной странице тоже есть ряд историй, из которых знаменитой стала история об опыте одиночного заключения в американской тюрьме размером «6 x 9» [18], в которой исследуются психологические последствия длительного одиночного заключения путем погружения с помощью технологий в атмосферу этого не самого радостного места.

Создатель «иммерсивной журналистики»

Пионером «иммерсивной журналистики» является Нонни Де ла Пенья [19], профессиональный журналист и исследователь этой новой области журналистики и коммуникации. Ее называют первооткрывателем нового мощного метода повествования современной журналистики. Он основан на создании инновационных проектов виртуальной реальности с использованием настраиваемых конфигураций захвата движения, позволяющих пользователям просматривать 3D-рекреации неигровых событий. Она считает, «что виртуальная реальность коренным образом изменит то, как мы переживаем много историй» [20].

Журналист Нонни Де ла Пенья считает важным, чтобы репортер доносил до аудитории такие истории, которыми можно было проникнуться не только сознанием, но и всеми чувствами. Первые опыты с виртуальной реальностью были полны проб и ошибок. Еще в 2012 году она начала снимать сюжеты в виртуальной реальности для зрителя, который может смотреть их в специальных очках. Этот эффект применялся в кино, но никогда в журналистике. Когда она в первый раз заявила о возможности

такой съемки, коллеги восприняли это негативно и критически, и она не могла добиться выделения средств для производства видеоматериалов с применением эффекта виртуальной реальности.

Первый ее сюжет был о голоде [21]. В Лос-Анджелесе, США есть семьи, которые получают продукты в специальных продовольственных фондах, нередко этим организациям не хватает средств. Если бы этот сюжет снимался обычным методом, репортер рассказал о проблеме, но зритель мог равнодушно пройти мимо этой информации. Но журналист хотела добиться такого эффекта, чтобы заставить людей почувствовать голод. Ее ассистент постоянно стояла в очередях фонда, снимала видео и аудио происходящего, пока однажды в очереди не произошла трагедия. Была как обычно длинная очередь, усталая женщина на раздаче перестала справляться и начала кричать: «Тут слишком много людей!» Вдруг у одного мужчины-диабетика, стоявшего в очереди, произошел обморок и он упал. Не получив вовремя пищи, организм среагировал падением сахара в крови, и мужчина на глазах у толпы людей впал в кому. Услышав эту аудиозапись, Де ла Пенья поняла, что это как раз необходимая, эмоционально нагруженная сцена, которая могла бы передать, что творится у продовольственных фондов. Так был создан сюжет. На видео – очередь виртуальных людей. Сцена воссоздала ситуацию, насколько это было возможно. Но голоса реальные. Припадок у одного человека. Он лежит. К нему приближается персона в студии с виртуальным шлемом, который позволяет создавать ощущение реальности происходящего. Находящийся в студии старается не наступить на человека в обмороке, которого на самом деле нет. Все люди, которые позже участвовали в виртуальном просмотре, наклонялись, пытались помочь человеку, где бы не показывали этот сюжет. Покидая сцену, одна женщина сказала: О боже, я ничем не смог помочь ему! А другая просто плакала.

В итоге этот фильм попал на фестиваль Сэндос в 2012 году, и это был по своей сути первый документальный фильм в виртуальной реальности. Затем его планировали показать на Всемирном экономическом форуме [22], на котором рассматривались вопросы голода. Увидев, насколько эмоционально эффективен этот сюжет, было предложено создать еще второй фильм – о Сирии. Де ла Пенья вместе с командой отправилась в лагерь сирийских беженцев на границу с Ираком и решила сделать сюжет о сирийских детях, потому что гражданская война

хуже всего отразилась на детях. Там они воссоздали уличную сцену, на которой видно улицу, пешеходов, продавцов, крупным планом девочку, которая поет, затем разрывается бомба. «Когда вы находитесь в таком месте, слышите эти звуки и видите вокруг себя раненых, вам становится по-настоящему жутко. Люди, которые пережили настоящую бомбажку, потом говорили мне, что ощущение страха точно такое же, как в жизни, – говорит Де ла Пенья. – Гражданская война в Сирии может казаться далекой, пока вы не испытаете ее на себе» [23].

Таким образом, журналист и исследователь Нонни Де ла Пенья стала основателем нового направления в журналистике и сделала важный вывод о том, что будущее новостей в виртуальной реальности.

Microsoft, Google, Facebook YouTube и VR технологии

Американские компании уделяют серьезное внимание развитию технологий, позволяющих разработать инструменты и оборудование, помогающие активно использовать преимущества иммерсивной журналистики и мультимедиа. В первую очередь, это Facebook, в 2014 году выкупивший компанию Kickstarter за 2 млрд. долл., которая запустила Oculus [24]. Марк Цукерберг сразу увидел преимущества новой технологии, которая стимулировала индустрию видеоигр, позволила разработать новые типы камер на 360*, смонтированных не только для журналистской работы в эфире, но и для беспилотных летательных аппаратов и вертолетов. Это позволило использовать опыт виртуальной реальности, основанный на показе реальных событий, таких как музыкальные концерты или спортивные соревнования.

Платформа YouTube еще в прошлом году начала поддерживать панорамное видео и еще добавила функцию переключения в режим просмотра в очках. Сферическое видео обычно снимается на несколько камер или на камеру с несколькими встроенными линзами. Уже есть целый ряд пользовательских камер, на которые могут снимать потребители. Есть более дорогостоящая и профессиональная аппаратура. К примеру, свои профессиональные камеры уже выпустили компании Nokia (Nokia Ozo), Google совместно с GoPro (Google Jump), Facebook (Surround). Но пока все равно это развивающаяся технология, где еще много сложностей [25].

К примеру, компания Microsoft предлагает недорогие шлемы виртуальной реальности, которые будут совместимы с операционной системой

Windows 10. По словам Microsoft, каждый шлем получит сенсоры, обеспечивая шесть степеней свободы, и для этого не потребуется выделять отдельную комнату. Также Microsoft представила обновление Windows 10 Creators Update, которое предлагает расширенные возможности для работы с виртуальной реальностью и 3D-контентом.

Компания Google представила гарнитуру виртуальной реальности Daydream View вместе с презентацией линейки смартфонов Google Pixel. Google тесно сотрудничает с такими медиа компаниями, как New York Times, CNN, HBO, IMAX, а также бесплатно разместила контент виртуальной реальности.

Facebook и Oculus разработали беспроводную VR гарнитуру Oculus Santa Cruz. М. Цукерберг уделяет серьезное внимание социальным аспектам виртуальной реальности, пользовательским аватарам. Например, Facebook в 2016 году инвестировал \$250 млн. в создание VR-контента для Oculus и собирается удвоить эту сумму.

Интересное приложение разработала Adobe – это Project Dali – типа инструмента для рисования в виртуальной реальности Tilt Brush от Google. Это захватывающее пространство, где можно перемещаться в трехмерном пространстве, рисовать с помощью настраиваемых кистей и материалов. Художник вместо кисти держит в руках трекеры и рисует самые изумительные по цветовой гамме картины. Но самое изумительно в том, что впервые художник может увидеть свое произведение не только в одной плоскости, а в нескольких, перемещаясь вокруг своего произведения искусства в 3D. Автор сама испытала этот эффект и может резюмировать, что действительно новая форма искусства, которая снимает грани между цифровым и реальным миром [26].

VR-технологии в России

2016 год стал прорывным для российской теории и практики виртуальной реальности. Появились серии первых теоретических исследований об иммерсивной журналистике, разработанные учеными факультета журналистики МГУ им. Ломоносова [7, 8]. Кроме них среди вузов активные исследования в области иммерсивных феноменов ведут на факультете коммуникаций, медиа и дизайна Высшей школе экономики, Москва [27].

Телеканал Russia Today первым в России и одним из первых в мире начал интегрировать панорамный формат 360 в новости. Например, уже можно почувствовать себя пилотом боевого истребителя Су-27, пролетев над Красной площадью в составе пилотажной группы «Русские витязи» или «проехаться» по улицам Москвы

в составе колонны военной техники, оказаться в разрушенном Донецке или посмотреть на запуск ракеты с Байконура [28].

Был создан VR-Консорциум (август, 2016) группой «Цифровое телевидение», анимационной студией «Паровоз», студией телевизионной графики Vizart Lab, разработчиком мобильных приложений «Интерактивный Мульт», Институтом современных медиа и инновационным КРОК (информационный интегратор) с разработками Центра виртуальной реальности. Если в 2012 году в КРОК это были проекты виртуальной реальности для корпоративных заказчиков в таких областях, как обучение, научные исследования, проектирование, маркетинг и продажи, то теперь – экспертизы промышленного применения технологий виртуальной реальности, в том числе и в медийном производстве.

Весной 2017 года в России Институтом современных медиа было проведено масштабное исследование с опросом более 200 крупнейших компаний из всех ключевых отраслей экономики. Главный итог исследования – представители крупнейших российских компаний и отраслей применяют технологии виртуальной реальности. 65% опрошенных знают о применении технологий VR и AR на предприятиях. 24% представителей российского бизнеса сказали, что в их компаниях уже внедрены или планируется внедрение технологии виртуальной реальности. Об использовании VR в бизнесе не слышали 35% респондентов. Прозноз: в ближайшее время на российском рынке увеличится доля VR-проектов в корпоративном сегменте и возрастет спрос на VR-устройства и профессиональные системы визуализации [29].

В настоящий момент VR-Консорциум проводит несколько пилотных исследований потенциальной аудитории виртуальной реальности. Также ведутся работы по наполнению уже существующего контента дополнительными интерактивными механиками и проводится тестирование VR-контента для мобильных платформ. Краткий обзор медиаструктур России показывает успешность проектов в области виртуальной реальности.

К примеру, первый российский интерактивный VR-мультфильм «Волшебный фонарь» был представлен VR-Консорциумом в октябре 2016 года на Международном рынке аудиовизуального контента MIPCOM в Каннах (Франция) и вызвал большой интерес со стороны глобальных технологических и медиакомпаний, таких как Samsung, LG и Saudi Telecom Company.

Самый большой медиахолдинг на рынке платного телевидения России «Цифровое телевидение» (ЦТ) [30] является совместным предприятием ВГТРК и «Ростелекома». Является крупнейшим в Европе производителем познавательных телеканалов и по этому показателю входит в пятерку крупнейших медиахолдингов тематического телевидения в мире. В группу входят 19 телеканалов разных жанров – познавательных, развлекательных, детских, фильмовых. Еще в 2014 году создана анимационная студия «Паровоз», которая занимается разработкой и производством анимационного кино – сериалов и полнометражной мультипликации, опираясь на художественные традиции отечественной анимации и современные технологии.

Крупнейшая компания на рынке телевизионной графики – Vizart Lab, или «Интерактивный Мульт» [31]. Исследовательскую сферу дополняет Институт современных медиа (MOMRI – Modern Media Research Institute) – который активно ведет работу в области изучения СМИ и медиапотребления населения России. Главная специализация MOMRI – телевидение и новые медиа – рынок платного телевидения и мультиплатформенных сервисов доставки контента, видеоигры и мобильные приложения, бренды компаний и продуктов, технологии виртуальной и дополненной реальности. Одним из значимых исследований стали «Рынок виртуальной реальности в России 2016», представленный на крупнейшем международном рынке телевизионного и цифрового контента MIPTV в Каннах, исследования детского и подросткового медиапотребления, рейтинг «Экологические инициативы российских компаний в СМИ» и другие.

Несмотря на новизну исследуемого направления журналистики, существует достаточно обширная теоретико-методологическая литература, которая позволяет представить обзор исследования темы специалистами разных стран – исследования по философии и психологии [32]. Можно назвать ведущих специалистов в этой области, как Кастельс М. [33], Таратута Е.Е. [34], Тоффлер Э. [35], Хансен М.Б. [36] и др.

В течение последних пяти лет исследования по иммерсивной журналистике ведут ученые факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. Ряд фундаментальных научных статей был опубликован как в специализированных журналах, так и на страницах изданий МГУ [7, 8, 37].

В частности, они отмечают, что цифровизация внесла новые контексты в визуальные сферы в виде фреймов событийного потока. Появи-

лись новые сетевые медиа, Интернет увеличил скорость и обмен данными мультимедиа. Первым поколением новых технологий видеокоммуникации стали мультимедиа, добавившие к алфавитно-цифровому представлению событий их изображения на плоскости экрана, а затем и звук. Следующий технологический шаг – переход к виртуальной среде коммуникации, или, иначе, к технологии виртуальной реальности. Эта технология стала началом освоения новых измерений медиапространства, который затронул «системные стратегии социально-гуманитарных исследований в целом» [38].

Новый тренд требует новых методов дизайна виртуального нарратива. К примеру, создания топосов или «цифровых сцен», которые в живом или мультиплексионном (условно-детальном) варианте воспроизводят словесные описания глубины пространства. Технические методы, как голограмма, использование специальных дисплеев, позволяет достигнуть объемности изображений, что достовернее воспроизводит поле события [39].

В настоящее время один из ведущих трендов в области новых медиа – это иммерсивная журналистика. «Это конвергентная технологическая платформа, которая объединяет физические принципы и математические методы имитации реальности с помощью вычислительных устройств, вызывающих полноценный эффект погружения пользователя по сравнению с обычной VR. Иммерсивные медиа замещают частичный опыт внешнего наблюдателя событий внутренним наблюдением, т.е. интегральным опытом от первого лица – репортера. Таким образом, иммерсивные медиа отличает высокая степень полноты и психологической достоверности повествования. Это дало основание практикующим журналистам назвать VR «машиной эмпатии» [7].

Иммерсивные медиа позволяют человеку самому, минуя все барьеры, увидеть и постигнуть событие, пережить высокую степень психологической достоверности повествования. Это создает прямую связь между получателем информации и контентом, позволяя ему глубоко погрузиться в событийную среду. При этом могут возникнуть психологические эффекты как позитивного, так и негативного характера. Поэтому степень ответственности и соблюдения профессиональной этики журналистов чрезвычайно высока, так как иммерсивная журналистика – это мощный психологический инструмент воздействия.

Для исследования новых медиа или иммерсивной журналистики необходима специальная техника подачи цифрового контента, которая состоит из следующих элементов виртуального окружения: мощные графические системы, специальная периферия (перчатки, трекеры) и дисплеи VR [7, 8] – монтируемые на голову HMD устройства в виде очков или шлемов. Без технической оснащенности невозможно достигнуть результата иммерсивной журналистики, т.е. без создания прямой связи контента и его восприятия для глубокого погружения в событийную среду. Участникам проекта предстоит ряд историй, близких казахстанской тематике, чтобы воспроизвести ситуацию абсолютной иллюзии присутствия в виртуальном медиасобытии.

Специфика иммерсии или погружения состоит в том, что восприятие наблюдателя изменяется таким образом, что он наблюдает ситуацию не внешне, как по телевизору, а изнутри, как непосредственный очевидец происходящего. При этом он не сможет повлиять на ход ситуации, помочь пострадавшим или оказать поддержку кому-либо, что подвергает человека ряду психологических эффектов.

Поскольку иммерсивная журналистика уже активно осваивается за рубежом, а также в России, то следует интенсивно изучать ее в Казахстане, знать ее плюсы и минусы, разработать этические нормы журналистов.

Цифровая революция в Казахстане

Разработка государственной программы «Цифровой Казахстан» на национальном уровне, цель и задачи, а также ожидаемые результаты проекта полностью соответствуют приоритетным направлениям долгосрочной стратегической программы развития Казахстана до 2050 года и положениям национальных программ РК «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность» [40], которая получила продолжение в проведении идей цифровизации. «Цифровизация – это не цель, это средство достижения абсолютного преимущества Казахстана», считает президент. В правительстве страны заявляют, что «архитектура программы цифровой трансформации предполагает создание широкой экосистемы изменений. Она базируется на 4-х основах: это цифровизация базовых отраслей экономики, развитие мобильного государства, формирование креативного общества, создание новой инфраструктуры, необходимой для цифровой трансформации страны» [41]. Тема соответствует целям модернизации сознания мо-

лодежи в области устойчивого развития, принципам «Мәңгілік ел» [42]: образование XXI века, стратегии Форума по устойчивому развитию «Рио+20» (2012 г.); «Парижскому соглашению» 21-й Конференции сторон Рамочной конвенции – Организации Объединенных Наций об изменении климата (РКООННК) (2015)» [39].

Реализация данного проекта направлена на формирование эффективной государственной политики в области развития средств информации, журналистского образования на платформе цифровых технологий и решение целей Устойчивого Развития.

Разработка практических рекомендаций по созданию контента иммерсивной журналистики в условиях Казахстана позволит создать новую технологическую платформу для казахстанских медиа, повысит эффективность и конкурентоспособность будущих журналистов.

Университеты должны стать образовательной площадкой новой технологической платформы медиа – иммерсивной журналистики, абсолютно новой в системе информации нашей страны. Преимуществом проекта является изучение ее на стыке естественных и гуманитарных наук, таких как информатика, информационные технологии, психология, политология, социология, журналистика и коммуникация.

Стратегическая программа развития Казахстана до 2050 года нацелена на форсированное экономическое развитие. Развитие цифровых платформ журналистики и коммуникации соответствует информационной политике страны. Задача казахстанских теоретиков и практиков – найти оптимальный баланс между научно-теоретическими и практическими результатами создания иммерсивной журналистики в Казахстане. На основе полученных результатов будет внесен значительный вклад в развитие новых направлений современной журналистики страны, будет создана основа информационной безопасности, психологического комфорта при получения информации на новых цифровых носителях, создана научная база для практической деятельности в области теории коммуникации, журналистики и медиа Казахстана.

Результаты и выводы

Исследование отечественного и зарубежного опыта позволило сделать следующие выводы, которые ставились как гипотезы:

иммерсивная журналистика – действительно абсолютно новая и скорее всего не очень доступная область журналистики из-за дороговизны

оборудования для создания контента, его распространения, но тем не менее – это будет перспективным направлением развития казахстанской журналистики;

возможности и перспективы иммерсивной журналистики для казахстанских практиков – «терра инкогнито» или неизвестная сфера, Надо создать при университете специальную лабораторию на междисциплинарной основе (математики, физики, психологи, политологи и журналисты), разработать механизм создания контента, технологию построения кадра в 360 градусов;

виртуальная реальность и «погружение» требуют серьезного исследования влияния на психику человека, системного изучения совместно с психологами и специалистами в области коммуникации, с разработкой этического кодекса;

опыт зарубежных СМИ убеждает в необходимости развития иммерсивной журналистики в Казахстане, это верная гипотеза. Для ее реализации следует подготовить новое поколение журналистов.

Первый шаг уже сделан.

Результатом стало понимание магистрантами важности виртуальной реальности (VR) для соп-

ровождения научно-фантастического рассказа, а также для сторителлинга, знание об особенностях видеосъемки с использованием эффекта виртуальной реальности и организацией истории для журналистского изложения; разницы между «живым действием», 360 видео по сравнению с CG/3D, интерактивными «игровыми» впечатлениями, а также то, как различные аппаратные средства и программное обеспечение могут использоваться для создания VR-событий, как новая среда меняет производство, распределение и потребление. А также был усвоено понимание, что виртуальная реальность (VR) поднимает новые этические вопросы, которые должны соблюдаться.

Исследование иммерсивной журналистики требует серьезного изучения на базе создания специальной лаборатории, новых технологий обучения. Это позволит получать новые в ландшафте журналистики страны знания, включающие новые технологические возможности. Будущим журналистам необходимо будет ознакомиться с разнообразным оборудованием, программным обеспечением, а также с этическими вопросами применения иммерсивной журналистики.

Литература

- 1 Государственная программа «Цифровой Казахстан». (2017-2021) годы <http://mic.gov.kz/ru/pages/gosudarstvennaya-programma-cifrovoy-kazahstan>
- 2 Virtual Human Interaction Lab <http://vhil.stanford.edu/mission/>
- 3 Bailey, J.O., Bailenson, J.N., & Casasanto, D. (2016). When Does Virtual Embodiment Change our Minds? Presence: Teleoperators and Virtual Environments. 25(2).
- 4 Oh SY, Bailenson J, Krämer N, Li B (2016) Let the Avatar Brighten Your Smile: Effects of Enhancing Facial Expressions in Virtual Environments. PLoS ONE 11(9): e0161794. doi: 10.1371/journal.pone.0161794
- 5 Ahn, S. J., Bostick, J., Ogle, E., Nowak, K., McGillicuddy, K., & Bailenson, J. N. (2016). Experiencing nature: Embodying animals in immersive virtual environments increases inclusion of nature in self and involvement with nature. Journal of Computer-Mediated Communication.
- 6 Robert Hernandez «Introduction to Immersive Journalism: Virtual Reality & Video 360» 2October-5November,2017<http://journalismcourses.org/course/view.php?id=54§ion=1>
- 7 Замков А.В., Крашенинникова М.А., Лукина М.М., Цынарева Н.А. (2017) Иммерсивная журналистика: подходы к теории и проблемам образования // Современные информационные технологии и ИТ-образование: международный научный журнал. – №1.
- 8 Замков А.В., Крашенинникова М.А., Лукина М.М., Цынарева (Тиботкина) Н.А. (2017) Роботизированная журналистика: от научного дискурса к журналистскому образованию в журнале Медиаскоп (электронный журнал). – № 2 // <http://www.mediascope.ru>
- 9 Замков А.В. (2017) О виртуальном расширении медиареальности // Медиаскоп. – Вып. 3. // <http://www.mediascope.ru/2351>
- 10 Вартанова Е.Л., Вырковский А.В., Смирнов С.С., Макеенко М.И. (2017) Индустрия российских медиа: цифровое будущее. – М.: МедиаМир. – 136 с.
- 11 Hardee G.M. Immersive Journalism in VR: Four Theoretical Domains for Researching a Narrative Design Framework. Research Gate, 2016. URL: <https://www.researchgate.net/publication/304055227>
- 12 Balet, O., G. Subsol and P. Torguet, editors (2001), Virtual Storytelling: Using Virtual Reality Technologies for Storytelling, International Conference on Computer Vision Systems, Avignon, 27-28 September.
- 13 Schmitz Weiss, A. (2009), “Virtual Worlds: Where the Journalist and the Avatar Combine, New Research Paradigm for Journalism Scholarship, Professional Journalism Training” article presented at the International Communication Association’s Annual Conference, May 21.

- 14 Coffey, A.J., et al. (2013), "New Media Environments' Comparative Effects Upon Intercultural Sensitivity: A Five-Dimensional Analysis", *International Journal of Intercultural Relations* 37 (5): 605-627.
- 15 Taylor Owen, Fergus Pitt, Raney Aronson-Rath, James Milward // Periodismo de realidad virtual. Источник: <http://elfuturo-delperiodismo.udp.cl/periodismo-de-realidad-virtual/>
- 16 CNN. VR videos <http://edition.cnn.com/vr>
- 17 The New York Times <https://www.nytimes.com/2015/11/08/magazine/the-displaced-introduction.html>
- 17 The Guardian Virtual Experience <https://www.theguardian.com/world/ng-interactive/2016/apr/27/6x9-a-virtual-experience-of-solitary-confinement>
- 18 De La Pena, N., et al. (2010), "Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality for the First-Person Experience of News", *Presence* 10 (4): 291-301.; "A New Virtual Reality Tool Brings the Daily Trauma of the Syrian War to Life". Motherboard. Retrieved 2017-09-14.; "Future of StoryTelling | Reinventing the way stories are told". futureofstorytelling.org. Retrieved 2017-09-14.
- 19 'Godmother of VR' sees journalism as the future of virtual reality// <https://www.theguardian.com/technology/virtual-reality> Mar 11, 2015
- 20 De La Pena, N.: Project "Hunger in Los Angeles" https://www.youtube.com/watch?v=wvXPP_0Ofzc Oct 28, 2012; Goodman, Lizzy (January 31, 2012). "'Hunger In L.A.' Immerses Viewers In An Interactive Journalism Experience (And A Food Line)". Co.Create. Fast Company. Retrieved October 24, 2014. Interview with de la Peña
- 21 De La Pena, N.:Project "Syria" - Virtual Reality – YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=Uuszow5giaQ> Apr 23, 2015
- 22 Project Syria: Premieres at the World Economic Forum Immersive ...www.immersivejournalism.com/project-syria-premieres-at-the-world-economic-forum/Jan 23, 2014
- 23 Taylor Owen, Fergus Pitt, Raney Aronson-Rath, James Milward // Periodismo de realidad virtual. Источник: <http://elfuturo-delperiodismo.udp.cl/periodismo-de-realidad-virtual/>
- 24 Альперина С. (2016) Мечты наяву. Виртуальная реальность: зачем телевидение переходит на формат 360 // Российская газета - Неделя №6987 (119) // <https://rg.ru/2016/06/01/k-chemu-privedet-ispolzovanie-tehnologii-virtualnoj-realnosti-natv.html>
- 25 Рынок виртуальной реальности: аналитический обзор <http://momri.org/wp-content/uploads/2016/12/Obzor-VR-oktyabr-noyabr-2016.pdf>
- 26 Кукшинов Е. Феномен медиаиммерсии // Медиа Альманах. – С. 32-38. http://www.mediaalmanah.ru/upload/iblock/583/2015_1_kukshinov.pdf
- 27 КРОК и VR-Консорциум объединяются для развития рынка виртуальной реальности <https://www.vesti.ru/doc.html?id=2828088>
- 28 Институт современных медиа России <http://momri.org>
- 29 Цифровое телевидение Россия <http://www.digitalrussia.tv>
- 30 В эфире российских телеканалов началась OVERGLOBALизация <http://www.vizart.tv>
- 31 Кастель М. (пер. В. Гатова): «Мы хотим создать пул знаний». Переосмысление журналистики в Сетевую Цифровую Эпоху. Опубликовано: 6.06.2014. http://www.chaskor.ru/article/manuel_kastels_my_hotim_sozdat_pul_znanij_36227
- 32 Таратута, Е.Е. Философия виртуальной реальности / Е.Е. Таратута. – СПб.: СПбГУ, 2007. – 148 с.
- 33 Тоффлер, Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – М.: ACT, 2003. – 261 с.
- 34 Хансен М.Б.Н. Новая философия для новых медиа // Антология медиафилософии / ред.-сост. В.В. Савчук. – СПб.: Изд-во РХГА, 2013. – С. 264–269.
- 35 Гаврилов А.А. Медиареальность как тип виртуальной реальности. – М.: Изд-во «Грамота», 2013. Режим доступа: <http://gramota.net/materials/3/2013/11-1/7.html> (дата обращения: 03.03.2017).
- 36 Макагон Т.И. «Пространственный поворот» и возможность новационных подходов в социально-философском дискурсе // Изв. Томск. политехнич. ун-та. – 2012. – Т. 321. – № 6. – С. 167–172.
- 37 Peltekova E.V., Stefanova E.P. (2016) Inquiry-Based Learning «Outside» the Classroom with Virtual Reality Devices. *International Journal of Open Information Technologies* 12(3): 112–116.
- 38 Послание Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева народу Казахстана. 31 января 2017 г. «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность» // http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/postanie-prezidenta-respubliki-kazakhstan-nazarbaeva-narodu-kazakhstan
- 39 Н. Назарбаев: Цифровизация необходима для улучшения качества жизни населения РК // <https://mail.kz/ru/news/politics/nazarbaev-cifrovizaciya-neobhodima-dlya-uluchsheniya-kachestva-zhizni-naseleniya-rk>
- 40 «Мәңгілік Ел» – многовековая мечта о независимости Казахстана <http://www.adilet.gov.kz/ru/leaflet/mngilik-el-mnogovekovaya-mechta-o-nezavisimosti-kazakhstan>
- 41 «Парижское соглашению 21-й Конференции сторон Рамочной конвенции – Организации Объединенных Наций об изменении климата (РКООННИК) (2015)». <http://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/cop>

References

1. Gosudarstvennaja programma «Cifrovoj Kazahstan». (2017-2021) gody <http://mic.gov.kz/ru/pages/gosudarstvennaya-programma-cifrovoj-kazahstan>
2. Virtual Human Interaction Lab <http://vhil.stanford.edu/mission/>
3. Bailey, J.O., Bailenson, J.N., & Casasanto, D. (2016). When Does Virtual Embodiment Change our Minds? *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*. 25(2).

4. Oh SY, Bailenson J, Krämer N, Li B (2016) Let the Avatar Brighten Your Smile: Effects of Enhancing Facial Expressions in Virtual Environments. PLoS ONE 11(9): e0161794. doi: 10.1371/journal.pone.0161794
5. Ahn, S. J., Bostick, J., Ogle, E., Nowak, K., McGillicuddy, K., & Bailenson, J. N. (2016). Experiencing nature: Embodying animals in immersive virtual environments increases inclusion of nature in self and involvement with nature. Journal of Computer-Mediated Communication.
6. Robert Hernandez «Introduction to Immersive Journalism: Virtual Reality & Video 360» 2October-5November,2017http://journalismcourses.org/course/view.php?id=54§ion=1
7. Zamkov A.V., Krasheninnikova M.A., Lukina M.M., Cynarjova N.A. (2017) Immersivnaja zhurnalista: podhody k teorii i problemam obrazovanija // Sovremennye informacionnye tehnologii i IT-obrazovanie: mezhdunarodnyj nauchnyj zhurnal. – №1.
8. Zamkov A.V., Krasheninnikova M.A., Lukina M.M., Cynareva (Tibotkina) N.A. (2017) Robotizirovannaja zhurnalista: ot nauchnogo diskursa k zhurnalistskomu obrazovaniju v zhurnale Mediaskop (jelektronnyj zhurnal). – № 2 // http://www.mediascope.ru
9. Zamkov A.V. (2017) O virtual'nom rasshireniu mediareal'nosti // Mediaskop. – Vyp. 3. // http://www.mediascope.ru/2351
10. Vartanova E.L., Vyrkovskij A.V., Smirnov S.S., Makeenko M.I. (2017) Industrija rossijskih media: cifrovoe budushhee. – M.: MediaMir. – 136 s.
11. Hardee G.M. Immersive Journalism in VR: Four Theoretical Domains for Researching a Narrative Design Framework. Research Gate, 2016. URL: https://www.researchgate.net/publication/304055227
12. Balet, O., G. Subsol and P. Torguet, editors (2001), Virtual Storytelling: Using Virtual Reality Technologies for Storytelling, International Conference on Computer Vision Systems, Avignon, 27-28 September.
13. Schmitz Weiss, A. (2009), “Virtual Worlds: Where the Journalist and the Avatar Combine, New Research Paradigm for Journalism Scholarship, Professional Journalism Training” article presented at the International Communication Association’s Annual Conference, May 21.
14. Coffey, A.J., et al. (2013), “New Media Environments’ Comparative Effects Upon Intercultural Sensitivity: A Five-Dimensional Analysis”, International Journal of Intercultural Relations 37 (5): 605-627.
15. Taylor Owen, Fergus Pitt, Raney Aronson-Rath, James Milward // Periodismo de realidad virtual. Istochnik: http://elfuturo-delperiodismo.udp.cl/periodismo-de-realidad-virtual/
16. CNN. VR videos http://edition.cnn.com/vr
17. The New York Times https://www.nytimes.com/2015/11/08/magazine/the-displaced-introduction.html
18. The Guardian Virtual Experience https://www.theguardian.com/world/ng-interactive/2016/apr/27/6x9-a-virtual-experience-of-solitary-confinement
19. De La Pena, N., et al. (2010), “Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality for the First-Person Experience of News”, Presence 10 (4): 291-301.; “A New Virtual Reality Tool Brings the Daily Trauma of the Syrian War to Life”. Motherboard. Retrieved 2017-09-14.; “Future of StoryTelling | Reinventing the way stories are told”. futureofstorytelling.org. Retrieved 2017-09-14.
20. ‘Godmother of VR’ sees journalism as the future of virtual reality// https://www.theguardian.com › Technology › Virtual realityMar 11, 2015
21. De La Pena, N.: Project “Hunger in Los Angeles” https://www.youtube.com/watch?v=wvXPP_0Ofzc Oct 28, 2012; Goodman, Lizzy (January 31, 2012). ““Hunger In L.A.” Immerses Viewers In An Interactive Journalism Experience (And A Food Line)”. Co.Create. Fast Company. Retrieved October 24, 2014. Interview with de la Peña
22. De La Pena, N.:Project “Syria” - Virtual Reality – YouTube https://www.youtube.com/watch?v=Uuszow5giaQ Apr 23, 2015
23. Project Syria: Premieres at the World Economic Forum | Immersive ...www.immersivejournalism.com/project-syria-premieres-at-the-world-economic-forum/Jan 23, 2014
24. Taylor Owen, Fergus Pitt, Raney Aronson-Rath, James Milward // Periodismo de realidad virtual. Istochnik: http://elfuturo-delperiodismo.udp.cl/periodismo-de-realidad-virtual/
25. Al'perina S. (2016) Mechty najavu. Virtual'naja real'nost': zachen televidenie perehodit na format 360 // Rossijskaja gazeta - Nedelja №6987 (119) // https://rg.ru/2016/06/01/k-chemu-privedet-ispolzovanie-tehnologii-virtualnoj-realnosti-natv.html
26. Rynok virtual'noi real'nosti: analiticheskiy obzor http://momri.org/wp-content/uploads/2016/12/Obzor-VR-oktyabr-noyabr-2016.pdf
27. Kukshinov E. Fenomen mediaimmersii // Media Al'mah. – S. 32-38. http://www.mediaalmanah.ru/upload/iblock/583/2015_1_kukshinov.pdf
28. KROK i VR-Konsorcium ob#edinjajutsja dlja razvitiya rynka virtual'noj real'nosti https://www.vesti.ru/doc.html?id=2828088
29. Institut sovremennoy media Rossii http://momri.org
30. Cifrovoe televizionie Rossija http://www.digitalrussia.tv
31. V jefire rossijskih telekanalov nachalas' OVERGLOBALizacija http://www.vizart.tv
32. Kastel's M. (per. V. Gatova): «My hotim sozdat' pul znaniy». Pereosmyslenie zhurnalistik v Setevuju Cifrovuju Jepohu. Opublikовано: 6.06.2014. http://www.chaskor.ru/article/manuel_kastels_my_hotim_sozdat_pul_znaniy_36227
33. Taratuta, E.E. Filosofija virtual'noj real'nosti / E.E. Taratuta. – SPb.: SPbGU, 2007. – 148 s.
34. Toffler, Je. Tret'ja volna / Je. Toffler. – M.: ACT, 2003. – 261 s.
35. Hansen M.B.N. Novaja filosofija dlja novyh media // Antologija mediafilosofii / red.-sost. V.V. Savchuk. – SPb.: Izd-vo RHGA, 2013. – C. 264–269.
36. Gavrilov A.A. Mediareal'nost' kak tip virtual'noj real'nosti. – M.: Izd-vo «Gramota», 2013. Rezhim dostupa: http://gramota.net/materials/3/2013/11-1/7.html (data obrashhenija: 03.03.2017).

37. Makagon T.I. «Prostranstvennyj poverot» i vozmozhnost' novacionnyh podhodov v social'no-filosofskom diskurse // Izv. Tomsk. politehnich. un-ta. – 2012. – T. 321. – № 6. – S. 167– 172.
38. Peltekova E.V., Stefanova E.P. (2016) Inquiry-Based Learning «Outside» the Classroom with Virtual Reality Devices. International Journal of Open Information Technologies 12(3): 112–116.
39. Poslanie Prezidenta Respubliki Kazahstan N.Nazarbaeva narodu Kazahstana. 31 janvarja 2017 g. «Tret'ja modernizacija Kazahstana: global'naja konkurentospособност» // http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazakhstan-nnazarbaeva-narodu-kazakhstan
40. N. Nazarbaev: Cifrovizacija neobhodima dlja uluchshenija kachestva zhizni naselenija RK // <https://mail.kz/ru/news/politics/nnazarbaev-cifrovizaciya-neobhodima-dlya-uluchsheniya-kachestva-zhizni-naseleniya-rk>
41. «Мәңгілік Ел» – mnogovekovaja mechta o nezavisimosti Kazahstana <http://www.adilet.gov.kz/ru/leaflet/mngilik-el-mnogovekovaya-mechta-o-nezavisimosti-kazakhstan>
42. «Parizhskoe soglasheniju 21-j Konferencii storon Ramochnoj konvencii – Organizacii Ob#edinennyh Nacij ob izmenenii klimata (RKOONIK) (2015)». <http://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/cop>

IRSTI 19.01.07

N.T. Shyngyssova, B.A. Mussayeva

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty, e-mail: bayan.musaeva@bk.ru

UNITED NATIONS SPHERE OF EDUCATION: THE PUBLICATION ON KAZAKHSTAN MASS MEDIA

The given article is about publication of United Nations education sphere issues, also influence of Mass Media on resolutioning those issues, modelling public opinion, therefore dealing the issue by basic materials that published on Kazakhstan Mass Media, supporting international collaboration on education, science and culture matters, as well as evaluating possibility of spreading on local Mass Media the information about main projects done by UN, and point some problems in it.

Key words: standards of international education, universal education, intellectual and moral qualities, strategic development.

Н.Т. Шыңғысова, Б.А. Мұсаева

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы,
Алматы қ. e-mail: bayan.musaeva@bk.ru

Біріккен Ұлттар Үйіміндеғы Білім беру саласының қазақстандық БАҚ-та жариялануы

Мақалада Біріккен Ұлттар Үйіміндеғы білім беру саласындағы өзекті мәселелердің бұқаралық, акпарат құралдарында көтерілуі және олардың сол мәселені шешуге ықпалы, қоғамдық, пікірді қалыптастырудың орны – қазақстандық, басылымдарда жарияланған материалдардың негізінде қарастырылады. Білім беру, ғылым және мәдениет саласында халықаралық ынтымақтастықты колдана және БҰҰ-да жүзеге асырылып жатқан маңызды жобалардың отандық бұқаралық акпарат құралдарында кеңінен жариялануына салыстыра отырып баға беріледі, оның басты проблемалары аталады.

Түйін сөздер: халықаралық, білім беру стандарттары, баршаға білім беру, интеллектуалды және моральдық қасиеттер, стратегиялық даму.

Н.Т. Шыңғысова, Б.А. Мұсаева

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы, e-mail: bayan.musaeva@bk.ru

Освещение сферы образования ООН в казахстанских СМИ

В статье рассматриваются актуальные проблемы освещения сферы образования ООН в СМИ, пути их разрешения, формирование общественного мнения на основе материалов, опубликованных в Казахстане. Проведен сравнительный анализ освещения в отечественных средствах массовой информации важных мероприятий, проводимых ООН с целью поддержки международного сотрудничества в сфере образования, науки и культуры, а так же названы их главные проблемы.

Ключевые слова: стандарты международного образования, всеобщее образование, интеллектуальные и моральные навыки, стратегическое развитие.

Introduction

Since gaining its independence as a sovereign state, Kazakhstan has expanded its foreign policy activities and became one of the leading states in Central Asia after its becoming a member of

the United Nations. In the history of its strategic development, Kazakhstan has been actively engaged in foreign economic policy and has shown itself in international diplomacy.

Obviously, the United Nations, which unites most of the world's nations, promotes international

peace and security, and develops cooperation among nations, has become a richest and influential organization in the country's mass media. How is the development of intensive work related to widespread introduction of this issue in the Kazakhstan media, including in the United Nations "Education"? If such important issues arise, how is this process going on? This is the main form of our study in the United Nations.

From the very beginning of the United Nations in the world, the emphasis was placed on education in the world with political activities, the introduction of international standards in the field of education together with nations, providing information to the educational institutions and the implementation of international instruments through mass media.

The United Nations (UN) is the most influential, universal international organization that unites most of the world's states. Its main purpose is to strengthen international peace and security and to develop cooperation between the states. The main activities of the United Nations are the promotion of peace and security on the ground, promoting cooperation among States in various fields, protecting human rights and freedoms, systematizing international law and ensuring its progressive development. In 1992 Kazakhstan became a member of the United Nations and several specialized agencies.

Main part

The main United Nations bodies - the General Assembly and the Security Council. The General Assembly is authorized to discuss common principles of cooperation in the field of international peace and security, to make recommendations to interested States and the Security Council on these issues. Security Council decisions are binding on all UN members [1].

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) was established on November 6, 1945 at the London Conference. The Charter of the Organization enters into force on November 4, 1946. In December 1946, UNESCO was granted the United Nations special-purpose body. UNESCO includes all United Nations member countries. Its main purpose is to provide an open dialogue between civilizations and cultures around the world, to contribute to the strengthening of intellectual and moral values, and to promote cooperation in the field of education, science and culture across the world.

Education in the Organization that supports global cooperation includes international educational standards, valuable programs, and guides the

educational and educational work in several ways, taking into account national peculiarities. Today, there is a real need to adapt the United Nations system of education to the modern international standards. The reform of the education system is based on the expansion of opportunities for meeting the educational needs of society and citizens. The basis of reform consists of such concepts as education compliance with international standards, expansion of access to quality education and equal access to education for people in different countries.

Speaking at the 50th jubilee session of the General Assembly of the United Nations in 1995, President of the Republic of Kazakhstan N.A. Nazarbayev emphasized the need for active efforts of the world community in the creation of a UN-rich conceptual model that has set new goals, tasks and functions in the 21st century [2].

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) - supports international cooperation in the field of education, science and culture. Regardless of race, gender, language and religion, the United Nations Charter contributes to the enjoyment of human rights by respecting its fundamental freedoms and promoting peace and security. The main objective of this organization is to strengthen mutual understanding through the media, to support the education of the people and to disseminate and further extend the culture and knowledge.

The result

The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization is not limited to the distribution of knowledge in the media in line with international standards, but also on the broad introduction of multifaceted, collaborative, best practices into the education system of the states of the foreign mass media. Due to the ongoing changes in the modern society, the relationship between the state and the education system is crucial as an important institution that can have a significant impact on its development. Basic principles of education that are reflected in the existing education system determine the national literacy and influence the scientific and technical process.

The development of the United Nations education system, its major projects are widely covered in the Kazakhstani media. The Law of the Republic of Kazakhstan "On Education" establishes legal norms aimed at creating conditions for the successful implementation of innovation in the education system. The conditions for the improvement of educational management bodies'

activities are limited, and the responsibility and authority of different levels of education systems are limited. For the first time, self-governing principles have been introduced in the organization of education at all levels, and the academic freedom of educational institutions has been expanded to allow wider introduction of innovation in this area.

During the course of the Organization, goals such as poverty reduction, access to basic education and promotion of women's rights have been achieved. Cooperation between Kazakhstan and the United Nations is the development of partnerships, knowledge and experience for joint initiatives, as well as capacity building for human society development [3].

The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (ECHO), "Kazakhstan Today", "Akikat", "The History of Kazakhstan", "Diplomatic Herald", "Aikyn", "Turkestan" are widely published on the pages of the domestic mass media, and the possibility of creating state-social forms of education management is being considered.

The United Nations Education and Science of the scope of the main purpose of the UNESCO - scientific and cultural spheres of the people the same as all of the partnership interests of justice, for the rule of law and human rights, as well as race, sex, language and religion in the Charter of fundamental freedoms the strengthening of international is to help in strengthening peace and security in the world. UNESCO - specially created by the government and the National Commission for UNESCO member states engaged in partnership with the United Nations is the only international organization.

Discussion

Currently, 198 countries around the world are the National Commission of UNESCO, their goals and services, as well as the statutes of National Commissions for UNESCO [4]. And also the direction of the quality education of the UNESCO program in countries around the world of access to quality education and the elimination of shortcomings in the education system is aimed at creating favorable conditions to get a quality education.

The program aims and objectives of the United Nations, which are first explored in the Kazakh media in the field of journalism. There are more than seventy years of history, which includes 54 state goals and programs of an international organization, which for the first time is introduced in the studies of Kazakhstan media. The place of Kazakhstan, as well as the image and reputation in international

organizations, unfortunately remain only in writing, among the Kazakh media. The United Nations on a number of different routes in the country in the implementation of projects in the amount of twenty-four years. However, the literate reader does not fully understand the significance of the events made by this organization in our country.

Distribution in mass media of published materials and articles, as well as the relevance of systematic analysis is the scientific novelty of this topic. The scientific work covers the directions of the software of the completed programs in Kazakhstan, which works in the form of providing information, and explain to the public works of ideological, political and ideological content. The program of international organizations in the country and comprehensive review and analysis, the direction of their socio-political and ideological significance, values, and then explain the importance of disseminating information and recording is a challenge of difficult and important. At the present time, it is necessary to provide the people with correct information about political and public organizations in the domestic media for international purposes, tasks and programs and ideological directions and information about the work carried out in the country, to deeply explore these organizations in the country, otherwise there may be an incorrect point of view About these organizations in our country. The researchers did not say a little that Journalism is a powerful force that has a direct impact on public consciousness. "The voice of the era, the mirror of life" - journalism comes forward and began to play a leading role. This is evidenced by the vivid publications of journalists in the era of the variety of social changes and political upheavals of various publications, articles born at the beginning of the last century. A. Baitursynov who first gave importance to journalism in the Kazakh language reads: "Since the correct speech that we speak every day, it goes out Daily in newspapers and magazines. Social management, the selected speeches mentioned in the report will be of great importance to the people we talked about. If the correct management of the potential repair, negative direction social. After so selected speeches, social orientations, many people make note leaders must be an educated person" [5].

The findings of the research published in the media and the review of published articles have revealed that the issue of "educational development in the United Nations" is a subject that needs to be studied in science. Preservation of cultural heritage and cultural diversity, development of cultural diversity are of great importance in the global

world. The article titled "Kazakhstan's Initiatives Is Complying with UNESCO's Strategy" published in the Journal of the Diplomatic Journal No. 4 in 2013 states that the system of self-esteem for young people, education, and quality and mass education are priorities.

In the article, issues such as the development of science, education and culture, global cooperation, water resources or biodiversity management, and a balanced policy in developing countries have been raised. It is also important to note that the introduction of new trends in open education is one of the most important issues today, and if countries have the opportunity to access such a global network of knowledge, they will provide more accurate information about their development.

We consider the use of our program as an opportunity to achieve goals in the field of education, culture, and gender equality. For example, in the case of educating girls in the backyard or women's advancement in science. And, of course, it's a youth issue. Although this priority is officially not at such a level, it has been a lot of criticism lately. The number of young people under the age of 30 in the world exceeds 50% and the number may increase. In many countries, unemployment, violence, education and social mobility are acute. Therefore, more attention should be paid to the problems of youth, their education and upbringing [6].

Education is one of the key components of the concept and content of human development, which is an important priority for the state, society and the individual. The root of social roles in education goes to the history of the theory of human capital, which has a qualitatively new approach to educational activities. This definition of the educational service promotes the content of Article 26 of the Universal Declaration of Human Rights adopted by the UN General Assembly on December 10, 1948, which proclaims the right of everyone to education and focuses on the full development of human personality and respect for human rights and fundamental freedoms. and complement. The same approach was adopted by a worldwide organization such as the Universal Declaration on Education (1990) and the Dakar Operational Limits (2000), which cites the importance of the Global Movement for All. All six goals and twelve strategies of education are in line with the basic principles of human development.

Conclusion

In the National Human Development Report, prepared by the Strategic vision expert club and the Education for All in Kazakhstan, the education

level, quality of education and literacy, the analysis of key parameters of education quality assurance, education for education as well as current issues. Here are some specific examples and data:

Early Childhood Education: Pre-school education and upbringing of children is provided by pre-school groups of pre-school institutions and preschools of general education schools, as well as boarding schools for orphanages and children left without parental care. One of the main objectives of pre-school education and upbringing is compulsory preschool education in accordance with the general international standards adopted by OECD, UNICEF and other international organizations.

General Secondary Education: The school of general secondary education is the foundation for providing children with general education and access to it. The quality and availability of secondary education depends on the ability of the state to ensure equal access to all children regardless of their sex, social status, ethnic origin, dwelling, or health status.

Vocational Education: Vocational education, as an integral part of the education system, plays a central role in the training of qualified personnel.

Development of market relations of educational institutions, transition to a multilevel system of professional training - all of which has significantly improved their training system.

Higher Professional Education: Modern society requires a new level of access to higher quality professional education. Foreign research shows that at least 30% of adults need higher education for postindustrial society. Despite the intensive development of the current system of higher education in Kazakhstan, it is still unable to meet the educational needs of this size [7].

The United Nations General Assembly declared May 3, 1993 as World Press Freedom Day. In this regard, in the issue number 21 of 1998, "Freedom of Education and Reasonable Propaganda", "Kazakhstan-ZAMAN" No. 2 of January 13, 2011, in the articles "Freedom of speech restriction - violation of human rights" education, freedom of expression, respect for human rights in every society, and other issues are analyzed on urgent issues.

The role of the world press center in the development of freedom of democratic principles and in this respect the preservation of peace is great. I would like to say that the media is a world-class knowledge engine. The educated person knows how to protect against cruelty and cruelty. It also protects its rights. Humanity acknowledged that the congresses dedicated to the 50th anniversary of

the Universal Declaration of Human Rights were a nationwide. In each society, respect for human rights is legally provided [8].

This is not limited to the publication of the United Nations educational problem in Kazakhstani media. Among the works based on national education and language development measures are the articles published in the newspaper "Egemen Kazakhstan" on October 3, 2015 "Competitiveness" "The World Listen to the World", "Kazakh language" is a clear proof of the fact that the publication of the UN education in Kazakhstan media is widespread.

As a result of the article, Kazakhstan is a member of the United Nations in the protection of human

and child rights, all major international documents in the field of education - the International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights, Bologna and Lisbon Agreements on Higher Education, Millennium Development Goals Objectives and other solid documents have their own reputation as a State party [9]. Updates and reforms in the country's education are based on the core principles of these documents and on the basis of their own positive experience of implementing the national model of education. In the field of education, all measures have been taken to conduct a broad-based reform of education in accordance with international trends taking into account domestic practices and traditions.

References

- 1 United Nations United Nations Organization / S. Abdurakhmanov // Egemen Kazakhstan. – September 24, 2015. – № 183. – 5 p.
2. "The issue of reforming the United Nations" / A. Arystanbekova // Diplomat of the Union. – 1998. – № 3. – P. 27.
3. «Let's build the future together: Kazakhstan and the United Nations» / Swethen Tull // Diplomacy Bulletin. – 2011. №5. – 71–73p.
4. «Kazakhstan's initiatives correspond to UNESCO's strategy». Bokova // The diplomat of journalism. – 2013. – № 4. – 26–35 p.
5. «Education for All: The Main Purpose of the New Millennium» / Human Development Report // Kazakhstan. – 2004. – P. 32–57.
6. «Knowledge and reasonableness» / K. Annan // Zaman-Kazakhstan. – 1998. – 15 May (№21). – 21 p.

С.Х. Барлыбаева

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы, e-mail: tv.headmaster@gmail.com

ЕВРАЗИЙСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ – ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОСТРАНСТВ

В статье говорится о евразийском принципе цивилизации открытости культуры, конструктивного взаимодействия между странами Востока и Запада. Евразийскую интеграцию начали исследовать еще в XIX – начале XX века, выдающиеся личности того периода сформировали идею Евразийства: А. Трубецкой, П. Савицкий, Н. Вавилов, Л. Гумилев. Философию «евразийства» пронесли через всю жизнь: Н. Бердяев, Л. Гумилев, М. Аджи, М. Барманкулов, Б. Момышулы, А. Чижевский, О. Сuleйменов и многие другие исследователи, историки, писатели, просветители. Лишь спустя столетие эта идея проявилась в виде масштабного объединения, государственного проекта, научной концепции, реализация которой произошла в XXI веке.

Цель статьи – показать, как массовая коммуникация, научно-исследовательские центры, дипломаты, эксперты помогают в продвижении и развитии Евразийской интеграции, как эта тематика освещается в средствах массовой информации и коммуникации. В средствах массовой информации идет широкое обсуждение и освещение проблемы информационного обеспечения евразийского интеграционного проекта и коммуникационного взаимодействия на постсоветском пространстве. Об этом свидетельствуют многочисленные международные конференции, круглые столы, создание некоммерческих организаций, центров Евразии, многочисленные медийные материалы, проекты.

Ключевые слова: Евразийская интеграция, массовая коммуникация, Евразийский экономический союз.

С.Х. Барлыбаева

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы,
Алматы қ. e-mail: tv.headmaster@gmail.com

Евразиялық интеграция – ақпараттық өзара әрекеттестігі

Бұл мақалада Евразиялық өркендеу мәдениеті, Шығыс елдері мен Батыс елдерінің бір-біріне әсері жөнінде айтылады. Евразиялық интеграция туралы идеяны XIX – XX ғасырдың басында, осы ғасырдың ұлы тұлғалары – А. Трубецкой, П. Савицкий, Н. Вавилов, Л. Гумилев т.б. іске асырса, «евразиялық» философиясын Н. Бердяев, Л. Гумилев, М. Аджи, М. Барманкулов, Б. Момышулы, А. Чижевский, О. Сuleйменов және көптеген ғалымдар, тарихшылар, жазушылар зерттей бастады. Тек жүздеген жылдар өткен соң бұл мәселені мемлекеттік деңгейде ғылыми конференциялар өткізу іс жүзінде XXI ғасырда жүзеге асты.

Евразиялық интеграция пайдасы мен қызындықтары туралы БАҚ өкілдері жарыса жазуда және оның ТМД елдері арасындағы ықпалы туралы талқылануда. Бұл туралы көптеген халықаралық конференциялар, дөңгелек үстелдер, коммерциялық емес үйімдар құру, Евразия орталықтары, көптеген медиа материалдар, жобалар өткізілуде.

Түйін сөздер: Евразиялық интеграция, БАҚ өкілдері, Евразиялық экономикалық одак.

S.X. Barlybayeva

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty
e-mail: tv.headmaster@gmail.com

Eurasian integration – interaction of information space

This article is about Eurasian integration, Eurasian principle civilization of opening culture, construction interaction between countries East and West. The Eurasian integration began to study, researched

in XIX –at the beginning XX century. The famous persons, scientific that period are formed idea Eurasia: A.Trubetskoi, P. Savizkyi, N.Vavilov, L.Gumilev. The philosophy of "Eurasia" passed via all life: N.Berdyaev, L.Gumilev, M.Ady, M.Barmakulov, B.Momysh-Uly, A.Chizhevskyi and many others researchers, historians, writers, educators. After one century this idea revealed itself in form scale union, government project, scientific conception, which is realizing in XXI century. The main goal – to show how mass communication, scientific-researchers centers, experts are helping in promotion and develop Eurasian integration, how this theme is covering in mass media in Kazakhstan. In mass media is going wide discussion and discovering problems of information provision of Eurasian integration project and communication interaction on postsovet space. About this giving evidence: many international conferences, round tables, non commercial organizations, centers of Eurasia, many media materials, projects.

Key words: Eurasian integration, mass communication, Eurasian economical union.

Введение

Актуальность статьи определяется значимостью развития Евразийской интеграции для стран СНГ и, в том числе для Казахстана, а также образования Евразийского экономического союза, который поставил на информационную повестку дня многие вопросы экономического, социально-политического и информационно-культурного характера.

Объектом исследования является коммуникация при освещении Евразийской интеграции, которая имеет свою специфику в зависимости от стран, регионов и континентов. Восточная и западная коммуникации: каждая имеет свои характерные особенности в зависимости от исторического, религиозного, культурного развития.

Диалог и взаимное обогащение цивилизаций, стран, регионов через межнациональные контакты и сотрудничество являются определяющими условиями гармоничного развития мира.

Великий Абая отмечал, что «западный путь развития, активный и динамичный, приносит людям осозаемые внешние блага, но истощает духовность, а восточный – хотя созерцательный и внешне вроде пассивный – за кажущейся латентностью движет напряженную непрерывную духовную работу». Осознание этого, писал Бахытжан Момыш-улы, и подтолкнуло Абая к созданию философской школы «Имани-гюль. Имани-ахыл», которая должна была способствовать развитию этих двух путей, при внимательном рассмотрении являющихся лишь разными сторонами одного феномена и имеющих единый исток... Оставаясь в прошлом, одна цивилизация передавала в наследство грядущей свой менталитет, свои обычаи и традиции, которые за тысячелетия образовали особый духовный и энергетический коридор, вмещающий культурное богатство многих народов, даже забытых и вроде бы исчезнувших с лица Земли. Осознание этого пробуждает от тяжелой дремоты незавершенности и ведет

к великому идеалу Единства через сближение и объединение» [1].

Существование мировой и национальных коммуникационных систем можно обозначить как двусторонний процесс интернационализации, с одной стороны, и локализации – с другой, которые влияют друг на друга. Восточные и западные коммуникационные модели представляют интересный контраст в отношении их целей, средств для достижения этих целей и роли личностей в коммуникационном процессе. В Западной перспективе – роль коммуникации в установлении и поддержании политической, социальной и экономической свободы для личности. Эта функция коммуникации имеет как историческое, так и современное значение. Исторически цель коммуникации на Востоке – достичь духовной гармонии между человеком и природой.

Материалы и методы

Источниками исследования являются выступления, статьи и труды глав государств Евразийского экономического союза, труды казахстанских, российских и зарубежных ученых, дипломатов, журналистов по развитию Евразийской интеграции, развитию и специфике восточной и западной коммуникации.

Фактическим материалом исследования являются: статистические данные, данные социологического исследования аудитории, населения Евразийского пространства, статьи в средствах массовой информации Казахстана по проблематике Евразийской интеграции и развитию Евразийского экономического союза.

Основными методами исследования являются: принципы исторического, диалектического, комплексного и системного анализа, основные концепции развития Евразийской интеграции, выводов социологических исследований аудитории Евразийского пространства, обобщение исторических, социально-политических

и информационных явлений, выступающих в качестве основных факторов массовых коммуникационных процессов.

Обзор литературы

Евразийскую интеграцию начали изучать, исследовать еще в XIX – начале XX века выдающиеся личности того периода: А. Трубецкой, П. Савицкий, Н. Вавилов, Л. Гумилев. Философию «евразийства» пронесли через всю жизнь: Н. Бердяев, Л. Гумилев, М. Аджи, М. Барманкулов, Б. Момышулы, А. Чижевский, О. Сулейменов и многие другие исследователи, историки, писатели, просветители. Лишь спустя столетие эта идея проявилась в виде масштабного объединения, государственного проекта, научной концепции, реализация которой состоялась в XXI веке.

В своей работе академик Н.И. Конрад «Запад и Восток» писал: «История каждого народа всегда связана с историей его соседей. Связь эта, конечно, может быть очень различной – и по характеру, и по интенсивности, и по масштабу, но она всегда существует» [2].

Показательны различия в предпочтениях американцев и сингапурцев:

организованное общество – 71 % азиатских респондентов против 11 % американских,

личная свобода – 82 % американцев против 32 % азиатских,

индивидуальные права – 78 % американцев против 29 % азиатских респондентов [3].

О различиях в системах общепризнанных ценностей необходимо помнить при развитии глобальных информационных процессов. Специалисты утверждают, что восточная и европейская коммуникация существенно отличаются друг от друга. Европейская – это коммуникация максимального сообщения, основанная на логической выстроенности текста. Не столько думать, сколько рассуждать. Истина постигается в споре. Восточная – это коммуникация минимального сообщения, зависящая от постоянно меняющейся ситуации. Сообщение выдается сразу, целиком, как импульс уму. Истина постигается в молчании. Главное не в том, чтобы утвердить свое мнение, а в том, чтобы не помешать другому. Современная психология, по мнению специалистов, отдает предпочтение молчаливой коммуникации.

Существование мировой и национальных коммуникационных систем можно обозначить как двусторонний процесс интернационализации, с одной стороны, и локализации – с другой, которые влияют друг на друга.

Канадский исследователь М. Маклюэн предсказывал, что Восток будет стремиться в сторону Запада, и Запад будет охвачен востоковедением. Ключ к миру – это понять обе системы одновременно [4]. И как бы существенно не отличались восточная и европейская цивилизационная и коммуникационные модели, создание информационного общества сглаживает всякого рода уникальные черты, подгоняя их под универсальное миропонимание.

Столкнувшись с проблемами «вестернизации», ученые все чаще упоминают о евразийском принципе цивилизации открытости культуры, конструктивного взаимодействия между странами Востока и Запада. Как отметил президент Казахстана Н.А. Назарбаев: «Взаимопонимание между Востоком и Западом зиждется на знании особенностей друг друга и содержит в себе огромные возможности, которые предстоит обратить на благо наших стран и народов».

Результаты и обсуждение

Информационная эпоха означает расширение человеческих контактов, обмен культурными ценностями, обогащение практики общественной жизни. Синтез восточного и западного стилей отношения к человеку, обществу, государству дает импульс к дальнейшему развитию цивилизации.

Казахстан представляет собой «удачный синтез между азиатским Востоком и европейским Западом», как отмечают исследователи. Как евразийское государство, находящееся на стыке Востока и Запада, являющееся мостом между двумя континентами, наша страна вобрала и вбирает все лучшее и с Запада, и с Востока. Об этом свидетельствуют: вхождение Казахстана в Евразийский Экономический Союз, и древний торговый Шелковый путь, и действующая ТрансАзиатская-Европейская (ТАЕ) коммуникационная магистраль, соединяющая Восток и Запад.

«Международная практика показывает, что ключевой целью подлинной интеграции является создание единого пространства, которое должно быть скреплено прочными не только экономическими, но и социокультурными связями и прикрыто надежным щитом безопасности. Евразийским проектом предполагается создание единого экономического, таможенного, гуманитарного пространства. Приоритетными принципами формирования новой интеграционной модели стали: прагматический подход к интеграции, экономическая целесообразность и доброволь-

ность объединения государств» [5]. Президент Казахстана Н.А. Назарбаев отмечал, что добрососедство, равноправие, честное сотрудничество – необходимые условия для экономической интеграции стран СНГ. Только на этой основе могут быть осуществлены и другие интеграционные проекты. «Евразийский экономический союз может стать крупным жизнеспособным региональным объединением, способным вывести страны Евразии из-под деструктивного влияния глобальной нестабильности. В интеграции на евразийском пространстве присутствуют три измерения: экономическое, военно-политическое, культурно-гуманитарное» [6].

В рамках интеграционных процессов за прошедшие годы наметилась определенная тенденция по созданию системы информационного межгосударственного взаимодействия. При этом каждая страна стремится внести свой вклад в интеграционные процессы. Всестороннее развитие стран Содружества постоянно информирует межгосударственная телекомпания «Мир». В Казахстане функционирует «1 канал-Евразия», который активно освещает события в странах СНГ. По телеканалу «РТР-Россия» в рамках информационной программы «Вести» освещаются новости из Евразийского сообщества.

В средствах массовой информации идет широкое обсуждение и освещение проблемы информационного обеспечения евразийского интеграционного проекта и коммуникационного взаимодействия на постсоветском пространстве. Об этом свидетельствуют: многочисленные международные конференции, круглые столы, создание некоммерческих организаций, как «Евразийская интеграция», некоммерческий фонд «Наследие Евразии», развитие Евразийских научно-исследовательских центров в Алматы, Астане, Москве, Минске, Санкт-Петербурге, Ереване и других городах.

Интеграционный проект – Единое экономическое пространство Казахстана, России, Беларуси, старт которому был дан 1 января 2012 года, нашел широкий отклик в средствах массовой коммуникации, в развитии социальных институтов, научных центров. Это Международное евразийское движение в Москве, это кафедра социологии факультета международных отношений МГУ, это Белорусский Технологический университет – там есть Центр Евразии, Центр Абая, Центр Евразии в Ереванском университете, Евразийский Центр есть и в Астане в Евразийском университете им. Л. Гумилева.

Идея Евразийской интеграции все больше находит своих сторонников на постсоветском пространстве, и тем более в Казахстане, где Президент страны Н.А. Назарбаев еще в 1994 году впервые предложил идею создания Евразийского Союза, выступая в МГУ им. М.В. Ломоносова. Прошло 17 лет и в октябре 2011 года в газете «Известия» были опубликованы статьи руководителей трех стран: Казахстана, России и Беларуссии – Н. Назарбаева, В. Путина и А. Лукашенко, в которых была выдвинута идея о формировании Евразийского Экономического Союза.

Эти статьи лидеров государств дали толчок в создании научно-исследовательского Евразийского Центра в Казахском национальном университете им. аль-Фараби, который основал его руководитель, директор – Жарас Омарович Ибрашев (к сожалению, 2 года назад его не стало).

С января 2012 года Центр действует, активно развивается. Профессор Ж.О. Ибрашев положил начало евразийской научной школе в КазНУ им. аль-Фараби. Под его руководством ежегодно выпускались монографии, научные сборники по развитию Евразийского экономического союза. Об этом говорят книги:

- «Идея о Евразийском союзе отвечает духу времени» (2012),
- «Идея о Евразийском Союзе и государственный суверенитет» (2013),
- «Экономический фактор Евразийской интеграции» (2013),
- «Евразийство: история, теория, практика» (2014),
- «Евразийская идея Президента Н. Назарбаева и ее развитие» (2014),
- «Идея стала реальностью» (2015) и многие другие.

Исследователи-ученые определяют важнейшие принципы функционирования будущего ЕАС: принцип «глобальности» как одного из будущих центров мировой политики и экономики; принцип «единства в многообразии», принцип «разноскоростной и разноуровневой интеграции», активное взаимодействие с соседями Евразийского Союза.

Евразийский Центр в КазНУ проводит международные конференции, республиканские круглые столы, семинары для ученых, преподавателей и студентов, выпускает книги, монографии, научные сборники, привлекает все больше единомышленников к исследованию Евразийской интеграции, налаживая сотруд-

ничество с Центрами, вузами, где занимаются евразийской интеграцией.

В июне 2017 года прошла Международная конференция «Евразийская интеграция, как ответ на вызовы XXI века», посвященная памяти Жараса Умаровича Ибрашева – основателя факультета международных отношений и первого директора Евразийского научно-исследовательского центра. Главной темой обсуждения была актуальная проблема евразийской интеграции, евразийской идентичности, модернизации общественного сознания в контексте современных международных и региональных процессов.

Как отмечают эксперты, интеграционный процесс в формате евразийства является неотъемлемой частью глобального объединения на постсоветском пространстве. На этот фактор повлияли многие составляющие: социально-экономические, культурные, региональные, языковые, а также активное сотрудничество стран СНГ. Евразийская интеграция – это неизбежный процесс, к которому Казахстан имеет прямое отношение, как центр, соединяющие народы, их историю, культуру, менталитет, многие бизнес-процессы.

Информационные процессы имеют глобальный характер, но они имеют национальную специфику того государства, в котором они происходят.

«Рынок Евразийского экономического союза является связующим и неизбежным звеном между Востоком и Западом», – отметил Н. Онжанов, помощник Президента РК, бывший посол РК в ФРГ. «Казахстан располагает определенным преимуществом в виде общих границ с такими ключевыми рынками, как Россия и Китай, мы также граничим с растущим рынком Центральной Азии. Через РФ и КНР нам открываются европейские и азиатские рынки и выход к морю. Такие инфраструктурные проекты, как автодорога «Западная Европа – Западный Китай» и железнодорожная дорога «Казахстан – Туркменистан – Иран», способствуют росту нашей транспортной привлекательности и созданию трансконтинентальных «мостов». Таким образом, евразийская интеграция в перспективе принесет немало выгод и странам Европейского союза. В экономическом плане для Евросоюза объединение наших стран – это синергия рынков товаров и услуг» [7].

Тема евразийской интеграции в Казахстане является одной из наиболее обсуждаемых, СМИ уделяют ей большое внимание. Как отмечает

доктор исторических наук, зам.директора КИСИ (Казахстанского Института стратегических исследований) Леся Каратаева: «Интеграция, достигнутые в ходе нее результаты вошли в наши новостные передачи, присутствуют в Интернет-пространстве, в печати. У нас очень много публикуются аналитики на эту тему, книги выпускаются. Социологические замеры показывают, что население в подавляющем большинстве поддерживает этот вектор. Но, тем не менее, нельзя назвать поддержку стопроцентной. У нас существует дискурс, фиксирующий критику интеграционных процессов. Можно сказать, что некие основания для критических замечаний имеются. Объем экспорта казахстанских товаров снизился, импорт – увеличился. То есть, сальдо не в пользу Казахстана сложилось. Надо принять во внимание такую динамику, выявить ее причины и работать дальше. Ведь очевидно, что альтернативы евразийской интеграции не существует» [8].

У евразийского проекта должна появиться социально-гуманитарная стратегия, чтобы население, аудитория СМИ ощутили пользу от данной интеграции, узнали о плюсах и минусах ее.

В Астане обсудили ситуацию в информационной сфере Евразии. 22-24 июня 2017 года в столице Казахстана прошел традиционный масштабный Евразийский медиафорум, на котором обсуждались глобальные проблемы от нового миропорядка до влияния СМИ на образ страны. А накануне тоже в экспертном кругу в Астане обсудили более узкую проблему – информационно-аналитическое обеспечение евразийской интеграции.

Дискуссия «Информационный фактор евразийской интеграции» прошла на базе Центра аналитических исследований «Евразийский мониторинг». Медийное освещение евразийских интеграционных процессов на сегодняшний день остается одной из проблемных составляющих развития ЕАЭС. Как отмечают эксперты: «Первое, что бросается в глаза при рассмотрении информационного фактора евразийской интеграции – дефицит качественной информации о ЕАЭС в СМИ. Об этом говорится много, однако открытым остается главный вопрос – почему? Чаще всего во время дискуссий на эту тему встречается ответ: «Негде взять информацию!» На что специалисты по евразийской интеграции отвечают целым списком источников по теме. Информация действительно есть. Правда, нельзя не признать, что информация эта подается совсем не в «дружелюбной» для журналиста фор-

ме. Специфика стремительной работы современных СМИ не располагает к изучению длинных статистических сводок государственных ведомств. Нужно ли адаптировать официальные данные для журналистского сообщества? Адаптация, безусловно, нужна. Что такое ЕАЭС? В принципе, даже поверхностные поиски в интернете выдают довольно большое количество информационных ресурсов, посвященных ЕАЭС или постсоветскому пространству. Большинство этих сайтов обладают малым охватом аудитории, но что еще более важно – транслируют свой образ ЕАЭС. Для одной редакции это технократический проект интеграции соседних государств, для других – реинтеграция СССР, для третьих – некий новый имперский проект, для четвертых – заговор элит и крупного бизнеса...[9].

Чрезвычайный и Полномочный Посол Республики Казахстан в Российской Федерации Марат Тажин призвал казахстанских и российских журналистов объективно освещать интеграционные процессы ЕЭС. По его мнению, интеграционные объединения как законченный продукт не встречаются нигде в мире, поэтому не стоит пугаться возникающих на тернистом пути их формирования трудностей. Значит, ЕАЭС – не простая декларация, а реально работающая структура, подчеркнул Посол. В то же время, заметил он, когда сам процесс непонятен, возникает соблазн искажения происходящего. В связи с этим, глава дипломатической миссии призвал журналистов объективно подходить к освещению интеграционных процессов на евразийском пространстве, в том числе уделять пристальное внимание межгосударственным гуманитарным проектам» [9].

Центр изучения перспектив интеграции (ЦИПИ) и Институт социологии НАН Беларусь провели исследование о том, как СМИ в странах Евразийского союза оценивают евразийскую интеграцию и как относятся к странам-партнерам. Авторы исследования проанализировали информационное поле Армении, Беларуси, Казахстана, Киргизстана, России в I квартале 2017 года. Медиаиндекс складывается из нескольких элементов, среди которых – тональность публикаций, степень официоза в сообщениях СМИ, освещение в государственных и деловых СМИ. Чем выше индекс – тем выше интерес и более позитивна тональность в СМИ. В Армении в выборку попали 1702 сообщения (60 СМИ), в Беларуси – 3992 (100 СМИ), в Казахстане – 3254 (100 СМИ), в Киргизстане – 2519 (60 СМИ), в России – 10312 (100 СМИ).

Самые высокие показатели индекса зафиксированы в Киргизстане (77 %) и Казахстане (74 %), самые низкие – в России (60 %) и Беларусь (50 %). Результаты исследования показали, что наиболее широко евразийская интеграция представлена в информационном поле Киргизстана. В частности, в республике зафиксировано наиболее активное освещение интеграционных процессов в государственных и деловых СМИ.

Наибольшее внимание среди всех стран ЕАЭС к евразийской интеграции в публичной сфере проявляют чиновники Казахстана. Это отражается в официальных заявлениях. Однако, как показало исследование, государственные СМИ Казахстана уделяют немного внимания продвижению интеграционной повестки на общественном уровне. Этот показатель в Казахстане – самый низкий среди стран ЕАЭС. В медиаполе Армении сложилась асимметричная ситуация. Государственные СМИ – среди лидеров в плане освещения интеграции в Союзе, однако деловые СМИ уделяют минимальное внимание интеграции. В целом, авторы исследования констатируют пока достаточно низкий уровень интереса в медиаполе к проблематике Евразийского экономического союза. «ЕАЭС пока не воспринимается как стержневой внешнеэкономический проект государства, а рассматривается как одно из направлений его деятельности», – полагают эксперты.

При этом одной из главных проблем в исследовании называется дефицит качественных информационных поводов, интересных деловым СМИ и бизнес-сообществу в целом. В странах ЕАЭС присутствует больше сухое новостное информирование о событиях в ЕАЭС, нежели их экспертная оценка или экспертное обсуждение. В государственных СМИ всех стран ЕАЭС отмечается слабое внимание к проблематике интеграции. «Страны ЕАЭС не заняты всерьез продвижением интеграционной повестки и в целом мало внимания уделяют проблематике ЕАЭС», – заключают авторы доклада, добавляя, что государственные СМИ могут стать основным инструментом информационных кампаний в рамках Союза [10].

Заключение

Любое социальное явление, каким является создание Евразийского Союза, требует глубокого осмыслиения, научного подхода и теоретического исследования всех его составляющих. Информационно-культурная общность способо-

бствует формированию и развитию евразийских интеграционных процессов, духовному взаимообогащению. Благодаря традиционным и новым масс-медиа, этот информационный поток насыщается новыми идеями, взглядами, событиями и явлениями, расширяя кругозор познаний евразийцев. Имея общее историческое прошлое, тесные экономические и культурные связи, общий менталитет, общий язык общения, легче развивать евразийское информационное пространство.

Евразийская проблема – это и политическая, и экономическая, и правовая, и культурная, и информационная тематика. Все они связаны друг с другом. Заключение договора 1 января 2015 года о создании Евразийского Экономического Союза способствовало усилению тенденции сближения в рамках Евразийства. И на сегодня перед странами-участницами Союза стоят много вызовов, на которые необходимо найти решение, и в ближайшее время выстроить отношения на качественно новом уровне.

Инициативные предложения специалистов по информационному обеспечению евразийской интеграции, по созданию евразийских проектов, центров ведут к активным действиям на информационном пространстве внутри стран и за их пределами.

Как отмечают исследователи, необходимо разработать единую стратегию подачи информации, приступить к формированию единого информационно-коммуникационного пространства. Любой интеграционный проект – это, в первую очередь, взаимодействие информационных пространств.

Все это будет способствовать информированию граждан разных стран и регионов Евразии о развитии Евразийского Экономического Союза. Разработка программы евразийских интеграционных преобразований должна проводиться совместными усилиями научно-экспертных сообществ этих стран с использованием всего имеющегося международного опыта региональной и межгосударственной интеграции.

Средства массовой коммуникации должны способствовать поддержанию социальной сплоченности в условиях, когда стрессы растущей глобализации обусловливают все большую взаимозависимость между народами. Всемирная философия информационных сетей, которая удовлетворяет требованиям развитого информационного общества, должна помочь построить общество взаимной помощи людей, создать качественную жизнь и развивать общество на разумных основах.

Литература

- 1 Бахытжан Момыш-улы. Когда с лица уйдет мирская тщета // Возжигая пречистые огни. – Алматы: БИС, 2004. – С. 7, 10.
- 2 Конрад Н.И. Запад и Восток. – М., 1972. – С. 17.
- 3 Из речи премьер-министра Сингапура Гох Чок Тонга в сингапурской торгово-промышленной палате. – Сингапур, 1996, 11 мая.
- 4 McLuhan M., Powers B.R. The Global Village. Transformations in World life and Media in the 21st Century. – New York-Oxford: Oxford University Press, 1989. – Р. 3.
- 5 Евразийская инициатива Нурсултана Назарбаева – основа современной экономической интеграции» // Казахстанская правда, 27 ноября 2012. – С. 4.
- 6 Евразийский экономический союз – объективная региональная тенденция // Бизнес и власть, 21 сентября, 2012. – С. 3.
- 7 Schwerpunkt: Eurasische Union. Sonderausgabe // Prospect (Проспект). – Heft № 03. – 2014 (7), Juli – Oktober. – S. 4-5.
- 8 <http://gorchakovfund.ru>
- 9 <http://vechastana.kz/ei/100975-marat-tazhin-prizval-rossiyskikh-zhurnalistov-obektivno-osveshchat-integratsionnye-protsessy-ees>. Вечерняя Астана, 19 Декабря 2014
- 10 Дырдина Г. Чьи СМИ за евразийскую интеграцию? // Rezonans.kz, 30 мая 2017.

References

1. Bahytzhan Momyshev. Kogda s lica ujdet mirskaja tshheta // Vozzhigaj prechistye ogni. – Almaty: BIS, 2004. – S. 7, 10.
2. Konrad N.I. Zapad i Vostok. – M., 1972. – S. 17.
3. Iz rechi prem'yer-ministra Singapura Goh Chok Tonga v singapurskoj torgovo-promyshlennoj palate. – Singapur, 1996, 11 maja.
4. McLuhan M., Powers B.R. The Global Village. Transformations in World life and Media in the 21st Century. – New York-Oxford: Oxford University Press, 1989. – P. 3.

5. Evrazijskaja iniciativa Nursultana Nazarbaeva – osnova sovremennoj jekonomicheskoj integracii» // Kazahstanskaja pravda, 27 nojabrja 2012. – S. 4.
6. Evrazijskij jekonomicheskij sojuz – ob#ektivnaja regional'najatendencija // Biznes i vlast', 21 sentjabrja, 2012. – S. 3.
7. Schwerpunkt: Eurasische Union. Sonderausgabe // Prospect (Prospekt). – Heft № 03. – 2014 (7), Juli – Oktober. – S. 4-5.
8. <http://gorchakovfund.ru>
9. <http://vechastana.kz/ei/100975-marat-tazhin-prizval-rossiyskikh-zhurnalistov-obektivno-osveshchat-integratsionnye-prosessy-ees>. Vechernjaja Astana, 19 Dekabrja 2014
10. Dyrdina G. Ch'i SMI za evrazijskuju integraciju? // Rezonans.kz, 30 maja 2017.

¹Zh. Bekbolatuly, ²S. Chazbijewicz

¹Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty

²University of Warmia and Mazury, Poland

e-mail: Zhetpisbay.Bekbolatuly@kaznu.kz

THE CONTRIBUTION OF THE POLES TO THE SOCIOECONOMIC DEVELOPMENT OF KAZAKHSTAN

Poles are one of the numerous and significant ethnic groups in Kazakhstan. The contribution of Polish exiles such as A. Yanushkevich, S. Zagryazhsky, G. Zelisnky, M. Viner, A. Pashkovsky, M. Lukashевич, A. Zataevich to the Kazakh culture is priceless. Thousands of Polish engineers, doctors, art workers, hundreds of professors and scientists found appliance to their knowledge, skills and talents in Kazakhstan, that were expressed in their outstanding achievements and brilliant discoveries that enriched Kazakh science, technology and culture. In the places of their residence Poles raised the agriculture of grain, livestock, vegetable sectors to the high level. Almost all the farms inhabited by Poles soon became millionaires. The achievements of Polish diaspora could become the source of scientific references. Detailed research of this issue requires thorough acquaintance with the materials stored in the archives.

Key words: Poles, ethnic groups, diaspora, kazakh, cience, culture, technology, archives.

¹Ж. Бекболатулы, ²С. Хазбиевич

¹Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

²Варминьско-Мазурский университет, Польша

e-mail: Zhetpisbay.Bekbolatuly@kaznu.kz

Вклад поляков в социально-экономическое развитие Казахстана

Поляки являются одним из многочисленных и значимых этносов Казахстана. Вклад польских ссыльных, таких как А. Янушкевич, С. Загряжский, Г. Зелинский, М. Винер, А. Пашковский, М. Лукашевич, А. Затаевич, в казахскую культуру бесценен. Тысячи польских инженеров, врачей, деятелей искусства, сотни профессоров и ученых нашли применение в Казахстане своих знаний, умений и талантов, которые были выражены в их выдающихся достижениях и блестящих открытиях, обогативших казахскую науку, технику и культуру. В местах проживания поляки подняли сельское хозяйство зерновых, животноводческих, овощных отраслей на высокий уровень. Почти все колхозы, населенные поляками, стали миллионерами. Достижения польской диаспоры могли бы стать источником научных изысканий. Детальное исследование этого вопроса требует тщательного ознакомления с материалами, хранящимися в архивах.

Ключевые слова: поляки, этнические группы, диаспора, казахи, наука, культура, техника, архивы.

¹Ж. Бекболатулы, ²С. Хазбиевич,

¹Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.

²Варминьско-Мазур университеті, Польша

e-mail: Zhetpisbay.Bekbolatuly@kaznu.kz

Поляктардың Қазақстанның әлеуметтік-экономикалық дамуына қосқан үлесі

Поляктар Қазақстанның саны көп еріп елеулі этностарының бірінен саналады. А. Янушкевич, С. Загряжский, Г. Зелинский, М. Винер, А. Пашковский, М. Лукашевич, А. Затаевич сияқты поляк жер аударылғандарының қазақ мәдениетіне қосқан үлесі өлшеусіз. Мындаған поляк инженерлері, дәрігерлері, өнер қайраткерлері, жүздеген профессорлары мен ғалымдары Қазақстанда өз білімінің, білігі мен талантының көзін ашып, олар қол жеткізген тамаша жетістіктер мен ашқан жақалықтар қазақ ғылымын, техникасы мен мәдениетін байта түсті. Өздері тұрган жерлерде поляктар астық, мал, көкөніс салаларындағы ауыл шаруашылығын жоғары деңгейге көтерді. Поляктар тұрган колхоздардың барлығы миллионер болды. Поляк диаспорасының жетістіктері ғылыми зерделеулерге негіз боларлық. Бұл мәселені егжей-тегжейлі зерттеу мұрагаттарда сақталған материалдармен мүқият танысады талап етеді.

Түйін сөздер: поляктар, этникалық топтар, диаспора, қазақтар, ғылым, мәдениет, техника, мұрагат.

Intriduction

According to statistics there are 41300 Poles live in Kazakhstan today. Polish Ambassador in Kazakhstan in 1990s M.Gavansky in the article published in 1998 suggested that number of Polish diaspora in census was significantly undervalued and did not correspond to reality. He concluded that if applying a discount factor to the data provided by Statistic Agency of RK, Polish diaspora of Kazakhstan could be around 60 thousand people. about 82.1% of the whole population of the diaspora is concentrated in three regions: North Kazakhstan, Akmola and Karaganda regions and in Astana.

Main body

Poles are one of the numerous and significant ethnic groups in Kazakhstan. The contribution of Polish exiles such as A.Yanushkevich, S.Zagryazhsky, G.Zelinsky, M.Viner, A.Pashkovsky, M.Lukashevich, A.Zatayevich to the Kazakh culture is priceless. Thousands of Polish engineers, doctors, art workers, hundreds of professors and scientists found appliance to their knowledge, skills and talents in Kazakhstan, that were expressed in their outstanding achievements and brilliant discoveries that enriched Kazakh science, technology and culture. In the places of their residence Poles raised the agriculture of grain, livestock, vegetable sectors to the high level. Almost all the farms inhabited by Poles soon became millionaires.

Poles played a major role in the development of virgin lands in Kazakhstan in 1950-1960s. For example, in Kokshetau region among the leaders at district level – a significant percentage of Poles were chairmen of collective farms, workers of local authorities, etc. There was one who has achieved exceptional success in the labor market among the special representative of the settlers. So, for his dedicated work in 1951 I.A.Zhenski was awarded as a Hero of Socialist Labor by the Decree of the Presidium of the Supreme Soviet of the USSR. N.Golovatsky, P.Tomarovskaya, P.Chizhevsky, Mr.Lewandowski, V.Domalevskaya, G.Polyakov, T.Ostrovska, B.Golchinsky were also awarded as Heroes of Socialist Labor. Many Poles were elected as deputies of the supreme legislative power of the Republic, led the Ministries, important industries and organizations. Bernard Dvorecki is a former Vice-Chairman of the Council of Ministers of Kazakh SSR.

Many members of the Polish intelligentsia of Kazakhstan today is a special children of former Polish immigrants. They were born and educated in Kazakhstan. Preserving their ethnic identity, they are working for the good of the republic. Among

them are scientists: E.Liubczanski, C.Luczinski, W.Marczewski, A.Puzanov, Y.Kulevskaya; artist: P.Rechensky, A.Kulanovsky, K.Zubritskaya; teachers: T.Khimich, A.Mokretsky; doctors: S.Prusova, N.Lukyanets; journalists: L.Kryzhanovskaya, S.Sinitskaya and others.

Let us review the creative and social activities of some Poles in more details. Pavel Ivanovich Rechensky - talented artist. He was born in 1924 in Russia, but at the age of eight he had been deported with his parents to Kazakhstan, Karaganda. He had to go through all the difficulties and hardships, through which passed the Poles during the Stalinist repression. Pavel Ivanovich Rechensky is one of the organizers of the Union of Artists of Kazakhstan. His paintings are in private collections in Poland, Russia and Germany.

Josepha Grigoriyevna Kulevskaya was born in Siberia, in Omsk. She graduated from the Physics Department of the Kazakh State University after C.M. Kirov with major in «Nuclear Physics». The entire working life of Y. Kulevskaya was associated with science. After graduation she has been left for a research fellow at the department of «Radioactive radiation». A further field of her interest was the physical chemistry, organic catalysis. More than 20 years she has been worked at the Institute of Organic Catalysis and Electrochemistry of the Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan. She has PhD in Chemistry.

Josepha Kulevskaya is amazing person, not only with the scientific mind, but also with great creative potential. In May 2000, at the exhibition «Beautiful impulses of the soul» her works as an artist were first presented. [1] Since 2003, with no art education, she took up painting seriously. The main genre of her work -natyurmort and landscape. In April 2006, at the exhibition «My Kazakhstan: light and color» her best sceneries such as «Motley Alatau mountains», «Pine forest», «OkZhetpes», «Birch Grove» and «Portraits of Flowers», «Narcissuses and hyacinths», «Irises», «White lilies» were presented. This exhibition was the anniversary for Jozepha Kulevskaya and dedicated for memorial date to Polish people - 70th anniversary of the deportation of Poles to Kazakhstan. Also the exhibition presented the paintings such as «Castle near Krakow» and «Krakow-Wawel» [2]. Paintings of Jozepha Grigoriyevna Kulevskaya are in private collections in Poland and in the United States.

Great creativity has a Kazakh artist of Polish origin Xenia Zubritska. She was born in Almaty region in 1975. She graduated from the Moscow State Humanitarian University, majoring in «Art»

in 2002. Xenia for a long time was engaged in patterns made from genuine leather - textile plastics. She repeatedly held exhibitions of her jewellery and paintings devoted to the numerous dates of Polonia in Kazakhstan. Also she held an exhibitions at the National State Museum after A.Kasteev, in private galleries in Kazakhstan and Kyrgyzstan. Many of her works are in private collections in Kazakhstan, Kyrgyzstan, Poland, Germany, USA, Italy.

Tatyana Vasiliyevna Khimich (Crickovskaya) was born in a family of exiled Polish politician in 1960. She is teacher of the highest qualification. In 1997 she was invited to work in the Republican primary experimental site of gymnasium «Arina» as an art teacher. There Tatyana is working with talented children. In 2001, together with the children she participated in the Olympics for the fine arts in Moscow. The works of her best pupils were exhibited at the International Exhibition in Tokyo in 2004. In 2007, the city Board of Education of Ust-Kamenogorsk awarded her with the title of «Teacher of the Year».

The initiator of the creation of the Union of Poles in Kazakhstan and the first chairman of the Polish community in the city of Alma-Ata, Albert Grigoriviech Levkovsky was born in 1928 in Ukraine (Zhytomyr region) and the age of eight had been deported to Kazakhstan with his parents during the first wave of deportation of Poles from their homeland in 1936. He has graduated from the Pedagogical Institute in Petropavlosk and grow up from a simple math teacher to a member of the board of the Ministry of Education, where he has worked for 23 years. He spent a great job on involvement of Kazakhstani Poles to the society and their active participation in cultural and social life. Through the efforts of A.G.Levkovsky being in close contact with the Embassy of the Republic of Poland in Kazakhstan classes for the study of the Polish language was opened in the secondary school №23 in Almaty, as well as the community was organized to help Poles in the East - Wspolnota Polska in Warsaw. He has done a great public job with the business community representatives, who came from Poland to Kazakhstan. He has organized trainings for Kazakhstan students Poland's universities. For his merit to the Kazakhstan A.G. Levkovsky was awarded the Orden «Kurmet». Now he is living in Warsaw and he is the chairman of the community «My Kazakhstan» organized by the Poles – natives of Kazakhstan.

The name of a prominent architect Nikolai Ivanovich Repinsky, a member of the Union of Architects of Kazakhstan entered into the Kazakh Soviet Encyclopedia «Alma-Ata» that

was published in 1983. After graduating from the Kiev Institute of Architecture and Construction in 1931 N.I.Ripinsky has participated in the project of design for a building of Opera and Ballet Theatre in Almaty, for which he was awarded the second prize at the All-Union closed competition. He has worked in Ust-Kamenogorsk from 1950 to 1953, where he seriously concerned with the detailed planning of the city. From 1954 to 1968 N.I. Ripinsky has worked in Almaty as chief architect in the country's largest design institute. A lot of projects where N.I.Ripinsky was directly involved as the chief architect have been developed by the Design Institute for 14 years. Among them there is a project of the general plan of Karatau city, also the project on the organization, planning and building of the central district of Almaty and others [3].

At the present time Kazakhstan and Poland are leaders of economic and political reforms, respectively, in Central Asia and Eastern Europe. During difficult transition period in 1990s an experience of economic transformation of Poland was especially valuable for Kazakhstan. Leading Polish economists, including Leszek Balcerowicz, for several years, provided advice to the Government of Kazakhstan.

In the 1990s, the Republic of Kazakhstan was lagged behind other countries in the production of agricultural product. To solve this problem, the restructuring of agricultural structures began in 1991. In 1998 138 agricultural associations have been formed in the country. In 1999, in the North-Kazakhstan oblast the JSC «Holding Kazexportastyk» was established, that is the largest grain company, operating in the territory of North Kazakhstan and Akmola region. It consists of LLP «TaiynshaAstyk», which is engaged in the production and processing of agricultural products, breeding of cattle. Center of the company is the village Yasnaya Polyana of Taiynsha region of North Kazakhstan oblast. Former Extraordinary and Plenipotentiary Ambassador of the Republic of Poland in Kazakhstan Zdzislaw Novitsky called Yasnaya Polyana the small Warsaw in Kazakhstan. And it is no coincidence. The village was founded in 1936 by Polish immigrants from Ukraine. All the villagers were mostly Polish by nationality, of all 183 displaced families Poles were 127 families [4]. Today the village is home to the third generation of Poles.

General Director of LLP «TaiynshaAstyk» is Anatoly Borisovich Rafalskiy. He is Polish, a native of Yasnaya Polyana village, Anatoly is agronomist by profession, graduated from Tselinograd Agricultural Institute.

Now we present more details of Yasnaya Polyana village. The Yasnaya Polyana village is particularly revealing one in the North-Kazakhstan region. There is a hospital, a school, a cultural center, shops, church, livestock farms, tractor fleet equipped with the latest technology. But the proud of village is its people. Many natives of Yasnaya Polyana village became worthy representatives of the Polish intelligentsia, working for the good of the republic's prosperity. Among them, there are V.S.Bochkovsky – Akim of Enbekshildersky region, V.P. Makowski – Akim of Taiynsha region of North Kazakhstan oblast, F.A. Galitsky - Doctor of Medical Sciences, V.I.Zaichkovski - candidate of veterinary sciences, A.I. Malinowski - Candidate of Agricultural Sciences, F.I. Ostrowski – Ph.D., V.A. Andzhievskaya - Doctor of Medical Sciences.

Anton Iosifovich Malinowski - Candidate of Agricultural Sciences, was born in 1956 in Yasnaya Polyana village of Chkalovsky region Kokshetau oblast in a family of Poles deported from Ukraine in 1936. In 1983 he was engaged in selection of the Kazakh white breed of cattle. Rock removal works was carried out at the farm «Alabota». In 1985, derived cattle rock type was called «Alabota» and A.I.Malinovsky was awarded title of «Best breeder of the Republic of Kazakhstan» [5].

A native of Yasnaya Polyana village is Franz Antonovich Galitsky - Doctor of Medical Sciences, professor, head of «Forensic medicine» of the Kazakh State Medical Academy (Astana). He is the author of two collections of scientific papers on forensic medicine, 14 invention patents, 90 scientific papers and teaching aids [6].

Kazakhstani Poles support and strengthen ties with their historical homeland. Kazakhstan has five Polish companies dealing with national and cultural revival. «Polonia» channel which is satellite broadcasting for several years carried out in Northern Kazakhstan. By agreement between the ministries of education of our countries Teachers from Poland are working in Kazakhstan. Every year, children and students who are actively learning Polish language, go to rest to Poland. About 600 students of Polish origin from Kazakhstan are studying at higher education institutions on their homeland.

Public Association «Polish Cultural Center of Almaty» was founded in 1993. The main purpose of the center is to promote the study of the history, language, culture and traditions of Poland, charity, conducting cultural and educational events, recitals, concerts, exhibitions, meetings.

The Union of Poles in Kazakhstan was established in 1994. In different periods it was headed by

worthy representatives of the Polish intelligentsia. From 1999 to 2007, chairman of the Union of Poles in Kazakhstan was Ivan Bernoldovich Zinkevich, Professor, Doctor of Law. His parents in 1936 with children were deported to Kazakhstan from the Zhytomyr region of Ukraine.

Ivan Bernoldovich Zinkevich was born in 1939 in Krasnokamenka village of Kellerovskiy region of Kokshetau oblast. In 1963 he went to the technical department of the Almaty special police school. In 1973 he graduated from the investigative department of the Moscow High School of the Ministry of Internal Affairs, where he immediately enrolled to the graduate school. Ivan Zinkevich successfully defended his PhD thesis on the development issues of forensic science in Poland. He was awarded the academic title of professor of three universities of Kazakhstan. He was awarded the degree of Doctor of Law by Polish Ministry of National Education in 2000, according to the number of published works on the problems of criminology. He is a member of the Advisory Council of the Marshal of the Senate of Poland and a member of the National Council under the President of the Republic of Kazakhstan. He has been included in the leadership of the World Council of Polonia with the residence in the US [7].

Since 2007, the Union of Poles was chaired by Vitaly Zifridovich Svintsitskyi. He is from a family of Polish immigrants specially deported. He was born in 1955 in Green Guy village of Chkalovsky region of Kokshetau oblast. Since 1999 he was the chairman of the Pavlodar regional Polish society «Polonia». He is one of the initiators of the movement «Think of the children». He provides financial support to the pupils of Pavlodar boarding school, and is actively engaged in the moral and creative upbringing of the youth. On his initiative, a drama school «Promen» («Gleam») was opened within the regional Polish society «Polonia», which was established on the basis of the drama group at the Catholic church in Pavlodar. He was awarded the medal «10 years of Kazakhstan's independence» for a great contribution to the revival and promotion of national culture and language, strengthening of inter-ethnic harmony, peace and friendship.

Currently the Union of Poles in Kazakhstan is chaired by Oleg Cheslavovich Czerwinski, a professional journalist. He was born in Krasnoarmeysk town of Kokshetau oblast; son of special migrants. He graduated from the faculty of journalism of the Kazakh State National University named after Al-Farabi, Academician of the Academy

of Journalism of Kazakhstan. Author of publications in the Kazakh and world press. At various times, he led the media such as the newspapers «Business Week», «New Generation», the official newspaper of the Government of Kazakhstan «Kazakhstanskaya Pravda», Broadcasting Company «Shahar». He is chief editor of «Petroleum» analytical magazine since 2000. Member of the Union of Journalists of Kazakhstan, winner in the category «Economic Review» Prize of the Union of Journalists of Kazakhstan in 2012 year. He was awarded the medal «10 years of Kazakhstan's independence» [8].

Conclusion

In conclusion, it should be noted that the Polish intelligentsia in Kazakhstan contributes to the development of the country, contributes to the prosperity and the strengthening of friendly relations between Kazakhstan and Poland. The achievements of Polish diaspora could become the source of scientific references. Detailed research of this issue requires thorough acquaintance with the materials stored in the archives. In connection to this the Polish-Kazakh cooperation is needed in this area.

References

- 1 Beautiful impulses of the soul. Exibition of Y. Kuliyevskaya // Ogni Alatau. – 20.05. 2000.
- 2 My Kazakhstan: light and color. Exibition of Y. Kuliyevskaya // My Kazakhstan. – №11. – 14.04.2006. – P. 8.
- 3 Repinskiy Nikolai Ivanovich. Fragments of autobiographical notes //«Kumbez» magazine. – 1968. – P. 76-102.
- 4 K.A. Polyanskiy 70 years of Yasnaya Polyana. – Omsk, 2006. – P. 166.
- 5 K.A. Polyanskiy 70 years of Yasnaya Polyana. – Omsk, 2006. – P. 67.
- 6 K.A. Polyanskiy 70 years of Yasnaya Polyana. – Omsk, 2006. – P. 83-84.
- 7 O.G. Dymov Warmth of Kazakhstan land. – Almaty, 1999. – P. 225-226.
- 8 A.S. Kasonich. All that memory keeps – treasures for heart. – Kazakhstan, Poland, 2008. – P. 145.

МРНТИ 19.01.07

Л.И. Мухамадиева, *Е.И. Дудинова

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы,
*e-mail: Elena.Dudinova@mail.ru

КОНТЕНТ И ЛИНГВОСТИЛИСТИКА ИНФОРМАЦИОННЫХ СООБЩЕНИЙ: ПРОБЛЕМЫ ВЕРИФИКАЦИИ

Современное медиаполе все чаще рассматривают как платформу трансграничности информирования и пропаганды. Контент информационных сообщений в этой связи можно оценивать с различных позиций. Цель статьи – изучение лингвостилистических недочетов текстов отечественных информагентств в системе фрейминга. Снижение профессионального уровня при подготовке информационных текстов, композиционные погрешности и нарушения логической последовательности, неточность цифровых данных, на первый взгляд, представляют собой некое недоразумение. Но детальное изучение текстов и контента информационных сообщений приводит авторов к выявлению факторов языковой некомпетентности. В статье также рассмотрены аспекты редактирования информационных сообщений, анализируется опыт обработки текстов казахстанских информагентств, исследуются схемы и виды редактирования данного вида текстов, приводятся примеры функционирования текстов. Проведенный анализ проблем современного редактирования информационных сообщений позволил авторам сформулировать рекомендации по подготовке текста и его литературной обработке.

Ключевые слова: информационное агентство, редактирование, медийная грамотность, виды текстов, журналист, редактор СМИ.

L.I. Mukhamadiyeva, *E.I. Dudinova

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,
*e-mail: Elena.Dudinova@mail.ru

Content and linguistics of information messages: problems of verification

The modern media field is increasingly seen as a platform for the transborderness of information and propaganda. The content of information messages in this connection can be evaluated from various positions. The purpose of the article is to study the linguistic errors of the texts of domestic news agencies in the framing system. Decreasing the professional level in the preparation of information texts, compositional errors and violations of logical sequence, the inaccuracy of digital data, at first glance, is a kind of misunderstanding. But a detailed study of sociocultural content leads the authors to identify the factors of media incompetence. The article also considers aspects of editing information messages, analyzes the experience of processing texts of Kazakhstan news agencies, examines the schemes and types of editing of this type of texts, gives examples of the functioning of texts. Scientific and practical vision of the problems of modern editing of information messages allowed the authors to formulate recommendations on the preparation of the text and its literary processing.

Key words: information agency, editing, media literacy, types of texts, journalist, media editor.

Л.И. Мухамадиева, *Е.И. Дудинова

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы к.,
*e-mail: Elena.Dudinova@mail.ru

**Ақпараттық хабарламалардың контенті және
лингвостилистикасы: верификациялау мәселелері**

Заманауи медиа саласы шексіз ақпараттандыру жөнде насиҳаттау платформасы ретінде қарастырылады. Осыған байланысты ақпараттық хабарламалардың контентін әртүрлі бағытта

бағалауға болады. Мақаланың мақсаты отандық ақпарат агенттіктері дайындастын мәтіндердің фрейминг жүйесі бойынша лингвостилистикалық қателерін тексеріп, зерттеу. Бір қарағанда, ақпараттық мәтіндерде жіберілетін композициялық, ақаулар, кейбір цифрлық дәлсіздіктер мен логикалық жүйеліліктің сакталмауы және мамандардың кәсіби біліктілік деңгейінің төмендігі түсініспеушілік тұдырады.

Жалпы контентті жете зерттеу арқылы авторлар көптеген медиа біліксіздік факторларын анықтап шығарған. Сондай-ақ мақалада ақпараттық хабарламаларды редакциялаудың аспектілері, қазақстандық ақпарат агенттіктеріндегі мәтінді өндеу тәжірибелері, нақты мәтіндерді редакциялаудың кестелері мен үлгілері мысалға келтірілп, талданады. Авторлар ақпараттық хабарлар мен мәтіндерді редакциялаудың заманауи мәселелерін ғылыми және тәжірибелік түрғыдан қарай отырып мәтінді дайындау және оны әдеби өндеу жолдарын ұсынады.

Түйін сөздер: ақпарат агенттіктері, редакциялау, медиалық біліктілік, мәтін түрлері, журналист, БАҚ редакторы.

Введение

Кардинальные изменения в технологической сфере деятельности информационных агентств, возросший интерес к новым формам взаимодействия с аудиторией и средствами массовой информации, качеству передаваемого контента актуализируют проблему верификации информационных сообщений.

Контент и литературная обработка сообщений информационных агентств – тема, не получившая широкого внимания ученых и исследователей. Этот факт можно объяснить рядом объективных причин: внедрение интернет-технологий, распространяемые тексты не претендуют на завершенность, присутствует некоторая эскизность материалов («информационные полуфабрикаты»); краткосрочность актуальности информации, беспристрастность подачи, хаотичность в выборе языковых средств и др. Но вопросы, как написать/отредактировать материал для информагентства, в чем суть работы и как трансформируются первичные источники информации, интересуют многих: студентов, редакторов, блогеров, журналистов-практиков. В этой связи, функционирование информационных сообщений, содержательная и формальные части, а также стилистические недочеты текстов современных новостных агентств представляют научный интерес.

Предмет исследования – содержание и лингвистические особенности текстов информационных сообщений.

Цель исследования: изучение тенденций модификации текстов информационных порталов и реформирования редакторских институций в аспекте фрейминга.

Задачи: изучить контент и лингвистику текстов информагентств, рассмотреть специфику написания и редактирования ин-

формационных сообщений, проанализировать научный опыт обработки текстов информагентств и практические кейсы.

Методы: контент-анализ, дискурс-наблюдение, семантический, сравнительный и лингвостилистический анализы.

Современные интернет-СМИ предлагают аудитории креолизованный текст, включающий вербальные, невербальные, изобразительные средства передачи информации. Все компоненты связаны на содержательном, содержательно-композиционном и содержательно-языковом уровнях. С одной стороны, Интернет и digital дают возможность расширить технический арсенал журналистики. С другой – аудитория уже не согласна воспринимать информацию без инноваций. В итоге: дружным оркестром нас развлекают фотографии, цитаты, анимации, яркая инфографика, лонгриды, сторителлинг и другое.

На первый взгляд, исключение составляют тексты информагентств, которые отвечают только за лаконичность, грамотность и адекватность первоисточнику. Научно-техническая революция не внесла особых изменений. И требования те же: оперативность, точность, лапидарность. Однако, по наблюдениям современных ученых, информационные агентства как основной нерв медиасистемы подверглись воздействию новой стадии технологической модернизации (переход от IT к GT), что повлекло за собой изменение структуры, функций, задач, диверсификации информационного продукта в целом. Сформировался новый облик и методы работы информагентств. Расширилась структура, в нее вошли группы, представляющие электронные и печатные СМИ, экспертно-аналитические отделы по реализации интернет и аудиовизуальной продукции, рекламные и PR-службы. По мнению зарубежных исследователей, сайты агентств на

сегодня – самый востребованный и посещаемый интернет-ресурс. Новое направление в работе – это контент на платформе социальных сетей [1].

Материал и методы. Научная методология

Основной материал для статьи составляют тексты информагентств *Zakon.kz*, *Казинформ*, *Sputnik Казахстан*, *Nur.kz*, *Tengrinews.kz*, *Kazakhstan Today* и др., труды зарубежных и отечественных ученых, занимающихся данной тематикой и проблематикой. На данный момент информагентства – это один из главных источников новостей, который требует анализа, изучения и обоснования методической базы редактирования.

Развитие новых технологий и значимость роли информации в современном мире отводят материалу данной статьи и методам текстового анализа особое место. В структуру анализа входят: единицы текста, модели и сфера предназначения, коммуникативная ситуация. Определимся, что понимать под лингвостилистической единицей текста. Это, как правило, формы лингвистического описания языка: морфема, фонема, лексема, предложение, высказывание, словосочетание и др. Интересны в рамках данной статьи психолингвистические единицы текста: фреймы, концепты, пропозиции и др. В научной методологии анализа текста выделяют цепочку: субъект (создание текста, контекст, мотивы), текст (содержание, отражаемая ситуация, искажения, ошибки и т.д.) и адресат (произведенный эффект, возможные интерпретации, уровень знаний, мотивация и т.д.).

При обработке данных для исследования несколько методов объединяются в единую методику экспертизы текстов информационных сообщений. Методологической базой данного исследования являются современные теории в сферах языкоznания, теории текста, журналистики, коммуникативистики, информационных технологий, социологии и психологии. Для реализации поставленной цели применялись общенаучные методы систематизации, классификаций, сравнений; использовались эмпирические методы экспертных оценок.

Обзор литературы

Ранее исследователи предлагали рассматривать сообщения информагентств в качестве особой разновидности текстовых информационных материалов СМИ [2]. То есть, тексты, по мнению ученых, представляли собой информационный сырьец, «полуфабрикат» для

создания полноценной информации, приобретающей необходимые качества в процессе доработки. Основные принципы создания и редактирования новостной информации изложены в фундаментальных трудах Я.С. Воскобойникова и В.К. Юрьева [3], В.М. Горохова [4], А.А. Грабельникова [5], Я.Н. Засурского [6], В.И. Здоровеги [7], Р.Коппервуда и Р.П. Нельсона [8], Г.В. Лазутиной [9], В.Л. Музыканта [10], Малькольма Ф. Мэллетта [11], К.М. Накоряковой [12] и других.

Новые исследования фиксируют инновационные формы и признаки информационных сообщений агентств, наделяя их большей самостоятельностью, законченностью, психолингвистической составляющей, фрейминговыми задачами.

Исследователь Г.В. Вирен, например, вводит ряд новых критериев отбора новостей: «критерий учета приоритетов актуального информационного пространства, то есть правило усиления внимания информагентств к тем темам, которые в данный момент наиболее востребованы другими СМИ, то есть подписчиками; критерий мультиадресности, которые означает отбор информации с учётом интересов каждой из самых разных групп подписчиков агентства» [13].

Эсперанса Бельса из университета Барселоны считает, что глобальные агентства новостей сыграли важную роль в создании тех условий, которые сделали глобализацию возможной [14], таким образом наделяя информагентства определенной властью. Ученый из Гарвардской школы бизнеса Хейди Дж. С. Творек упоминает Отчет Би-би-си в 2015 году, в котором корпорацию назвали «послом ценностей Великобритании и мировым агентом мягкой силы» [15].

Американский ученый Крис Патерсон (Department of Media Studies University of San Francisco) указывает на глобальное управление новостями, что, в конечном итоге, приводит к усилению контроля над международной «общественной сферой». Крис Патерсон пишет: «... На момент написания этой статьи, тысячи средств массовой информации со всего мира, вместо того, чтобы делать оригинальные отчеты о случайных массовых историях – например, о войне, в вопросе освещения международных событий отдают приоритет исключительно информационным агентствам. Это верно для всех СМИ, включая телевидение, радио, печать и Интернет» [16].

Технологические новшества также меняют информационную сферу. Кристофф Гриснер

(Оксфордский университет) обращает наше внимание на тот факт, что новостным агентствам необходимо подготовится к конструктивным изменениям в новейшей истории распространения информации: «Цифровизация не только принесла новые возможности охвата аудитории, а также клиентов по всему мира, но фактически изменила способ общения людей и взаимодействия друг с другом. Это означает, что для распространения новостей приходится сталкиваться с новой средой: читателями, слушателями и зрителями, которые уже не являются пассивными потребителями, но фактически взаимодействуют с источниками новостей и играют ведущую роль в формировании того, как будет выглядеть новостной бизнес будущего. И важнейший ключ к этой новой игре – социальные медиа» [17]. Известная английская журналистка, исследователь центра средств массовой информации GoldsmithsLeverhulme, Анджела Филлипс отметила следующее: «Раньше двумя составляющими «хорошой» журналистики считались скорость и качество. Теперь появилась третья: коммуникабельность. Уже недостаточно быть «первым с новостями», не достаточно быть вездесущим и правдивым. В настоящее время все чаще считается необходимым производить новость в форме, которая способна распространять вирусно» [18].

Таким образом, как мы видим, новостная журналистика не только меняется, сообразно новым технологиям, но и активно вовлекается в экономические и политические мировые процессы.

Большинство источников определяют информационный текст как «текст, предназначенный для фактов и информации» [19]. Информагентства как структуры изначально были созданы для обслуживания средств массовой коммуникации: печатных изданий, телерадиокомпаний, государственных и коммерческих новостных структур. Классическое определение звучит так: «Информационные агентства называют *своебразным банком для СМИ*, представляющим собой систему телеграфных агентств печати и аудиовизуальной информации, пресс-центров и отделов по связям с общественностью различных организаций, которые собирают, обрабатывают информацию и снабжают ею печатные и электронные СМИ. Главными читателями информационных «лент» называют профессиональных журналистов и аналитиков» [20]. На современном этапе, как уже отмечалось авторами статьи, прослеживается тенденция к

трансформации информационных агентств в полноценные журналистские источники новостей. Не случайно примечание, сопровождающее информационные блоки: «Любое использование материалов допускается только при наличии гиперссылки на информационные агентства», содержит в себе не только требование обязательной авторизации, но и своеобразную сертификацию авторского права на текст и информацию.

Сегодня многие эксперты отмечают активное внедрение роботизированной и автоматизированной журналистики [21] в практику информационного обеспечения. Так, в статье М. Кастельса, М. Паркса и Б. Ван дер Хаак «Будущее журналистики: сетевая журналистика» (2016) упоминаются программные роботы-краулеры, способные распознавать и извлекать из информационного потока Интернета данные для пресс-релизов и новостей из различных источников. Такие программы способны создавать, переписывать, переупаковывать и распространять новости с помощью технологий «семантического веба». Авторы статьи, которая была опубликована в оригинальном варианте в 2012 г. и переведена на русский язык в 2016 г., предсказывают, что в скором будущем в автоматизированной журналистике «будет усиливаться компонент интерпретации, анализа и качественного рассказа» (Кастельс, Паркс, Ван дер Хаак, 2016: 288).

В статье Грэга Ватри «Четвертая индустриальная революция и роботожурналистика» (2016) объясняется, каким образом внедряется роботизированное производство новостей в информационном агентстве *AssociatedPress*. Автоматическая система, используемая агентством в 2015 г., была способна выпускать 3000 заметок в течение четверти часа, а уже в 2016 г. скорость создания возросла до 2000 заметок в секунду [13].

На фоне происходящих перемен развивается и отечественный информационный рынок. В Казахстане работают около 36 агентств. Наиболее популярные из них: *Tengrinews*, *Nur.kz*, *Казинформ*, *Zakon.kz*, *zona.kz*, *Kazakhstan Today*, *Sputnik Казахстан*, *Azattyq*, *Bnews*, *Caspio Net*, *Власть.Kz*, *24.KZ* и др.

Новостную информацию распространяют также интернет-сайты: *Akorda.kz*, *Government.kz*, *Parlam.kz*, *Stat.kz*, *Election.kz*, *Forbes.kz*, *Mizinov.net*, *Nomad.su*, *Kompromat.kz*, *Kub.kz*, *Zhakiyanov.info*, *Tuyakbai.info*, *time.kz*, *respublika.kz*, *Kazpravda.kz*, *Liter.kz*, *freeas.org*, *Akzholy*

party.kz, Asar.kz, dpkakzhol.kz, sayasat.kz, 001.kz, apn.kz, eurasia.org.ru, Asar.kz, gazeta.kz.

Данное исследование структурировано по двум направлениям: редакторский сегмент (лингвостилистика) и фреймовый подход (психолингвистика). Ввиду объемности темы в рамках данной статьи мы сконцентрируемся на первом направлении и изучим лингвостилистический и семантический контент отечественных информагентств.

Результаты и обсуждение

Авторы данной статьи провели анализ 1237 текстов ряда информационных агентств Казахстана за период с марта по октябрь 2017 года. Выбор текстов имел рандомный характер, учитывался контент и лингвостилистика информационных сайтов агентств.

Выводы. Большинство агентств стремятся давать эксклюзивную, оригинальную отечественную информацию, реже используются ссылки на зарубежные источники, которые, как правило, выкладывают информацию, вызывающую удивление, шок.

Например, сообщение от 31 октября 2017 года: У 57-летней женщины в носу вырос зуб. 57-летняя китаянка, десятилетиями страдавшая от постоянных носовых кровотечений, выяснила, что все это время в ее носу рос зуб, сообщает NUR.KZ со ссылкой на Daily Mail.

Все перечисленные агентства предоставляют информацию по разным направлениям: политика, экономика, культура, криминальные новости, спорт и развлечения. Превалируют материалы политического характера, информация о чрезвычайных происшествиях; меньший процент занимает спортивная и культурная информация. Жанры, характерные для ленты новостей информагентств: заметки, реплики, корреспонденции, информационное интервью и информационный отчет, сравнительно редко репортаж. Аналитика приближена к нулю, чередуются «мягкая» и «жесткая» информация. Контент новостей обновляется через каждые 6 часов (ежедневно), представлена актуальная информация. Сайты состоят из разделов, которые, в свою очередь, подразделяются на рубрики, всегда можно увидеть во сколько была залита новость, как правило, сопровождающаяся фотографиями, также имеются видеообзоры.

Развёртывание сути информационного сообщения строится по схожей (стандартной) логической схеме, которая включает тезис (основная мысль) и аргументы (доказательства,

примеры, иллюстрации, подтверждающие тезис автора). Композиция информационных текстов характеризуется по уровням: макрокомпозиции (первичном делении сообщений по тематическим обобщениям), средней композиции (выборе главного новостного факта, распределении информации по хедлайну, лиду и корпусу), микрокомпозиции (построении отдельных компонентов – хедлайна и т.д.) [22]. Структура текста может быть линейной (информация излагается последовательно, по порядку), параллельной (начало и конец подряд), пирамidalной (изложение идет от главного к второстепенному).

Зона ответственности редактора такого рода сообщений – определение важности, значимости новости; надежности источника информации; правильности написания должности, имен и фамилий, упоминаемых в материале. В идеале каждое уважающее себя информационное агентство должно разработать инструкцию по подготовке сообщений.

Если говорить о предлагаемой схеме работы редактора над полученным материалом, то можно представить ее следующим образом: прочитать сообщение, решить, в каких редакторских изменениях оно нуждается: лексико-грамматическая, фактическая, композиционная, логическая, стилистическая правка..., применяемая для повышения информативности текста; соотношение, соразмерность, взаимоисключаемость заголовка, лида, корпуса текста, фото и изображений, роль ключевых слов, шрифта (мелкий, крупный); есть ли ссылки и цитаты, как оформлены; если есть повтор, то это должно быть содержательно и стилистически оправданно. Далее, необходимо рассмотреть, годится ли текст для публикации в данном формате. Затем, непосредственная правка: сокращение, обработка, переделка. Владение техникой «аннулирования» при искажении информации.

На этом основная работа над информационной заметкой завершается, материал считают отредактированным, его можно будет легко найти в потоке новостей и использовать. Редактирование стиля как индивидуальной особенности речи корреспондента в условиях оперативной подачи информации не рассматривается в качестве первоочередной задачи редактора.

Информационные агентства всего мира конкурируют за право быть первыми, счет идет на секунды, действовать надо быстро, в срок, без суеты. Достоверность фактов, точность, полнота информации, оперативный стиль и доступность восприятия – три кита, на которых строится

информационное сообщение. Цифровые технологии изменили суть и методы работы новостных агентств, подтвердив главную заповедь работы: «информационное агентство – это завод, а не мастерская» [23].

Изучение контента текстов информагентств выявило нарушения композиционного и структурного характера. Например, логическое построение по принципу «перевернутой пирамиды» предполагает отсутствие повторений, кольцевой или замкнутой композиции. В тексте news.nur.kz от 28.10.17, 09:23, заголовок и лид фактически дублируют новость:

Заголовок – «Фильм о захвативших мир кыргызах-инопланетянах сняли японцы»

Лид – Японский режиссер Джунни Окабе снял фантастический фильм, в котором представил жителей Кыргызстана инопланетянами, захватившими мир, сообщает NUR.KZ со ссылкой на Hollywood reporter.

Информация снабжена большой фотографией, это распространённая практика сегодня. Однако журналисты забывают, что иллюстрация в данном случае занимает большое пространство на мониторе компьютера, тем более мобильного телефона или планшета. И не каждый читатель станет просматривать страницу дальше, если его не заинтересовал заголовок или уже все понятно из названия. Журналисту информагентства необходимо в четырех абзацах назвать самое интересное и важное, что он собрал по данной теме. Но сделать это грамотно и профессионально.

Понятие «новости» должно быть единым для корреспондентов информагентств. «Новость – это сообщение о каком-либо событии или явлении, имеющим значение для аудитории агентства, о котором было неизвестно раньше. Новость всегда отвечает на вопрос – что произошло или что произойдет» [22]. Современные исследователи, рассматривая продукцию информагентств как единое целое, вводят в систему принципов понятие «внеконтекстовая сбалансированность», которая играет значимую роль в обеспечении объективности, неангажированности агентств. Речь идет о присутствии во всём массиве информационных сообщений различных точек зрения на то или иное событие, об обеспечении плюрализма [13]. Не случайно, в теории закреплены понятия «онтологический и превентивный факт», «факт-событие», «факт-высказывание» и др.

Общепризнано, что при лингвостилистической обработке материалов сотрудники агентств используют методы быстрой правки, обращая

внимание преимущественно на грамматические ошибки и недостатки композиции. Это продиктовано оперативностью и скоростью подготовки. «...Ленту экономической информации агентства «Интерфакс» формируют шесть редакторов, работающих по трое в две смены с 8 утра до 21 часа вечера. В день на этой ленте оказывается до пятисот сообщений. Разделим 500 сообщений на 13 часов и получим 39 в час. Разделим на три – получим 13 на человека. То есть на обработку одного сообщения у редактора есть около четырех минут. Заметим здесь же, что на создание некоторых сообщений (молний) у журналистов есть считанные секунды» [22]. Часто такая правка искажает смысл. По этой причине интерес к автоматизированным редакторам все возрастает.

К работе над фактическим материалом обращаются все реже, сегодня эта правка приобретает технический характер, развивается в рамках «фактчекинга» – процедуры проверки определенных высказываний на соответствие сути высказываний самим фактам [24]. Разработаны программы и приложения, которые помогают читателям проверять достоверность контента в сети [25].

Приведем несколько примеров информационных сообщений с наиболее распространенными ошибками. Как показывает анализ, это, в основном, смысловые, логические нарушения, что в конечном итоге влияет на весь контент. Неопределенность, расплывчатость, неясность изложения (нарушение закона тождества); придуманные «красивости» и сравнения, не соответствующие фактам (нарушение закона противоречия); ошибки в употреблении времен, рождающие логические неувязки (парадоксы); неудачный выбор языковых средств.

Рассмотрим хедайн заметки агентства Казинформ за 12 марта 2017 года: «За что наказывают учителей, разъяснил глава МОН РК».

Цитата: Министр образования и науки Казахстана Ерлан Сагадиев, отвечая на поступивший в блог-платформу министров вопрос, пояснил, в каких случаях увольняют учителей, передает корреспондент МИА «Казинформ». Индира Исекакова рассказала министру, что педагог в рабочее время устроил скандал на рабочем месте... /Конец цитаты/ [26].

При первом прочтении создается впечатление полной бессмыслицы. Первое и второе предложение кажутся несвязанными. После некоторого напряжения мысли и дальнейших

разъяснений понимаешь, что Индира Исакова и есть человек, задавший вопрос министру. Нарушена главная установка таких материалов – текст должен быть ясным и точным, пониматься сразу без оговорок и домыслов, однозначно всеми адресатами (реципиентами).

Информационное сообщение Tengrinews.kz от 13 октября 2017 года звучит так: «50 обманутых девушки: Подозреваемого в мошенничестве задержали в Алматы». В Алматы задержали подозреваемого в совершении целого ряда преступлений: многоэпизодные мошенничества, разбойное нападение, совершение наезда со смертельным исходом [27].

Многообещающий, интригующий заголовок, но дальнейшего раскрытия заявленных тем не происходит. Материал написан расплывчато, нет аргументов, пояснений: откуда взялись 50 девушек (ради красного словца?)

Следующее сообщение этого же информагентства от 14 октября 2017 года: ЦИК РК отказался наблюдать за выборами в Кыргызстане из-за высказываний Атамбаева. Член Центризбиркома РК Марат Сарсембаев отказался наблюдать за выборами в Кыргызстане из-за высказываний Атамбаева, передает корреспондент Tengrinews.kz. Противоречие засталось между заголовком и лицом. То ли весь избирательный комитет отказался от наблюдения, то ли один член ЦИК?

Материал агентства Sputnik от 24 августа 2017 года тоже вызывает недоумение: «В стране намерены изменить уголовный процесс. Казахстанцев будут предупреждать о том, что в отношении них в ходе расследования проводились негласные следственные действия, например, прослушивание телефонных разговоров, сообщил судья Верховного суда Казахстана Ербол Рахимбеков [28]. Ошибка возникает из-за неправильного употребления временной связи: словосочетание «будут предупреждать» относится к будущему времени, а словосочетание «проводились следствия» – к прошедшему. Будущее время предполагает заблаговременное предупреждение о прослушивании, но из текста следует, что сначала вас прослушивают, а потом предупреждают. Читатель не может понять текст однозначно. Из дальнейшего контента также не ясно, кого и когда должны предупреждать о проведении негласных следственных действий.

То же агентство 13 октября 2017 года публикует следующую информацию: Глава Казахстана Нурсултан Назарбаев отметил жест

Владимира Путина, который стал общаться с предпринимателями из Германии на русском языке [29]. В противоборство вступили «жест» как средство невербальной коммуникации и «язык» – вербальной. Использование неудачной лексемы придало комичность информации.

Заголовок и лицо материала агентства Nur.kz от 24 апреля 2017 года о новоявленном Остапе Бендере переворачивают наше представление об информационном тексте. Что хотел сказать корреспондент? О чем информация? Где информационный повод? Почему мужчина разгуливал с такой впечатляющей суммой? Ответов в тексте нет. Итак, цитата: «В Алматы банды напала на главу стройкомпании, ограбив его на 35 млн тенге. Они отобрали у него портфель с деньгами. В Алматы произошло дерзкое нападение группы лиц на директора одной из строительных компаний... Сотрудники прокуратуры советуют горожанам быть бдительными и осторожными в обращении с личным имуществом и денежными средствами [30].

Материалы всех рассматриваемых агентств отличаются стилистической электрикой, смешением элементов жанровых форм, разговорной и книжной лексики. Можно говорить только о предпочтениях, отдаваемых агентствами тому или иному стилю.

Основными для материалов казахстанских агентств являются официально-деловой и газетно-публицистический стили. Как считают специалисты, необходимость в лингвостилистической правке материалов ленты новостей должна быть сведена к минимуму. Для этого следует выработать единые требования к тексту, которыми обязаны руководствоваться и корреспондент, и редактор. Требования, сформулированные в хрестоматийных учебниках, предлагают следующее:

в каждом материале должен быть один и только один главный новостной факт;

структура материала должна соответствовать принципу «перевернутой пирамиды»;

обязательные элементы структуры должны быть предложены корреспондентом уже во «входе» материала;

корреспонденту следует удалить из материала всю информацию, не относящуюся к главному новостному факту;

в тексте должны быть все необходимые ссылки на источники информации.

К редактору должен поступать не полуфабрикат, а конечный продукт [31].

Заключение, выводы

На данном этапе современные информационные агентства Казахстана представляют собой палитру разнообразных подходов и методов информационной деятельности. Находясь в центре медиасистемы, агентства активно развиваются, стремясь расширить имеющиеся платформы и возможности. Соответственно, меняется и специфика работы корреспондента информагентства, редактора новостей. Появляются новые специализации: контент-коуч, продюсер новостей, верификатор информации, редактор социальных сетей.

Каждое агентство пытается найти свою нишу, создать свою стратегию, таргетировать аудиторию, определиться со специализацией и максимально учесть потребности своего потребителя. Важно при этом усиливать достоверность и надежность информации. К сожалению, в Казахстане не все агентства могут похвастаться высококвалифицированным штатом работников и качеством информационного продукта. «Казинформ», «Zakon.kz»,

«Интерфакс-Казахстан» составляют приятное исключение. Причины кроются в общем падении уровня грамотности, слабой языковой подготовке, как следствие, невозможности заново осваивать языковые нормы и стили в рамках вузовской программы факультета журналистики. Порой специалистам новостей не хватает опыта, времени, навыков. В итоге, мы имеем низкокачественный рынок информации, который в скором будущем не сможет конкурировать с социальными сетями и зарубежными аналогами.

Рассмотрение текстов информагентств в ракурсе лингвистики (коммуникационная ситуация, цель и функции, жанры, структурно-языковая организация текстов) позволяет сделать вывод о низком уровне языковой компетентности журналистов ряда изданий. И если исследователи зарубежных медиа предлагают обратиться к фактчекингу, усилить плюралистичность подходов, минимизировать PR-составляющую новостей, то нам приходится обращать внимание на элементарную грамотность и адекватность некоторых текстов информагентств.

Литература

- 1 Павлушкина Н.А. Медиатексты в информационной прессе: категория релевантности: сборник статей. – М., 2010.
- 2 Лашук О.Р. Редактирование информационных сообщений: учебное пособие. – М., 2004.
- 3 Воскобойников Я.С., Юрьев В.К. Журналист и информация. Профессиональный опыт западной прессы. – М., 1993.
- 4 Горюхов В.М. Основы журналистского мастерства. – М., 1984.
- 5 Грабельников А.А. Организация и производство журналистских текстов. – М., 1987.
- 6 Засурский Я.Н. Основные понятия теории журналистики. – М., 1993.
- 7 Здоровега В.И. В мастерской публициста. – Киев, 1966.
- 8 Копперруд Р., Нельсон Р.П. Как преподносить новости. – М., 1998.
- 9 Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. – М., 2000.
- 10 Музыкант В.Л., Трофимова Г.Н. Работа журналиста в газете. – М., 1994.
- 11 Мэллэт, Мальcolm Ф. Справочник для журналистов Центральной и Восточной Европы. – М., 1993.
- 12 Накорякова К.М. Литературное редактирование материалов массовой информации. – М., 2002.
- 13 Вирен Г.В. Принципы создания новостных текстов в российских информационных агентствах. Автореферат. М. 2011. <http://www.disscat.com/>
- 14 Esperança Bielsa. The pivotal role of news agencies in the context of globalization: A historical approach. [Электронный ресурс. Обращение 27.10.2017] https://www.researchgate.net/publication/229447828_The_pivotal_role_of_news_agencies_in_the_context_of_globalization_A_historical_approach
- 15 Heidi J. S. TworekPoliticalandEconomicNewsintheAgeofMultinationals, Гарвард, США, 2015 [Электронный ресурс. Обращение 23.09.2017] https://www.researchgate.net/profile/Heidi_Tworek/publication/282551657_Political_and_Economic_News_in_the_Age_of_Multinationals
- 16 ChrisPaterson. Prospectsfor a DemocraticInformationSociety: TheNewsAgencyStrangleholdonGlobalPoliticalDiscourse, London, 2003 [Электронный ресурс. Обращение 18.08.2017] <http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EMTEL/Conference/papers/Paterson.pdf>
- 17 ChristophGriessnerNewsagenciesandsocialmedia: a relationshipwith a future? [Электронный ресурс. Обращение 7.09.2017] <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/news-agencies-and-social-media>
- 18 AngelaPhillips, Sociability, SpeedandQualityintheChangingNewsEnvironment, inJournalismPractice, <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2012.689476>, 10th November 2012
- 19 Информационный текст: universal_ru_de.academic.ru/
- 20 Особенности материалов информационных агентств. lektzia.com/7x7db2.html
- 21 Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М., 2000. Режим доступа http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/index.php
- 22 Погорельский Ю.А. Информационное агентство: стиль оперативных сообщений. М., 2001.
- 23 Филимонов М.Г. <http://www.mediajobs.ru/media/519>

- 24 Фактчекинг... Что это такое? <https://professional.ru/Soobschestva/biznes-klub/faktcheking-chto-eto-takoe/>
- 25 Фактчекинг: компьютерный подход | mediakritika.bymediakritika.by/article/2800/...
- 26 За что наказывают учителей, разъяснил глава МОН РК inform.kz http://www.inform.kz/ru/za-chto-nakazyvayut-uchiteley-raz-yasnil-glava-mon-rk_a3007076
- 27 50 обманутых девушек: Подозреваемого в мошенничестве задержали в Алматы. <https://tengrinesnews.kz/crime/50-obmanutyih-devushek-podozrevaemogo-moshennichestve-328589/>
- 28 В стране намерены изменить уголовный процесс <https://ru.sputniknews.kz/society/20170824/3073887/kazahstancev-budut-preduprezhdat-o-provedennoj-telefonnoj-proslushke.html>
- 29 Нурсултан Назарбаев поблагодарил Владимира Путина за общение на русском с германскими бизнесменами. <https://ru.sputniknews.kz/politics/20171013/3481205/nazarbaev-poblagodaril-putina-za-obshchenie-na-russkom.html>
- 30 В Алматы банда напала на главу стройкомпании, ограбив его на 35 млн тенге. <https://www.nur.kz/1474610-v-almaty-banda-napala-na-glavu-stroyko.html>
- 31 Лашук О. Р. Принципы и приемы редактирования материалов информационных агентств: На примере сообщений ИТАР-ТАСС, РИА «Новости», Интерфакс. – М., 2003. <http://www.dissercat.com/content/printspipy-i-priemy-redaktirovaniya-materialov-informatsionnykh-agentstv-na-primere-soobshche>

References

1. Pavluskina N.A. Mediateksty v informacionnoj presse: kategorija relevantnosti: sbornik statej. – M., 2010.
2. Lashhuk O.R. Redaktirovanie informacionnyh soobshhenij: uchebnoe posobie. – M., 2004.
3. Voskobojnikov Ja.S., Jur'ev V.K. Zhurnalist i informacija. Professional'nyj opyt zapadnoj pressy. – M., 1993.
4. Gorohov V.M. Osnovy zhurnalistskogo masterstva. – M., 1984.
5. Grabel'nikov A.A. Organizacija i proizvodstvo zhurnalistskih tekstov. – M., 1987.
6. Zasurskij Ja.N. Osnovnye ponjatija teorii zhurnalistiki. – M., 1993.
7. Zdorovega V.I. V masterskoj publicista. – Kiev, 1966.
8. Koppervud R., Nel'son R.P. Kak prepodnosit' novosti. – M., 1998.
9. Lazutina G.V. Osnovy tvorcheskoy dejatel'nosti zhurnalista. – M., 2000.
10. Muzykant V.L., Trofimova G.N. Rabota zhurnalistika v gazete. – M., 1994.
11. Mjellet, Mal'kol'm F. Spravochnik dlja zhurnalistov Central'noj i Vostochnoj Evropy. – M., 1993.
12. Nakorjakova K.M. Literaturnoe redaktirovanie materialov massovoj informacii. – M., 2002.
13. Viren G.V. Principy sozdaniya novostnyh tekstov v rossijskikh informacionnyh agentstvah. Avtoreferat. M. 2011. <http://www.dissercat.com/>
14. Esperança Bielsa. The pivotal role of news agencies in the context of globalization: A historical approach. [Jelektronnyj resurs. Obrashhenie 27.10.2017] https://www.researchgate.net/publication/229447828_The_pivotal_role_of_news_agencies_in_the_context_of_globalization_A_historical_approach
15. Heidi J. S. TworekPoliticalandEconomicNewsintheAgeofMultinationals, Garvard, SShA, 2015 [Jelektronnyj resurs. Obrashhenie 23.09.2017] https://www.researchgate.net/profile/Heidi_Tworek/publication/282551657_Political_and_Economic_News_in_the_Age_of_Multinationals
16. ChrisPaterson. Prospects for a Democratic Information Society: The News Agency Stranglehold on Global Political Discourse, London, 2003 [Jelektronnyj resurs. Obrashhenie 18.08.2017] <http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EMTEL/Conference/papers/Paterson.pdf>
17. ChristophGriessnerNewsagenciesandsocialmedia: a relationship with a future? [Jelektronnyj resurs. Obrashhenie 7.09.2017] <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/news-agencies-and-social-media>
18. AngelaPhillips, Sociability, Speed and Quality in the Changing News Environment, in Journalism Practice, <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2012.689476>, 10th November 2012
19. Informacionnyj tekst. universal_ru_de.academic.ru/
20. Osobennosti materialov informacionnyh agentstv. lektzia.com/7x7db2.html
21. Kastel's M. Informacionnaja jepoha: jekonomika, obshhestvo i kul'tura. – M., 2000. Rezhim dostupa http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/index.php
22. Pogorelyj Ju.A. Informacionnoe agentstvo: stil' operativnyh soobshhenij. M., 2001.
23. Filimonov M.G. <http://www.mediajobs.ru/media/519>
24. Faktcheking... Chto jeto takoe? <https://professional.ru/Soobschestva/biznes-klub/faktcheking-chto-eto-takoe/>
25. Faktcheking: kompjuternyyj podhod | mediakritika.bymediakritika.by/article/2800/...
26. Za chto nakazyvajut uchitelej, raz#jasnil glava MON RK inform.kz http://www.inform.kz/ru/za-chto-nakazyvayut-uchiteley-raz-yasnil-glava-mon-rk_a3007076
27. 50 obmanutih devushek: Podozrevaemogo v moshennichestve zaderzhali v Almaty. <https://tengrinesnews.kz/crime/50-obmanutyih-devushek-podozrevaemogo-moshennichestve-328589/>
28. V strane namereny izmenit' ugolovnyj process <https://ru.sputniknews.kz/society/20170824/3073887/kazahstancev-budut-preduprezhdat-o-provedennoj-telefonnoj-proslushke.html>
29. Nursultan Nazarbaev poblagodaril Vladimiira Putina za obshhenie na russkom s germaneskimi biznesmenami. <https://ru.sputniknews.kz/politics/20171013/3481205/nazarbaev-poblagodaril-putina-za-obshchenie-na-russkom.html>
30. V Almaty banda napala na glavu strojkompanii, ograbiv ego na 35 mln tenge. <https://www.nur.kz/1474610-v-almaty-banda-napala-na-glavu-stroyko.html>
31. Lashhuk O. R. Principy i priemy redaktirovaniya materialov informacionnyh agentstv: Na primere soobshhenij ITAR-TASS, RIA «Novosti», Interfaks. – M., 2003. <http://www.dissercat.com/content/printspipy-i-priemy-redaktirovaniya-materialov-informatsionnykh-agentstv-na-primere-soobshche>

R.S. Zhaxylykbayeva

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,
e-mail: jak-rimma@mail.ru

FAITH IS THE MOST IMPORTANT CRITERION OF CULTURE

Islam is one of the three world religions that arose in the Middle East in the 7th century AD. The Muslim law had a profound impact on the history of development of the state and law of a number of countries. The author in the article considers first of all religion as a set of world views, views and notions for uniting people. The relevance of the study is determined by the trends of modern socio-cultural development, which give rise to an increased interest in the person of Islam, the development of modern philosophical anthropology, and the problems of complex human studies. Based on the level structure of human nature, they distinguish man as the bearer of the historical values of culture. The purpose of this study is the problems of the influence of Islam on the international legal regulation of relations between Islamic countries and the possibility of using its positive potential in the formation of the international legal order in the current conditions of world development.

Key words: MASS MEDIA, newspaper, science, education, culture, Islamic religion, ethics, democratic society.

P.C. Жақсылықбаева

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы,
Алматы қ., e-mail: jak-rimma@mail.ru

Мәдениеттің ең басты критерийі – имандылық

Ислам – VII ғасырдағы Таяу Шығыста пайда болған үш әлемдік діндердің бірі. Мұсылман заңы бірқатар елдердің мемлекет даму тарихы мен заңына әсер етті. Макала авторы, ең алдымен, дінді адамдарды біріктіруге қатысты әлемдік көзқарастар мен түсініктер жиынтығы ретінде қарастырады. Зерттеудің өзектілігі қазіргі заманғы әлеуметтік және мәдени даму үрдістерін анықтай отырып, исламның, қазіргі заманғы философиялық, антропология және адамның жанжақты зерттеу мәселелерін дамытудың көздейді. Осы зерттеудің мақсаты бүгінгі жаһандық, ислам елдерінің халықаралық тәртіпті қалыптастырудың оң әлеуетін пайдалану болып табылады.

Түйін сөздер: БАҚ, газет, ғылым, білім, мәдениет, ислам діні, әдеп, демократиялық қоғам.

P.C. Жаксылықбаева

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы, e-mail: jak-rimma@mail.ru

Мораль – основной критерий культуры

Ислам – одна из трех мировых религий, возникших на Ближнем Востоке в VII в.н.э. Мусульманское право оказало глубокое влияние на историю развития государства и права целого ряда стран. Автор в статье рассматривает в первую очередь религию как совокупность мировоззрений, взглядов и представлений для объединения людей. Актуальность исследования определяется тенденциями современного социокультурного развития, задающими повышенный интерес к человеку ислама, развитием современной философской антропологии и проблемами комплексного изучения человека. Исходя из уровневой структуры природы человека, выделяют человека как носителя исторических ценностей культуры. Целью данного исследования является изучение проблем воздействия ислама на международно-правовое регулирование отношений между исламскими странами и возможности использования его позитивного потенциала в формировании международного правопорядка в современных условиях мирового развития.

Ключевые слова: СМИ, газета, наука, образование, культура, Исламская религия, этика, демократическое общество.

Introduction

Islam is the religion of Almighty Allah, who for more than fourteen centuries has been calling on all of humanity to peace, harmony, patience and purity - religion does not divide people into races and people, nor does it divide them according to their belief. Ever since the religion of Islam has appeared, it has become an inexhaustible source of science, knowledge and culture, and today, the whole world recognizes this. And now it's been twelve and a half centuries since the religion of Islam came to the Kazakh steppe.

The emergence of Islam has a common pattern as in other world religions. The founder of Islam is a very bright historical personality - the Prophet Muhammad (570-632). If we look at the life of our Beloved Prophet Muhammad, we can say that he always spoke with restraint. According to our mother Aisha, our Prophet always spoke slowly, with special restraint. When it was necessary that what he had said should become clearer, he could repeat what he had said several times, and this did not bother him at all (Tirmizi, Manakib, 9). His words were sharp as an arrow of a horn bow, and full of wisdom, and he who heard his words remained under strong impression. The man who heard his words wanted to listen to him again and again. Clean and pleasant speech was very clear. He himself said this: "Among the Arabs, the purest speech I have," then continued, "Because Allah Almighty endowed me with the quality of expressing myself briefly and clearly" [1].

Learning to speak correctly and competently from a young age is one of the best qualities a person can have. Muslims treat this with special responsibility. Because of this in the Holy Quran, it says: "Verily, there are guardians over you-noble scribes who know what you are doing," (Surah "Infitar", verses 10-12), and warns of the existence of two angels, which record every word spoken by a person.

Along with the knowledge of Islam, the hadiths left by the Prophet Muhammad to his community are a great teaching about good and evil, honesty and meanness, conscience and faith, sins and benefactions, and other ethical norms. Here are a few examples: our Prophet said in his hadith: "A true person with a pure heart is considered to be a believer who has a beautiful character" [2]. According to Abu Darda: "Our Prophet said: On the Day of Judgment, there will be nothing heavier in the scale of the believer than his beautiful character. Verily, Allah Almighty does not like foul language" [3]. And he

also said: "Be forgiving, call for goodness and turn away from ignoramuses (that is, do not pay attention to their actions and words)" [4].

Academician V.V. Bartold once said: "The main advantage of Islam is that the Muslim world was ahead of all the educated people of the time, and also that the material values and spiritual culture were on the same level. Islam supports and encourages science. No single principle of Islamic science creates any contradictions, it is a real source of Islamic science, and the French scientist Maurice Bucaille added: "I think that in order to understand and understand the meaning of all the suras of the Quran, one must be an expert in several sciences, a scientist-encyclopaedist and just a brave person." Indeed, according to the Muslim theory, all norms of Muslim law are taken from the Quran and the Sunnah of our Prophet [5].

Main body

A person needs air, fire and water - he also needs culture. The level of development of each person and society, first of all, is measured by culture. The writer Sabit Dosanov says: "The difference in Islam lies in benevolence, kindness and peace. In Islam there are no numerous rituals as in other religions, besides, he does not deny other religions. Believing in Allah, and recognizing Muhammad as the Prophet of Allah, becomes a Muslim. The study of the life and teachings of the Prophet Muhammad, who called for believing in one God, and who remained in history as an "eternal great personality" - that will help us educate a courteous person and create a decent society." In the words that the writer shares, it is very encouraging that the future of such a society will be clear, and the faces of such people will be bright in both worlds [6]. Allah Almighty calls us to find happiness in both worlds and shows in the Quran how to do dua: "... Oh, Our Lord! Give us good in this world and good in the Hereafter!"(Al-Bakara: 201). We, that is, Muslims, should thank Allah for the untold riches with which he has bestowed and should show love for the Creator by serving Him. The great Abai said this in his verse:

You too love God very much,
Who created the love and everything else.

Not only Abai, but also other great scientists and philosophers around the world, who possessed immense knowledge, profound and sensible, recognized Islam. Before writing his famous works, Homer prayed to God, and the German poet Goethe, although he did not shout to the whole world: "I am a Muslim", reflected in his works a positive opinion about the spiritual values of Islam. For example:

"What a foolishness to think about this and that. If Islam is worship of Allah, then we must remain in it ... "[7].

The famous Russian writer Lev Tolstoy, exalting Islam, said: "The ultimate authority of any reasonable person is Islam," as it is known that he corresponded with the Kazakh poet Shakarim Kudaiberdiyev. According to the memories of the wife of the Russian writer I.A. Bunin, the well-known writer spoke of the Quran in this way: "I was very much surprised by the Koran. Before and after, I never met such a perfect work. For a whole month I could not write anything, I lived among an amazing people, and I read this sacred book ..." [8].

Good and evil are measured by the actions of a person, moral qualities emerge from these actions, and we can understand what is humanity. Man's acquisition of his own happiness is the improvement of the relationship with society and the ability to fully find his place in it. Here one can note the saying of Shakarim, where he says: "A person will become happy only when he fully knows what humanity is, and will change himself and his character according to the concept of humanity [9]. Humanity is closely connected with the customs and traditions of the people.

One of the foundations of the ethical norms of the Kazakh people is the religion of Islam. Because the Islamic worldview and Kazakh life are very similar. The priceless ethical principles of our people harmonize with the hadith of the religion of Islam. For example, our Prophet (peace and blessing of speech) said in one of the hadiths about human rights: "Do not look at anyone with eyes bulging, if you are calm like a smooth surface, your good wish will not disappear anywhere, an honest man will show a gentle character". In these words we can notice an educational instruction that is associated with the words-prohibitions of our people. The Kazakhs, like other people, have a lot of prohibition laws. For example, such prohibitions as do not step on bread, do not step on the salt, do not cross the road to the elder, do not hit the animal on the head, do not swing the empty cradle, do not whistle in the house, etc. are designed to preserve our culture and decency. At the same time, it should be noted the relevant words of the chairman of the Spiritual Administration of Muslims of Kazakhstan, chief mufti Yerzhan-kazy Malgazhyuly: "Language and culture, as well as religion, which is their basis, contribute to the preservation of each nation. We are not in the least mistaken if we say that the spiritual wealth of the Kazakh people, which is an ethnographic heritage that has been preserved for centuries, is based on the religion of Islam" [10].

The article of journalist Yergazy Asembekuly entitled "Contentment", published in the newspaper "Egemen Kazakhstan" (January 6, 2006) gives a lot to write for the contemplation of our current youth and now one can be convinced of the strengthening of faith in Islam. The author gives the following as an example: "This case was a very long time ago. In the last century, on the eve of a terrible war, a woman lived in the village of Karasaz, where the poet Mukagali Makatayev was born, who was nicknamed "God is Good" ("Kuday Zhaksy"). People who knew her real name had not been alive for a long time. She had a very interesting habit: whatever she did, she always said "God is good." All around were atheists, were members of the "Community of atheists", and wore appropriate signs of that society. Her husband's brothers interpreted her words differently, and, apparently, they liked to taunt her. But the old woman did not even listen to what they were saying, but simply continued to say "Good God".

And here came the war. This woman had five sons of strong build. All five went to war. After sending them, she continued her habit. Saying only two words - "God is good", she wished her sons health and well-being. Everyone started receiving the first letters from the front, the so-called "black news". Many people were missing. How can you not praise Allah, if letters from the sons of that woman still came. All of them fought in the center of the fighting. After this terrible war ended, one by one her sons returned - unharmed. Having met with their own mother, relatives and all residents, everyone was surprised that they had no scratch. It's not a fairy tale, it's the truth. "Undoubtedly, all this makes us think.

Conclusion

To summarize, I want to note the words of Elbasy N.A. Nazarbayev about religion: "We must not forget that our family originates from the Turkic people, and our religion is Islam. For this, we must not forget to propagate the sacred book - Quran Karim. Islam, the Holy Quran against all kinds of political struggle. On the contrary, everyone knows that the Quran says "There is no compulsion in religion". As noted in our Constitution, a democratic society is the present and the future of our country. Because the principles of humanity can exist only in a democratic society. Therefore, in the society where the order and upbringing will be observed, there honor and dignity will be at the highest level. Education is the pious foundation of humanity, its spiritual foundation.

References

- 1 Imam Nawawi, Collection of Hadith (riyadus-salihin). – 2012. – P. 271.
- 2 Encyclopedia of Islam and the Muslim World. – 2003. – P. 666.
- 3 Medieval Islamic Civilization: An Encyclopedia. – New York: Routledge, 2006.
- 4 Quran Translated in English, Islamic Books (English). 2007.
- 5 The World's Muslims: Religion, Politics and Society <http://www.pewforum.org/2013/04/30/the-worlds-muslims-religion-politics-society-overview/>
- 6 Dosanov S. A decent man, a decent society// Egemen Kazakhstan newspaper. – 15 December. – 2007.
- 7 Famous people about Islam // Zhas kazakh newspaper, 21 September 2000.
- 8 Kuandykov E., Usmanov K. Religion and Time // Egemen Kazakhstan newspaper, 27 June 2001.
- 9 Shakarim Kudaiberdiyev, "Imanim". 2000 – p. 150.
- 10 Malgazhyuly E. Religion and Traditions - Immunity of Conscientiousness // Dastur. – №4 (29). – 2013 – P. 3.

**M. Zhanabekova¹, G. Maikotova², K. Mergenbaeva³, K. Mamyrova⁴,
N. Saparkhojayeva⁵**

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,
e-mail: magulsim@mail.ru, maykotova.galyiya@gmail.com,
karli78@mail.ru, Mgs1801@mail.ru, nuri1379@mail.ru

A CONTRASTIVE STUDY OF COMPLIMENT RESPONSES IN ENGLISH AND CHINESE

The paper represents a compliment as a special speech act that is broadly used in interpersonal communications. Compliments serve as the tool of the society, which is widely used in interpersonal communication. Under the historical background of economic globalization and during the course of collision and fusion of different cultures, it is undoubtedly being an art to use the responses to compliments. Due to ethnic and cultural difference, different languages have their own cultural characteristics. This paper reveals different responses to compliments in Chinese and English to make a specific study on the different cultural characteristics of the two nationalities. It is beneficial to decrease and avoid the misunderstandings, embarrassment and the confusing situations that may occur in intercultural communications.

Key words: Compliment response, intercultural communication, difference.

**М.А. Жанабекова¹, Г. Майкотова², К. Мергенбаева³,
К. Мамырова⁴, Н. Сапарходжаева⁵**

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
e-mail: magulsim@mail.ru, maykotova.galyiya@gmail.com,
karli78@mail.ru, Mgs1801@mail.ru, nuri1379@mail.ru

Ағылшын және қытай тілдерінде мархабат айтуды салыстырмалы түрде зерттеу

Мақалада қошемет ретінде тұлғааралық, коммуникацияда ерекше қолданылатын сөйлеу актісі ол кеңінен қолданылады. Қошеметтер тұлғааралық қарым-қатынаста қоғамдық құрал ретінде кеңінен қызмет етеді. Тарихи алғышарттары негізінде экономикалық, жаһандану мен әр түрлі мәдениеттер қақтығысы және тоғысында айтылған қошеметке дұрыс жауап беру де өнер болып табылады. Этникалық және мәдени айырмашылықтарына байланысты әр түрлі тілдердің өзіндік мәдени ерекшеліктері болады. Аталмыш мақала қытай және ағылшын тілдерінде айтылған қошеметтерге берілген жауаптардың айырмашылығын екі елдің өздеріне тән түрлі мәдени ерекшеліктерін қарастыра отырып арнайы зерттеуге арналған. Зерттеу мәдениаралық қарым-қатынас барысында түсінбеушілікті болдырмау және жағымсыз жағдайлардың туындауын азайту үшін тиімді.

Түйін сөздер: қошемет жауап, мәдениаралық, коммуникация, ойын-сауық.

**М.А. Жанабекова¹, Г. Майкотова², К. Мергенбаева³,
К. Мамырова⁴, Н. Сапарходжаева⁵**

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Республика Казахстан, г. Алматы,
e-mail: magulsim@mail.ru, maykotova.galyiya@gmail.com,
karli78@mail.ru, Mgs1801@mail.ru, nuri1379@mail.ru

Контрастное исследование ответов на комплименты в английском и китайском языках

В статье рассматривается комплимент как особый речевой акт, который широко используется в межличностной коммуникации. В условиях экономической глобализации и в ходе столкновения и слияния различных культур, несомненно, искусство адекватно отражать ответы на комплименты играет существенную роль. По причине этнических и культурных различий каждый язык имеет свои культурные особенности. Данная статья выявляет различные ответы на комплименты в китайском и английском языках с целью проведения выявления культурных особенностей двух

стран. Исследование носит прагматичный характер для избежания недоразумений, неловкостей и неприятных ситуаций, которые могут возникнуть в акте межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: комплимент, ответ, межкультурная коммуникация, различия.

Introduction

Communicating with speakers of other languages is a complex behavior that requires both linguistic and pragmatic competence. Language is the main method in intercultural communication, while the responses to compliments is one of the most important and complex questions. Due to the difference of ethnic and culture, there are respectively vivid cultural characteristics among different languages. Therefore, it is of great significance to definitely understand and correctly use the compliment responses for intercultural communications.

Politeness is an important concept in everyday interactions, while it has also become increasingly popular as a focus of study in pragmatics and other disciplines in the past few decades. Compliments serves as the lube of the society, which is widely used in interpersonal communication. Being a pairing construction, compliments co-occur on the form of compliment-response to compliment. Using compliments and responses to compliments can make the social communications go on wheels, shorten the distance between each other and it is beneficial to maintain good interpersonal relationships. Under the historical background of economic globalization and the course of the collision a mutual fusion of different culture, it is undoubtedly being an art to use the responses to compliments. Different nationalities and the people with different cultural background use the different responses strategies for the same compliment.

Main part

Brown & Levinson's Face theory (Brown and Levinson 1987), Leech's (Leech 1983, 2003) Politeness Principle and Chinese scholar Gu Yueguo's politeness maxims that are based on the Chinese culture provide the theoretical foundation for compliment response (Gu, 1992).

There are some theoretical foundations for the compliment response study. The definitions of compliment response given by famous scholars are rare. Nelson (1996:411-432) has given a definition of compliment response: "A compliment response is a verbal acknowledgement that the respondent of the compliment heard and react to the compliment" (Nelson, 1996:413). It can be said that compliment response is the first reaction of the complimentee to the complimenter. Compliment response is a kind

of positive politeness strategy which should also mention the politeness principle. Actually, many linguists mention the maxims concerning compliment response in their politeness principles, just as Leech's six maxims and Gu. Yueguo's maxims. Politeness principle can also be observed in complement speech act, especially in the responses to compliments for avoiding face-threatening act (Brown & Levinson, 1978, 95). Then, we are going to explain two famous scholars' theories in detail: Leech (1983)'s six maxims of Principles of Pragmatics (PP) and Gu. Yueguo's maxims (1992, 10-17) Leech (1983, 132) pointed six maxims of the PP as follows:

Tact Maxim. It means minimizing cost to other people and maximizing benefit to other people. That is to say, when one expresses his or her opinion, he or she should decrease the harmful expression to others as far as possible, and say more ideas which can do the most benefit to others.

Generosity Maxim. It means minimizing benefit to self and maximizing cost to self. According to it, one should express less opinion that benefits him and express more opinion that benefits others. Approbation Maxim. It means minimizing praise of self and maximizing praise of other. One should compliment others more instead of detracting others.

Modesty Maxim. It means minimizing praise of self and maximizing dispraise of self. One should praise himself less and dispraise himself more.

Agreement Maxim. It means minimizing disagreement between self and other and maximizing agreement between self and other. Sympathy Maxim. It means minimizing antipathy between self and other and maximizing sympathy between self and other. You have to avoid the emotional conflict as far as possible.

Gu. Yueguo (1992, 10-17) modified and extended Leech's PP and put forward to five maxims on Chinese politeness, which he claimed to be very characteristic and almost unique to Chinese culture. They are as follows:

The Self-denigration an Other-elevation Maxim: It is a special maxim in Chinese. Denigrate and deprecate self in self-referring or referring to things related to self; elevate and respect other in other-referring or referring to things related to other. It is the common situation when Chinese people communicate.

The Address Maxim: To address the interlocutor with an appropriate address term, just as "Mr.",

“Doctor”. The Refinement Maxim: In this case, you have to use refined language, euphemisms to avoid straight-forward talk. For example, though the guest does not like the food, he should also say “thank you for your dinner, I enjoy it”, but not “the food is terrible”. The Agreement Maxim: In order to seek agreement and harmony with interlocutor.

The Virtues-Word-Deeds Maxim: To minimize cost and maximize benefit to other at the motivational level; maximize benefit and minimize cost to self at the expressional level. It is just like Leech’s first and second maxims.

Brown & Levinson’s “face theory” and Leech’s “politeness principle” are enlightening in communication to the languages of teachers and students, among them “Tact Maxim”, “Approbation Maxim”, “sympathy Maxim” with strange profit are particularly important.

Politeness theory is the theory that accounts for the redressing of the affronts to face posed by face-threatening acts to addressees. First formulated in 1978 by Penelope Brown and Stephen Levinson, politeness theory has since expanded academia’s perception of politeness.

Brown and Levinson propose “face” (self-esteem) theory had been explained the politeness phenomenon and the relationship between politeness and “face” in Universals in Language Usage: Politeness Phenomenon (1978). Later they revised the original framework, Politeness: Some Universals in Language Usage in which they give further illustration of the view of politeness. Yet the main idea about politeness phenomenon almost has not been changed. They define “face” as follows: “the public self-image that every member wants to claim for himself” (Brown and Levinson, 2003, 562). In their view, “the face is something that is emotionally invested, and that can be lost, maintained, or enhanced, and must be constantly attended to in interaction” (Brown and Levinson, 2003, 563). The participants in communication all have “face” wants, which are their basic needs. Brown and Levinson also (2003, 563) state “We treat the aspects of face as basic wants, which every member knows every other member desires, and which in general it is in the interests of every other member to partially satisfy”. According to Brown and Levinson, everyone’s face depends on everyone else’s being maintained or enhanced, so the participants should consider each other’s face in communication. “Face” consists of two specific constituents: negative “face” and positive “face”. The former means people want to be approved of praised or complimented; the latter means the

basic claim to freedom of action and freedom from imposition. Brown and Levinson think that some acts by their nature threaten the “face” wants of the speaker or hearer, such as advising, promising, criticizing etc. Complimentary responses are governed by two contradictory conditions that must be met simultaneously, according to Pomerantz.

Agree with the complimenter. Avoid self-praise. While trying to meet one condition, the complimentee will inevitably conflict with the other. A review of previous studies concerning compliment responses.

The researchers just begin to study the topic of compliment responses. The scholars (Pomerantz, 1978; Manes and Wolfson, 1981; Wolfson, 1983) try to analyze the different types of compliment responses as a search for the theories. The empirical studies are limited. The researches in this period make the foundation of the future studies.

Pomerantz is the first researcher who draws attention to the topic of compliment responses. She claimed that in American English the recipient of a compliment faces two conflicting conditions that pose a dilemma when responding to it: (A) agree with the speaker and (B) avoid self-praise. For example, the recipient agrees with the speaker by accepting the compliment (Condition A), it violates Condition B in that the response goes against the speaker’s sociolinguistic expectations. On the other hand, when the recipient does not accept the compliment in order to follow Condition B, the response can be considered far threatening since it violates Condition A. Recipients of compliments use various solutions to mediate this conflict, categorize by Pomerantz as (1) Acceptance, (2) Rejection, and (3) Self-praise Avoidance. Pomerantz analyzed compliment response types and mechanisms for avoiding self-praise.

Builing upon Pomerantz’s idea, Downes (1984) sees a compliment as a supportive action akin to offers, gifts and congratulations, which sequentially imply an acceptance or rejection as second pair part. According to Downes, there is a ‘preferred’ response, namely acceptance, particularly by means of an appreciation token like ‘thank you’. There is an affiliation between acceptance and agreement (assessment action). This means that a compliment can also be accepted through the expression of agreement with its content. This is a secondary way of accepting compliments. Downes also argues that sequentially, if both positive responses occur, they do so in the order, accept and agree. This can be seen from the following example taken from Pomerantz.

Many English learners have known that in English, the right answer to other's praise and compliments is "Thank you", which is different from Chinese self-effecting answer. However, "Thank you" is only one kind of answer; the situation is more complex in real communications. It will discuss the differences between English and Chinese praise and compliments from the sentence patterns of praise language, usage modes and concerned topics, respond and social functions, as well as social causes of cultural differences.

A: Why, it is the loveliest record I have ever heard.

B: Well, thank you.

Because of the affiliation of accept/agree and reject/disagree, just as one can accept through agreement, one can reject a compliment through disagreement with the truth of its content, as shown in the following example:

A: You did a great job cleaning up the house.

B: Well, I guess you have not seen the kids' room

According to Downes, this is the preferred method of rejecting a compliment, because it avoids explicit rejection, which is the dispreferred response to supportive actions. In fact, as owners said, it could be argued that the preference for implicitness in acceptance leads to the preference for explicitness in rejections.

Pomerantz and Downes's studies give an initial analysis of compliment responses. Pomerantz researches compliment responses in the taxonomic way, which gives the implication to the future studies. However, her approach gives no indications of the relative frequency of the various compliment response types. Distributional facts are essential to a satisfying treatment of compliment response behavior, i.e. taxonomy of forms is merely the prerequisite to sociolinguistic analysis.

Results

Herbert (1986 & 1990) gave a three-category, twelve-type taxonomy of compliment response by speakers of American English upon which the present research is conducted. Compliment responses are classified as connoting agreement and non-agreement (Lewandowaka-Tomaszyk, 1989). Compliment responses are divided into three category: agreement, non-agreement and other interpretations. In addition, under each category, there are one or more sub-categories.

A. Agreement

Explicit Acceptance

1) Appreciation tokens

The complimentee accepts the compliment by saying "Thank you", "Thanks" or something like that, or by nodding or smiling.

2) Comment acceptance

The complimentee accepts the compliment and offers a relevant comment on the appreciated topic. For example, "I think so." "I'm glad to hear it."

3) Praise upgrade

The addressee accepts the compliment and asserting that the compliment force needs further upgrading. For example, it can be seen in the answer "Really brings out the blue in my eyes, doesn't it?"

Implicit Acceptance

Sometimes people do not show their acceptance directly, so they show it in an implicit manner. This category consists of Comment History, Return and Reassignment. In Comment History, The force of the compliment is transferred into something or someone else—past time or place that connected with the complimenter. While the force of the compliment goes back to the complimenter in Return and to another person in Reassignment.

4) Comment History

The respondent uses the sub-strategy to offer some background information related to the item praised, which includes statements or comments that either explain why the object of the compliment is good or he/she bought the object of the compliment.

For example:

- a. "What a nice dress."
- b. "I bought it for the trip to Arizona."

5) Return

In this type of response, a compliment is returned with praise, usually similar to, or even more generous than what has been given. The example is as follows:

- a. "You look beautiful in it!"
- b. "So is yours!"

6) Reassignment

When responds to a compliment, the respondent mentions a third party as responsible for the excellence of the object of the compliment. Actually, the respondent is indicating the message that the respondent agrees that the object is indeed good, meanwhile, she or he cannot take credit for it. It's can been seen in the example:

"That's really a great paper!"

"My supervisor gave me a lot of advice."

Non-agreement responses

The strategies that connote non-concurrence to the substance of the compliment belong to Non-agreement category. Indirect rejection. It consists of Downgrade, Question and No acknowledgment.

References

- 1 Brown, Penelope, and Stephen C. Levinson (1987) Politeness: Some universals in language usage. – Cambridge: Cambridge University Press.
- 2 Gu Yueguo. (1992). Pragmatic Politeness and Culture. Foreign Language Teaching and Research. 4, 30-32.
- 3 Herbert, R. K. (1986). Say “Thank you”-or Something. American Speech, 61(1): 76-88
- 4 Herbert & Robert, K. (1990). Sex-based differences in compliment behavior [J]. Language in Society, (19):201-201.
- 5 Herbert, R. (1989). The ethnography of English compliments and compliment responses: A Contrastive Sketch . In W. Olesky (Ed). Contrastive pragmatics. Amsterdam: John Benjamins., 3-35 Leech, Geoffrey (1983) Principles of pragmatics. London: Longman.
- 6 Leech, Geoffrey (2003) Towards an anatomy of politeness in communication. International Journal of Pragmatics XIV: 101-124.
- 7 Levinson, S. C. (1983). Pragmatics [M].Cambridge University Press.
- 8 Manes, Joan, and Nessa Wolfson (1981) The compliment formula. In F. Coulmas (ed.), Conversational routines: Explorations in standardized communication situations and prepatterned Speech. The Hague: Mouton Publishers, pp. 115-132.
- 9 Nelson G. Arabic and English compliment response: potential pragmatic failure[J]. Applied Linguistics, 1996 (411-432).
- 10 Pomerantz, Anita (1978) Compliment responses. In Jim Schenkein (ed.), Studies in the organization of conversational interaction. New York: Academic Press, pp. 79-112.
- 11 Wolfson, Nessa (1983) An empirically based analysis of complimenting in American English. In N.
- 12 Wolfson, E. Judd (eds.), Sociolinguistics and language acquisition. Newbury House Publishers,
- 13 Rowley/London/Tokyo: Newbury House Publishers, pp. 82-95.

2-бөлім
АҚПАРАТ ӘЛЕМІ

Раздел 2
МИР ИНФОРМАЦИИ

Section 2
WORLD OF INFORMATION

¹G.S. Sultanbayeva, ²E.S. Sultanbayeva, ³S.N. Velitcenko, ⁴O.P. Lozhnikova

Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan,

¹e-mail: sultanbaeva@gmail.com, ²e-mail: sultanbaeva_e@mail.ru

³e-mail: velit_1988@mail.ru, ⁴e-mail: ol_loj@mail.ru

SEMANTICAL ANALYSIS ON THE MATERIAL OF MASS MEDIA IN KAZAKHSTAN

Kazakhstan mass media space and respectively the market of periodicals in recent years started its developing in absolutely different directions. The main thing consists in intensive development of processes of mobilization and coordination in mass media funds in Kazakhstan modern media market. The process of research was carried out to this period within the political discourse analysis. This method allows to restructure the initial semantic categories applied at submission of information from a communicator to the public. In course of research the attention was paid on the main political and social ideas which are found in the materials under analysis, and political activity was transformed according to the used semantic categories. Application of the content analysis in political researches differs in working-out of the standard method allowing to explain equally one text with several persons and also to prove the hypothesis of the text adoption on the basis of the document, and the subjectivity of researcher decreases because of that. Sufficient experience of the traditional analysis of the contents is now gathered. Its essence consists in isolation of some main concepts (or semantic categories), calculation of frequency of the categories use in the text of the document, the relations of various elements of the text with each other, and the total amount of information.

Key words: Kazakhstani mass media, semantic analysis, content-analysis, socio-political contents, category of registration, indicators from the text, correlative pairs, factor loadings.

Г.С. Сұлтанбаева, Е.С. Сұлтанбаева, С.Н. Велітченко, О.Р. Ложников

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,

Қазақстан Республикасы, Алматы қ.,

¹e-mail: sultanbaeva@gmail.com, ²e-mail: sultanbaeva_e@mail.ru,

³e-mail: velit_1988@mail.ru, ⁴e-mail: ol_loj@mail.ru

Қазақстандағы бұқаралық ақпарат құралдарына семантикалық талдау

Қазақстанның бұқаралық ақпарат құралдарының кеңістігі және, тиісінше, мерзімді басылымдар нарығы соңғы жылдары мүлдем басқа бағыттарда дами бастады. Ең бастысы, бұқаралық ақпарат құралдарында Қазақстандағы заманауи медиа-нарықта жұмылдыру және үйлестіру үдерістерінің қарқынды дамуы. Зерттеу процесі осы кезеңде саяси дискурсты талдау шенберінде жүргізілді. Бұл әдіс коммуникатордан ақпаратты жүртшылыққа ұсынғанда пайдаланылатын бастапқы семантикалық санаттарды қайта құрылымдауға мүмкіндік береді. Зерттеу барысында талданатын материалдардағы негізгі саяси және әлеуметтік идеяларға назар аударылды, ал саяси белсенделік қолданылатын семантикалық санаттарға сәйкес өзгертилді. Саяси зерттеулерде контент талдауын пайдалану бірнеше адамның бір мәтінін ашуға мүмкіндік беретін стандартты әдісті өзірлеуден, сондай-ақ құжатқа негізделген мәтінің қабылдауға арналған гипотезаны дәлелдейді және зерттеушінің субъективтілігі төмендейді. Қазіргі уақытта дәстүрлі контент талдауында жеткілікті тәжірибе жинақталған. Оның мәні кейбір негізгі үғымдар (немесе семантикалық санаттар) оқшаулануын, құжат мәтініндегі санаттарды пайдалану жиілігін, мәтіннің әртурлі элементтерінің өзара қарым-қатынасын және жалпы ақпараттың көлемін қамтиды.

Түйін сөздер: қазақстанның бұқаралық ақпарат құралдары, семантикалық талдау, мазмұнды талдау, әлеуметтік-саяси мазмұны, тіркелу санаты, мәтін көрсеткіштері, корреляциялық жұптар, факторлық жүктемелер.

Г.С. Султанбаева, Е.С. Султанбаева, С.Н. Велитченко, О.П. Ложникова

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы, ¹e-mail: sultanbaeva@gmail.com
²e-mail: sultanbaeva_e@mail.ru, ³e-mail: velit_1988@mail.ru, ⁴e-mail: ol_loj@mail.ru

Семантический анализ на материале СМИ в Казахстане

Казахстанское пространство средств массовой информации и, соответственно, рынок периодических изданий в последние годы начали развиваться в совершенно разных направлениях. Главное заключается в интенсивном развитии процессов мобилизации и координации в фондах средств массовой информации на современном медиарынке Казахстана. Процесс исследования был проведен в этот период в рамках анализа политического дискурса. Этот метод позволяет реструктурировать исходные семантические категории, применяемые при представлении информации от коммуникатора публике. В ходе исследования внимание было обращено на основные политические и социальные идеи, которые нашлись в анализируемых материалах, а политическая деятельность была преобразована в соответствии с используемыми семантическими категориями. Применение контент-анализа в политических исследованиях отличается разработкой стандартного метода, позволяющего одинаково разоблачить один текст несколькими лицами, а также доказать гипотезу принятия текста на основе документа, а субъективность исследователя уменьшается из-за этого. В настоящее время собран достаточный опыт традиционного анализа содержимого. Его суть заключается в изоляции некоторых основных понятий (или семантических категорий), вычислении частоты использования категорий в тексте документа, отношениях различных элементов текста друг с другом и об общем объеме информации.

Ключевые слова: казахстанские СМИ, семантический анализ, контент-анализ, социополитическое содержание, категория регистрация, индикаторы из текста, коррелятивные пары, факторные нагрузки.

Introduction

Process of research of political and analytical materials in the Kazakh press is subdivided into three stages:

- the stage of acquaintance and control;
- the stage of processing and calculation;
- the stage of analysis and discussions on the received data.

At the first investigation phase, the political, analytical, and information materials of the above-mentioned newspapers published in 2007-2009 were considered. Chronology of the selected publications was also created. Publications were chosen in accordance with social and political value; besides, propaganda and materials of political campaigns were excluded.

The term of “discourse analysis” for the first time was represented in scientific works of the American linguist, professor Z.Harris. Harris applied this term on a situational context in research of language communications. That is, the theory of a discourse and the discourse analysis originates in linguistics and philology. Further sociologists and political scientists started using the term of the discourse analysis.

The theory of political discourse analysis became a basis of political truth formation by means of a discourse, i.e. by means of the main ideas and symbols, and in the course of political communication the certain discourse was processed by.

In course of research the attention was paid on the main political and social ideas which are found in

the materials under analysis, and political activity was transformed according to the used semantic categories.

Methods and methodology

Thus, explanations were discussed, estimated and the materials published during the considerable socio-political, economic, spiritual changes happening in our society, were explained. Also those materials were taken on a basis of the content analysis and should be treated as an auxiliary method in creation of system of the semantic categories which are necessary for their registration.

In recent years, such forms of researches as “the semantic analysis” or “content-analysis” are applied very often. Not only this term was known as a method, but it was also applied to the feedback expected from interests of the author of the text or from the addressee and allowed to draw concrete conclusions.

Success of this method proves that in comparison to traditional methods, the content analysis is rather good in texts analysis. By means of this method it is possible:

- to draw conclusions on the socio-political contents on the basis of the description of the text unnoticed after reading;
- to compare texts to different contents on concrete signs of research;
- to investigate peculiar language features of the document, to analyze separately the contents and the form of explanation.

The method of the content analysis has qualitative and numerical character. As the method considers existence or it is considered lack of this character (certain attributes) qualitative, and as the numerical analysis considers separate subjects, frequency of the words and symbols which are found in the text.

The most important characteristics for the qualitative analysis are novelty, importance, and value. In the numerical analysis as such criterion the frequency of hit takes the main place [300].

In our scientific work, the researches were conducted by means of the direct numerical analysis in which the account of answers is calculated as they were brought. Procedure of the content analysis comprises three stages:

- the definition of category of registration;
- the search of their indicators from the text;
- statistical processing.

As it was showed in the process of analyses which was carried out on information, political and analytical materials of the Kazakhstan press in this research the category of registration has to be admitted as the indicator of a political and economic situation Kazakhstan:

- social values or the most significant events in public life;
- characteristics of the priority directions of a state policy covering external and internal policy.

As in contents of the document only one semantic element can be given in different verbal forms, it is necessary to find such forms in the text which would cover all semantic categories of the expressed thought. Therefore at the second investigation phase we looked for indicators of the chosen categories. They consist of figurative elements of these semantic categories.

At the final stage of research, considering different indicators, the account of frequency of use of the registered categories begins.

For the content-analysis the information and analytical articles with 50 registered indicators were taken from each edition. As it was said before, they were published during the period from January, 2007 to May, 2009 in the specified newspapers. The histogram of statistical processing and their frequency of repetition.

The list of 150 articles selected for carrying out the content analysis is given in the appendix B, the frequency of repetition of their semantic indicators is given in the Appendix G separately in three tables. The quotes having political value, interview and analytical materials belong to materials of the table. In the table the relevant numerical data are appropriated to each semantic indicator.

For numerical data processing, received as a result of the content analysis which is carried out

for deepening of concepts about semantic space of political events statistical methods were applied. In researches of this purpose the correlation analysis allowing to measure close connections between the signs which are widely applied in political researches was applied to further statistical processing.

By means of a professional package of statistical data processing ("Statistic") at first, the coefficient matrix of materials correlation in each edition 50x50 was used, and then correlation between three editions 150x150 was calculated.

As one of the main measurements of the correlation analysis the ordinary pair coefficient of correlation is considered. It shows mutual coordination of the studied signs and is measured in limits -1 and +1. The coefficient is closer to number 1, the communication between semantic signs is closer. If the coefficient is equal 1, then between signs there is a direct functional dependence and vice versa if the coefficient equals to -1, the inverse functional relationship and if this number equals to zero takes place, so such dependence is absent.

At first a matrix of coefficients of correlation of articles was taken, and then a matrix of coefficients of correlation of signs (appendix G) was used. After consideration of these data there was a need for deep revision of values and a position of each edition. For this purpose the first received data according to results of the first correlation analysis were grouped among Egemen Qazaqstan, Zhas Qazaq and Zhas Alash newspapers. Each group passed the secondary correlation analysis.

In the correlation matrix analysis of mass media materials, one of methods is the multidimensional mathematical statistics, which is called the factorial analysis. By means of the factorial analysis similarity of signs of the published materials and set of these collected signs, that is to pass on the level of accumulation of initial changes.

So, by means of the factorial analysis method, the provision of studied phenomenon will be adjusted, and new hypotheses are proposed. In this research work one of the main methods of the factorial analysis - a method of the main components [1] was applied.

The phenomenon described and investigated as main system of signs it is possible to determine by small numbers of other signs called factors. Factors are considered as independent phenomena, the system of initial signs can be grouped, so, if the correlation coefficient between signs of one group is higher, in the following group it happens low.

The most important concept in the factorial analysis the factor loading defining communication of a factor with an initial sign is considered. At

application of methods of the main components linear models are considered, that is each initial signs are considered as linear combinations of factors. The factor loadings showing the level of impacts of these factors on formation of the specified signs belong to coefficients.

Factor loadings as the alternative to correlation coefficient of factors of these signs, changes from -1 (inverse relationship) to +1 (direct dependence) [2].

Political discourse analysis and the content analysis applied in research of political materials in the press, a mathematical method, i.e. correlation and factorial researches gave necessary qualitative and numerical data. A combination of the applied methods gave the chance to improve shortcomings of these methods.

Research

In modern Kazakhstan the role of mass media increases. By means of mass media the state and other political subjects notifies the people on the purposes and values, and also interest in strengthening of the public relations influencing formation of elite and competent authorities of the power is observed. Efficiency of publications

in mass media, the comment in television news increases the government activity. Need of the solution of any problems of the population shows need of a specification of actions of the power.

As it is shown in results of the analysis of many semantic factors defining national idea, different positions, included in monitoring, concepts of economic welfare and the fair state covered in the newspaper of the power "Egemen Kazakhstan" the national and independent weeklies "Ana Tili" and "Zhas Qazaq" and oppositional "Zhas Alash", depend on a position of these editions.

As it was noticeable by the results of monitoring, the problem of Kazakh language is considered as a topical subject in mass media. Problems of development, protection of the Kazakh language against influence of foreign languages are actively covered in the national weekly "Ana Tili", the independent edition "Zhas Qazaq", in the pro-government edition "Egemen Qazaqstan". In a row of correlative pairs of direct dependence between articles it is possible to take 19 pairs. By results of calculations, correlation of direct dependence occurs in the content analysis of articles of the Zhas Qazaq newspaper in cases of 19 pairs.

Table 1 – The table of correlation compliances between periodicals "Egemen Qazaqstan", "Zhas Qazaq", "Zhas Alash"

#	«Zhas Qazaq» / «Zhas Alash»	«Egemen Qazaqstan» / «Zhas Alash»	«Egemen Qazaqstan» / «Zhas Qazaq»
1	2	3	4
1	r {91,1} = 0,55	r {150,8} = 0,59	r {112,92} = 0,54
2	r {96,1} = 0,50	r {150,35} = 0,61	r {150,90} = 0,60
3	r {86,4} = 0,55	r {150,39} = 0,52	r {143,99} = 0,59
4	r {86,8} = 0,65	r {150,46} = 0,54	r {146,99} = 0,61
5	r {97,7} = 0,59	r {131,47} = 0,53	r {150,99} = 0,71
6	r {66,10} = 0,50	r {103,47} = 0,54	-
7	r {92,11} = 0,65	-	-
8	r {66,12} = 0,52	-	-
9	r {92,12} = 0,64	-	-
10	r {62,15} = 0,53	-	-
11	r {71,18} = 0,59	-	-
12	r {64,19} = 0,55	-	-
13	r {94,23} = 0,55	-	-
14	r {86,25} = 0,51	-	-
15	r {99,26} = 0,50	-	-
16	r {80,34} = 0,59	-	-
17	r {99,36} = 0,56	-	-
18	r {96,36} = 0,54	-	-

Correlation of articles of the independent weekly "Zhas Qazaq" shows reduction of pairs of direct dependence. Correlation of direct dependence in the Egemen Qazaqstan newspaper makes 78 pairs, and in the Zhas Qazaq newspaper it is 19 pairs. That is, in comparison to pro-government edition, reduction of direct dependence of political analytical materials is observed in the independent newspaper.

The publication of actual materials in Zhas Qazaq newspaper, carrying out editorial conference with representatives of the intellectuals and polls among readers during political events, application of other effective measures shows the effective organization of editorial media management.

Frequency of correlation pair numbers is 55, and it specifies that edition materials are one-sided, and most of them are just oppositional. It means that the information policy is unilateral.

In our opinion, this edition with its rich history sharply replaced the political position into the oppositional one after obtaining independence. It is natural that in the materials of the oppositional edition directed on the analysis and examination of a social, political and economic situation of society the criticism prevails.

As the world practice shows, existence of oppositional editions is the process which always takes place in society. The compliances found in correlation between mathematically the processed articles of three editions are given in the following table.

From this table considerably that straight lines and the return correlation indicators of semantic signs seldom occur in newspapers "Egemen Qazaqstan", "Zhas Qazaq", "Zhas Alash". That is, the combination of the mathematical processed straight line or the return correlation pairs meets only on 12 signs from 49.

The corresponding positions between three newspapers are determined by some questions as follows.

The sign of "democracy" has direct dependence with a sign of "corruption", compliances between them are noticeable. And the sign of "democracy" enters feedback with the concept "patriotism".

In materials of three newspapers, the become objects of research, the specified concepts don't communicate with each other. Questions of "corruption" less often than «patriotism» are often mentioned in materials democracy. That is, if in the analysis of correlation the specified semantic signs were characteristic for one edition, now it shows correlation compliance of articles among three editions.

We will make the short review of a straight line and inverse relationship of semantic signs. If the

sign of "justice" corresponds to a sign "patriotism", the sign of "corruption" has feedback.

Also signs of "stability", "welfare of the people" are called together with signs "patriotism". The interesting combination is observed with this sign "patriotism": this sign meets in direct dependence signs "fight against corruption", "interests of women", "the social conflicts". To how a sign "patriotism" meets in cases of 7 pairs, it is the special correlation formation of a straight line and inverse relationship equal 3×4 .

Signs of "a social order" and "a social guarantee" were also analysed. The sign of "a social order" meets in direct dependence "corruption".

It means that in the Kazakhstan society of a problem of «corruption» and fight against it are actual. In this regard it should be noted that on the international rating Kazakhstan still is in a number of such countries. By definition of the highest rating on corruption of the countries of the world of the Forbes magazine, Kazakhstan occupies 17 place. The first three is formed here by the countries of Africa - Chad, Zimbabwe, Cambodia, and Kazakhstan takes a place after Azerbaijan [3].

It is a problem is especially actual for Kazakhstan. Besides, it is specified together with the concept "social order".

In any society "social guarantee" is important for social groups. In the press the sign of "a social guarantee" often meets with a sign of "cultural development" and vice versa, the sign of "cultural development" enters feedback with "patriotism".

For example, during years of independence, since 1997, in annual messages of the President N. Nazarbayev to the people of Kazakhstan the special attention to the matters is paid:

The factorial analysis which is carried out during research defined separate and mutual, general semantic signs of a straight line and inverse relationship in this edition. During expeditious development of information society such analyses are necessary in development of communications between the power and the public, the power and mass media, identification of factors, forming an obstacle in their development and the offer on the basis of it improvement mechanisms.

For determination of frequency of repetition and mobilization of factor loadings of semantic signs in the materials offered for the content analysis the mathematical analysis among 6 groups was carried out.

Mobilization of materials of the first group on semantic signs showed the following results. "Interests of the intellectuals" in the third group is in

direct dependence, and in the first group in inverse relationship. It shows that the matter in the press is discussed in a row.

Finding of signs “restoration of the Union”, “mutually beneficial cooperation”, “multistage economy” in inverse relationship shows that these problems already lost the relevance for our society. The low indicator of a sign “safety” is the proof of a factor of lack of national or economic danger in the country.

For the factorial analysis of the second row signs from the weekly newspaper “Zhas Qazaq” were taken. Here it is possible to note such signs which are between the first and fourth group on high direct dependence as “restoration of the Union”, “transformation”, “military power”, “support of a domestic producer”, “justice”, “safety”, “reformism”, “regional integrity”, “collectivism”, “civil society”, etc.

Reduction of such semantic signs as “the status of the Kazakh language”, “prosperity”, “patriotism”, “investment”, “public unity and consent” doesn’t designate that these questions lost the relevance for the newspaper, and shows that they are considered individually and mutual independence.

As show results of the matrix factorial analysis, prevalence of such signs as “democracy”, “cultural wealth”, “the international economic community”, “multistage economy” in the newspaper Zhas Alash it is connected with an edition position in the information market.

It is natural that the sign “democracy” is the main subject of political editions. And “cultural wealth” of society is defined by such measurements as national idea, spiritual education.

Affection of an important factor of “international economic community” edition “Zhas Alash” in spite of the fact that it is the opponent of the power, shows that this edition keeps development of the state at the international level and pursues information policy in this direction.

Factor loadings (signs) in newspapers “Egemen Qazaqstan”, “Zhas Qazaq”, “Zhas Alash”:

1. “regulation of the conflicts social, etc.” - f {1, 14} = 0,56
2. “privatization” - f {1,43} = 0,58
3. “stability” - f {2, 4} = 0,56
4. “reformism” - f {2, 21} = 0,51
5. “justice” - f {4, 3} = 0,52
6. “collectivism” - f {5, 19} = 0,65
7. “not centrality of the power” - f {5, 26} = 0,56
8. “radicalism” - f {3, 22} = -0,66
9. “prosperity” - f {6, 29} = -0,56

The general compliance of a problem of “regulation of the conflicts social, etc.” shows in various republican newspapers existing in

information space of Kazakhstan that the matter is very often raised, discussions on this subject are constantly led. And a question “strengthening of the relations of property and protection of interests of owners” in the country became one of actual measures of support of a private property, economic development [4]. Factor loadings of signs of high direct dependence can be characterized “stability”, “reformism”, “justice”, “collectivism” as follows.

“We have to mobilize society round the main three priorities: the world, stability and a consent”, - the President proclaimed during performance on the sessions of Assembly of Kazakhstan people. Thus, the President N. Nazarbayev defined “stability” as the main value of the Kazakhstan society. In this regard it is possible to note importance and a role in the society of the general direct dependence between three editions.

“Reformism” on pages of newspapers forms a basis of mutual compliance of a semantic sign the power of a state policy in this direction. The president in the performance at a meeting of the commission “On development and a specification of the program of democratic reforms” called the people to: “The fatherland, independence, stable development” and by that reported on political changes in the country.

Correspondence of a sign of the general dependence “justice” also shows in three editions that it is an important factor for the Kazakhstan society which seeks for leadership within independence, identity and the sovereignty.

In our opinion, it is natural that the power and opposition will have the views of the measures directed on carrying out (behind some exceptions) democratic reforms in society. Therefore in the conditions of Kazakhstan, on a joint of these inconsistent interests, mass media became the powerful tool of distribution of information, carrying out propaganda and promotion, and also increase of cultural and political literacy and education of the population.

For improvement of the open, fair, reliable and effective relations between the state and the public and development of the political communication processes influencing further modernization of society by means of channels of mass communication, the author offers the concept of development of political communication in the responsible mass media [5, 190-196].

Conclusion and results

As a result of the conducted applied researches on political positions of mass media channels and materials of periodicals the following concepts were offered:

- 1) in the mass media market mobilization of the state mass media, and also development of the new directions in giving, processing, transfer and the offer of information in public funds of mass communication is observed;
- 2) the politician of everyone of mass media seeking for management of the audience and public consciousness, development of the political events occurring in the country I created the mass media new market depending on the new direction of founders and creative editorial group;
- 3) In the information market together with mass media of the state character, in the field of competitors there were oppositional, independent, branch mass media.
- 4) Kazakhstan was recognized as the state of new undertakings, great opportunities, formations and preservations of the economic benefits, accepting democratic processes and values and also as the country with stable statehood;
- 5) Kazakhstan is recognized as the state uniting the nations and ethnic groups, developing interfaith communications. In this research “media democracy” it is considered as the public phenomenon defining national idea of each citizen and each class in society, feature, characteristic for the Kazakhstan society, and also the uniting socio-political and economic factors as the mechanism which is carrying out these complex challenges;
- 6) In the conditions of Kazakhstan the media democracy has to develop as the national idea defining unity, integrity, coordination of the power and the people.

References

1. Obshaya i prikladnaya politologiya: Uchebnoe posobie / Edited by V.I.Zhukov. – M: MGСU “Soyaz”, 1997. – 992 p.
2. Dennis E. Besedy o mass-media. – M.: Vagrius, 1997. – 158 p.
3. Kus’men O.V. Soociologiya obshestvennogo mnenya. – Novosibirsk, 1996. – 102 p.
4. Soloduhin Yu.N. Rossiiskie sredstva massovoi informatsii; yavluatsya li oni “chetvertoi vlast’yu”? // SMI v politicheskikh tehnologiyah. – M.: Enigma, 1995. – 204 p.
5. Kurginyan S.E.”Sed’moi stsenarii”. – M., 1992. – Ch. 2. – P. 19

МРНТИ 19.61.09

Г.Ж. Ибраева

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Республика Казахстан,
г. Алматы, e-mail: Galiya.Ibrayeva@kaznu.kz; Galiya.Ibrayeva@gmail.com

ДЕТСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В КАЗАХСТАНЕ ДО ПОЛУЧЕНИЯ НЕЗАВИСИМОСТИ: ИСТОРИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

Начало детского телевизионного вещания в независимом Казахстане можно отсчитывать с создания телеканала Балапан (Balapan) в 2010 году. Сегодня телеканал входит в новый медиацентр «Қазмедиа орталығы» в Астане. Вещает 17 часов в сутки на казахском языке в SD-формате. Включает такие программы, как «Ол кім? Бұл не!», «Күлегеш», «Сен білесің бе?», «Он саусақ», «Санжар мен Қайса», «Жолың болсың, балақай!», «Бауырсақ», «Hello, балапан!», «Санамак» и другие. Перечень тематики передач показывает, что все они игровые, развлекательные и познавательные, и все тематически связаны с историей и культурой казахского народа. Будет ли справедливо считать, что вещание для детей в Казахстане началось только в период независимости? Предлагаемая статья позволяет узнать, какими были первые казахские передачи, о чем мечтали девочки и мальчики в 60-е годы и 70-е годы, какие смотрели передачи. Исторический дискурс в мир детского телевидения позволит лучше узнать историю телевидения Казахстана для детей.

Ключевые слова: детская журналистика, телевидение для детей, игровые и развлекательные программы, воспитательная тематика, идеологические стандарты.

Г.Ж. Ибраева

Ал-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
e-mail: Galiya.Ibrayeva@kaznu.kz; Galiya.Ibrayeva@gmail.com

Қазақстандағы тәуелсіздікке дейінгі жылдарындағы балалар журналистикасы: тарихи дискурс

Балалар телекөрсетілімінің тәуелсіз Қазақстанда басталуы 2010 жылдың 27 қыркүйегінде «Балапан» телеарнасы құрылған күнінен қарастырылуы мүмкін. Телеарна Астанадағы «Қазмедиа Орталығы» жаңа медиаорталығына кіреді. SD форматында қазақ тілінде тәулігіне 17 сағат беріледі. Барлық хабарлар қазақ тілінде. Олар «Ол кім? Бұл не?», «Күлегеш», «Сен білесің бе?», «Он саусақ», «Санжар мен Қайса», «Жолың болсың, балақай!», «Бауырсақ», «Hello, балапан!», «Санамак» сынды бағдарламалар. Ұсынып отырған мақалада қазақ тіліндегі бағдарламалар қандай еді, 60-70 жылдардағы ұлдар мен қыздар не жайында армандағы, қандай бағдарламалар, не туралы оқыдық, қазақстандық балалар теледидарының тарихын жақынрақ білуге жетелейді.

Түйін сөздер: балалар журналистикасы, балаларға арналған теледидар, ойын-сауық және көңіл көтеретін бағдарламалар, тәрбие тақырыбы, идеологиялық стандарттар.

Dr.Galiya Ibrayeva

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,
e-mail: Galiya.Ibrayeva@kaznu.kz; Galiya.Ibrayeva@gmail.com

Children's journalism in Kazakhstan until independence: historical discourse

The beginning of children's television broadcasting in independent Kazakhstan can be considered with the creation of the Balapan (Balapan) TV channel since September 27, 2010. The TV channel is included in the new media center "Kazamedia Ortalygы" in Astana. It broadcasts 17 hours a day in Kazakh in SD format. All broadcasting is in Kazakh. These are programs like "Ol kim? Bul ne?", "Kulegesh", "Sen bilesin be?", "On sausak", "Sanjar men Kaisar", "Zholyn bolsyn balakail!", "Baurasak", "Hello, Balapan!", "Sanamak" and others. The list of themes of the programs shows that they are all playful, entertaining and cognitive, and all are thematically connected with the history and culture of the Kazakh people. Will it be fair to assume that broadcasting for children in Kazakhstan began only during the period of independence? The proposed article allows you to find out what the first Kazakh programs were like, what

girls and boys dreamed of in the 60s and 70s, what programs were watched and what, believe that the historical discourse in the world of children's television will make it possible to better know the history of Kazakhstan television for children.

Key words: children's journalism, television for children, game and entertainment programs, educational subjects, ideological standards.

Введение

Из средств массовой информации наибольшее влияние на восприимчивую детскую аудиторию оказывает телевидение. Это вызвано, прежде всего, тем, что зрительная информация ближе к эмоциональному восприятию детей, а вездесущность телевидения позволяет ему быть доступным для ребят, в какой бы отдаленной местности они не жили. Современное юное поколение не мыслит свою жизнь без телевидения, поскольку многие представления об окружающем мире оно получает в немалой степени посредством «голубого экрана». Сейчас во многом телевидение стало заменять Интернет, но предпочтение пока отдается телевидению. Для последовательности анализа автор предлагает выделить следующие основные этапы формирования детского телевидения в Казахстане:

I период – с 1958 по 1970 годы – возникновение и развитие массового телевизионного вещания (в том числе и для детей) в республике, появление общесоюзного и межреспубликанского каналов, период изменения функционального назначения местного телевидения;

II период – с 1970 года по 1991 – структурное выделение детской редакции, расширение зоны влияния республиканского ТВ, дальнейшее совершенствование программы для детей;

III период – с 1991 по 2010 гг. – телевидение для детей периода независимости Казахстана;

IV период – с 2010 года по настоящее время, со времени создания телекомпаний для детей «Балапан».

Введение

В современный период изучению детского телевидения уделяется достаточное внимание. Одним из ведущих исследователей данной тематики являются представители Лондонской школы экономики и политических наук, как Хилда Химмелвайт (Hilde Himmelweit), которая изучала еще в 50-х годах влияние телевидения на жизнь британских детей. Результаты ее работы показали спорное влияние на детей именно телевидения [1]. Затем исследования продолжила Соня Ливингстон (Sonia

Livingston), ее труды нашли отражение в серии книг, как «Дети и медиа» и др., в которых она уже рассматривает влияние телевидения на детей среди других источников информации, как книги, театр, кино, общение с друзьями и так далее [2]. Достаточно много исследований по детскому телевидению в США, где сейчас находятся самые крупные детские компании. Становление и развитие детского телевидения в Германии рассматриваются в исследованиях немецких ученых [3], по содержательной проблематике близких работе Е. Глушковой, хотя написаны в разные временные отрезки, однако рассматривают особенности становления телевидения для детей в России и Германии [4]. В этих работах уделяется внимание такому фактуру, как время, уделяемое на просмотр телевидения, что позволяет измерить количество дней и часов, которые уделяют просмотру передач дети от младшего до подросткового возрастов. История детских СМИ в Италии является предметом изучения ряда работ Е. Дементьевой [5]. «Детские СМИ всегда были отражением своего времени, – утверждает автор, – они оказывают сильное влияние на формирование ценностных установок, моделей поведения и морально-этических принципов у детей, определяя, какой станет сама Италия, когда дети вырастут». В Италии также существует несколько специализированных каналов для детей – «Rai Yo-yo», «Cartoonito», «Super», «Frisbee», «K2», «Rai Gulp» и «Rai Scuola». Вопросы образовательного вещания на телевидении рассматриваются Эми Джордан [6]. Современный период развития телевидения в России проанализирован в научных исследованиях Когатько А. [7] и др. Обзор основных работ в области детского телевидения показывает, что в настоящее время внимание исследователей привлекает не столько телевидение, сколько современные гаджеты, умные телефоны и Интернет, которые стали «властителями» детей, начиная с 2-летнего возраста. Вместе с тем значение телевидения для детей не перестало быть актуальным. Предлагаемое исследование раскрывает исторические аспекты формирования структуры детского телевидения в Казахстане.

Основная часть

В начале 1960-х годов практики телевидения сразу же оценили внимание к себе благодарных юных зрителей, что привело к появлению ряда передач, адресованных непосредственно детям. Следует отметить, что в эти годы не в каждой казахстанской семье был телевизор, а если и имелся, то не до каждого телеприемника доходил сигнал Казахского телевидения. Семьи 90-х стали иметь по два и несколько телевизоров и видеомагнитофонов, музыкальные центры, игровые приставки и смотреть программы сразу нескольких казахстанских каналов. 2000-х семьи имеют уже спутниковые антенны, компьютеры, новые игровые развлечения, Интернет, телефоны, что отодвигает телевидение на второй план, но оно не теряет своего влияния.

В первые годы детского вещания его передачи были традиционно разовыми, в определенной мере случайными. Постепенно они систематизировались, стали объединяться в циклы, выходить под теми или иными рубриками. Одновременно уточнялась адресность передачи, поскольку детская аудитория включает в себя как дошкольников, так и старшеклассников, объем знания и интересов которых безусловно очень разный. Авторы передач стремились выходить в эфир в определенные дни недели, выбирать наиболее удобное для детей время. У передач появились свои «визитные карточки» – позывные, мультикастинги, музыкальные шапки и т.п. Разнообразнее становились передачи и по тематике. При этом любая тема находила свое преломление для определенной части детской аудитории, что увеличивало ее доступность. Телевидение для детей создало свои формы передач с игровой, эмоциональной основой.

Формированию жанровой структуры детского телевидения в немалой степени способствовало внимание к нему прессы. Газеты и журналы публиковали многочисленные мнения о детском телевидении врачей, учителей, социологов, психологов, писателей. Пристальное внимание общественности к проблеме «телевидение и дети» вело также к росту популярности детского вещания.

В начальные этапы своего развития телевидение, как известно, состояло из отдельных студий, не связанных в единую сеть. Значит, основная часть населения страны получала представление о ТВ через местное вещание. Лишь позже обще-союзное вещание с помощью ретрансляторов и систем «Орбита» смогло охватить 34,5 % населения СССР [8]. Приход Центрального телевидения (Москва) намного расширил понятие о телевидении, способствовал улучшению качества вещания местных студий. Если местное телевидение не могло выделять для детской аудитории много времени, то Центральное телевидение, особенно с созданием в 1974 году телевизионной студии «Орленок», стало отводить вещанию для ребят более 100 часов [9] в месяц.

В Казахстане газеты для пионерии выходили как на русском, так и на казахском языке. 5 ноября 1930 года начала издаваться первая в республике газета «Пионер» (на казахском языке). С 9 марта 1937 года она выходит под названием «Октябрь балалары» («Дети Октября»). В июне 1941 года издание газеты прекращается и возобновляется 9 мая 1946 года под названием «Казахстан пионеры» («Пионер Казахстана») тираж 243 тыс. экземпляров (1976 г.). Основные рубрики: «Герои пятилетки», «Республика, твои сыновья», «Пионерская стройка», «Отряд, как твои дела?», «Голубая планета» и др. На русском языке республиканская пионерская газета выходит с 4 февраля 1933 года под названием «Пионер Казахстана». Прекращенное в во время войны ее издание возобновилось в 1956 году под новым названием «Дружные ребята», тираж 250 тыс. экземпляров (1976 г.). Основные рубрики: «Пятилетка твоей республики», «Твои, республика, сыны», «Миллион – Родине», «Учись учиться», «Репортаж с классного часа», «Ребятам – октябрятам» и др. [10]. Для детей дошкольного возраста в 1958 году стал издаваться иллюстраторский журнал «Балдырган» («Малыш»), для пионеров в 1979 году – журнал «Пионер». Научно-популярный журнал для школьников «Білім жане енбек» – «Знания и труд» выходит в 1958 году. Специальный раздел для школьников есть в республиканской комсомольской газете «Ленинская смена» (первоначально – «Юношеская правда», издается с 16 января 1922 года). Комсомольская газета на казахском языке «Лениншіл жас» («Молодые ленинцы») выходит с 22 марта 1921 года.

Многолетний опыт имеет и республиканско детское радиовещание. В первые годы его передачи дифференцировались лишь по национальному признаку. Позже дифференциация становится более глубокой: учитываются особенности детей из городов и аулов, особенности различных возрастных групп. Это способствовало тому, что радиовещанием охватывалась широкая аудитория детей. Для малышей это были передачи «Балдырган» («Малыш»), «Жауказын» («Подснежник»), «Сказки дедушки Ердена», которые знакомили ребят со сказками

народов мира в инсценировках-миниатюрах, со стихами и рассказами, скороговорками, играми, шарадами, новыми песнями.

Длительное время существовала на Казахском радио передача для школьников «Ойлап, тап!» («Подумай и ответь»), по форме радиоигры. Она помогала познавать тайны окружающего мира, понять новое в науке, технике, решать различные вопросы школьной жизни. Все материалы строились в виде загадок и интересных историй. Литературный радиожурнал «Шынар» («Радуга») рассказывал о новых книгах, выпущенных республиканским юношеским издательством «Жалын». Часто передаются интервью с писателями, поэтами, которые читали свои новые стихи, рассказывали о своем творчестве. По просьбе школьников был создан «Клуб интересных встреч», знакомящий с деятелями искусства, знатными людьми республики. «Радиотеатр для детей» выходил в эфир с оригинальными пьесами и радиониндзяками. На русской языке выпускаются передачи в форме пресс-конференции юнкоровцев с интересными людьми; «Знания нужны, как винтовка в бою» – в форме игры, конкурсы, викторины [11].

С успехом использовалась такая форма передач, как радиожурнал. Один из них – «Спутник пионера» рассказывал об учебе ребят и о пионерских делах, о школьниках, которые занимаются в различных кружках, на станциях юных техников и натуралистов, о юных певцах, художниках, спортсменах. В рубриках радиожурнала нередки познавательные рассказы на различные темы, диспуты. Передача в форме журнала «Клуб интернациональной дружбы» знакомила с работой КИДов школ республики. Часто у микрофона выступали ребята из братских республик, они присыпали радиописьма, записанные на пленку. Передача рассказывала и о жизни детей за рубежом. Большой популярностью пользовался радиоклуб «Орендер» («Подросток»). В нем поднимались важные проблемы учебы и школьной работы. В рубрике «Будущее начинается сегодня» ребята знакомились с крупнейшими новостройками и предприятиями республики. В отдельных передачах обсуждались вопросы выбора жизненного пути, профессии и т.п. На русском языке выходит серия передач «Салют, пионерия!» – об участии пионеров республики в трудовых операциях десятой пятилетки. «ШТИМ» – «Штаб Тимура» – рассказывает о школьниках, помогающих ветеранам войны и труда, старым и одиноким людям. Осознание себя личностью, необходи-

мой людям, – вот основная тема тимуровской передачи. «Штаб Тимура» постоянно передает сообщения о военно-патриотической работе в школах, о музеях боевой славы, о поисках красных следопытов, о героическом прошлом советского народа. В задачу многих передач Казахского радио для детей и школьников входило освещение республиканских операций «Пионеры Казахстана – строителям БАМа», «Турксеб-БАМ – перекличка пятилеток» и других. Несомненно, опыт радиовещания во многом способствовал быстрому освоению детским телевидением тем и форм передач, близких и понятных юной аудитории. Сказалось влияние радио и на структуре телепередач для детей. Значительным было и влияние республиканского Театра Юного Зрителя, располагающего большим опытом в организации драматургии.

Таким образом, к моменту появления в Казахстане детского телевидения в республике имелись пионерская печать, детское радиовещание, выпускался киножурнал «Пионерия». Издания выходили на казахском и русском языках. Анализ особенностей формирования детского телевидения представляет несомненный интерес, однако проблемам детского вещания в Казахстане исследователи уделяли недостаточное внимание.

Планомерное вещание Казахского телевидения началось 16 марта 1958 года, но первая передача вышла в эфир раньше – 8 марта. Это день считается началом телевизионного вещания в республике. В том же году, в День радио газета «Казахстанская правда» сообщила, что «около двух тысяч алматинцев и жителей окрестных сёл смотрят сейчас пробные передачи республиканского телекомплекса... Отрадно, что качество передач день ото дня улучшается. Только в последние дни, помимо показа киножурналов, короткометражных фильмов для детей, а также художественных картин, коллектив студии подготовил и провёл ряд оригинальных передач, интересных встреч с ветеранами, партийными и советскими работниками, деятелями литературы и искусства» [12]. Своеобразие развития телевидения в Казахстане во многом определялось огромными территориальными масштабами республики и многоязычностью её населения (здесь живёт более ста наций и народностей). К 1966 году местные телестудии появились почти в каждой области (14 студий общим объёмом 44 часа) [13].

Уже в первые годы работы Казахской телестудии в ее практике было много творческих

находок. Так, в один из периодов разрозненные редакции слилась в шесть творческих объединений на казахском и русском языках. В каждом объединении были и редакторы, и режиссёры и операторы, и звукорежиссеры, т.е. все, от кого зависел выход программы в эфир. Интересно, что такого опыта объединения творческих групп не имела тогда ни одна студия страны.

Телеобъединения имели свой день выхода в эфир по сетке вещания и создавали программу на весь вечер. Здесь были и последние известия, и детские, и молодёжные передачи, и общественно-политические программы, и музыкальные рубрики, и художественные или мультипикационные фильмы, и спектакли. Однако при таком комплектовании программ не всегда сохранялась единая линия вещания, порой своевременно не освещались важные вопросы. Телевизионные объединения, к сожалению, недостаточно координировали тематику своих передач, зачастую дублировали друг друга, поднимали однотипные проблемы.

Следовательно, передачи для детей в то время создавались творческими коллективами, что затрудняло выработку единого подхода, отрицательно сказывалось на содержании передач. Материалы тех лет свидетельствуют как об удачах, так и о срывах. Недостаток опыта организации и методов работы с юными зрителями объясняет то, что детские передачи в первый период становления телевидения шли редко, тематика их зачастую была случайной. Основное место в программе занимали кинофильм, постановки, спектакли, часто показывались на экране выступления учащихся музыкальных школ. Содержание и формы телепередач не отличались разнообразием, литературные качества сценариев были низкими. В связи с этим перед работниками телевидения остро встал вопрос о разработке педагогически продуманной программы передач для детей, повышении её художественного уровня. Знаменательным событием стало появление постановления ЦК КПСС от 29 января 1960 года «О дальнейшем развитии советского телевидения» [14], в котором отмечалась важность детского телевидения и его повсеместного распространения, указывалось, что работа телевидения должна вестись дифференцировано, с учётом адресной направленности передач. Это постановление ориентировало детское телевидение на поиск новых тем, форм и методов работы с юными зрителями. Телевидение в те годы только накапливало опыт, вырабатывало свои средства выражения, при-

ёмы и методы воздействия на аудиторию. Отдельные приемы, найденные порой для частных случаев, распространялись на вещание в целом, обогащая и развивая его [15].

На Казахском телевидении первая детская передача вышла в эфир 20 апреля 1958 года и соответствовала идеологическим установкам того времени [16]. Стержнем передачи было знаменательное событие в жизни школьников – прием во Всесоюзную пионерскую организацию, которая по своему содержанию напоминала скаутское движение, даже лозунгом «Будь готов! Всегда готов!». Это событие всегда проходило торжественно, дети в красных галстуках читали стихи, пели песни. Видеоряд составили фотографии, рисунки, отрывки из документальных и художественных кинолент.

Первая цикловая передача для детей «Жумбак-кызы» («Отгадай-ка») [17] вышла 25 мая 1958 года с периодичностью один раз в месяц. Одной из характерных особенностей того периода было увлечение кукольными постановками, передачами, где главными героями были куклы. Этому направлению можно дать объяснение: во-первых, детям ближе действие с кукольными героями, во-вторых, телевидение в тот период не имело возможности использовать так активно, как сейчас, мультипикационные фильмы, анимацию. Кукольные персонажи передачи были успешно делегированы с кукольного детского театра, который пользовался всегда у детей повышенным вниманием.

Создатели первых передач для детей на студиях Казахстана в первые годы нередко шли путём заимствования готовых сценариев, тем, форм и жанров у других телестудий. Это негативно влияло на развитие творчества местного телевизионного вещания. Однако на телевидении быстро осознали, что это ошибочное направление в развитии детского телевидения, ибо в стороне оказались собственные проблемы и вопросы. Теперь в программе детской редакции чаще стали появляться передачи на основе местного материала. Так, в сказках для малышей использовался местный фольклор. Телепередачи знакомили детей с бытом, обычаями казахского народа, с его искусством. Для школьников выпускался информационный тележурнал, где освещались дела пионерии республики, рассказывалось о грандиозных стройках пятилетки в Казахстане. В передачах для детей стали чаще принимать участие общественные деятели республики, представители литературы и искусства, прославленные тру-

женики – рабочие заводов и шахт, хлеборобы и животноводы страны.

В первый период развития детского вещания в Казахстане появились и такие формы передач, как тележурнал и телеклуб. Тележурналы информировали ребят о жизни пионерских дружин, о лучших отрядах. Однако, хотя передачи и назывались тележурналами, по форме они скорее напоминали радионовости, зачитываемые с телеэкрана. Подобная жанровая неопределенность была характерна для детского телевидения в республике. Её иллюстрацией может служить то, что в программе передач в те годы не раскрывались не только жанр, форма, но даже и тема передачи. Это происходило от того, что порой сами тележурналисты не могли заранее представить, в какой форме или жанре передача будет выпущена в эфир, какова она будет по хронометражу и пр.

Ограниченные технические условия работы не могли сковать творческую фантазию тележурналистов. Отдельные передачи первого периода работы детского телевидения в Казахстане поражают новаторством, смелостью решений, композиционными находками, знанием особенностей детской аудитории. К таким удачам следует отнести, к примеру, открытие «Детского творческого клуба». При нём имелось четыре секции: любознательных, «Умелые руки», театральная, юнкоровская (Юных корреспондентов). Здесь ребята-участники передач вместе с юными телезрителями учились рисовать, выжигать, петь, писать стихи, даже ставить небольшие спектакли. Передачи вели юнкоры клуба.

В клубе школьников ребята из передачи в передачу знакомились с работой различных пионерских отрядов, кружков самодеятельности, встречались с известными поэтами, с людьми интересных профессий, с передовиками производства. В клубных формах передач впервые появились органичные черты телевидения – стремление заинтересовать зрителя определённым действием, контактность. В дальнейшем телеклубы найдут распространение в программах для младших школьников и подростков.

Первый период развития детского вещания в Казахстане характеризуется следующими особенностями: во-первых, в жанрово-тематической структуре преобладали художественные жанры; во-вторых, не получили достаточного развития игровые детские; в-третьих, адресная направленность передач была нечёткой; в одни годы было больше передач для малышей, в другие – для подростков. И, наконец, в-четвёртых, в

практике вещания началось использование таких форм, как телеклуб, тележурнал, зарождались цикловые передачи. Таким образом, детское телевидение Казахстана делало первые, но важные шаги к целенаправленному общению с юными зрителями, вело поиск организационных форм взаимодействия с аудиторией.

Дальнейшее развитие жанрово-тематическая структура детского телевидения в Казахстане получила во второй период, когда начался регулярный приём передач Центрального телевидения и сложилась республиканская программа. Появление нескольких программ, возможность выбора передач создали обстановку творческого соревнования тележурналистов. В этот происходит изменение функционального назначения местных программ, «Местное телевидение, ранее главный информатор аудитории, превратилось в орган, дополняющий информацию Центрального телевидения» [18]. Изменение роли местного телевидения повлекло дальнейшие поиски оптимизации жанрово-тематической структуры его детских программ.

Становится ощутимая тяга к информационно-публицистическим передачам. Например, значительно обогащается и содержательно и жанрово тележурнал для школьников агентство «Пионерия». В нём появляются «страницки», посвящённые актуальным политическим событиям, вопросам жизни международных детских организаций. В тележурнале стали активно использоваться кинохроника, киносюжеты, фрагменты художественных фильмов, фотографии, рисунки, диаграммы, что разнообразило видеоряд передач. Начинают выходить и научно-популярные передачи, такие как, например, «Хижина Робинзона» – о растительном и животном мире Казахстана.

Во многих передачах ощутимо стремление к организованному действию детей-зрителей. Так, в одном из выпусков «Телевизионной пионерской школы» её создатели обратились к ребятам с предложением организовать отряды юных следопытов с целью изучения истории родного края. В походе по героическим местам республики приняли участие сотни пионеров. Так телепередача вышла за пределы экрана, выступила организатором полезного пионерского похода. Это говорит о том, что казахстанское детское телевидение, осознав свои возможности, попыталось выступить не только пропагандистом, но и организатором пионерских дел.

Переход от художественного вещания к информационно-публицистическому сопровождался

поисками адресной направленности передач. Более чётким стало деление программ по национальному и возрастному признаку. Если программа на казахской языке выполняла функции основной, поскольку ориентировались на детей, не владеющих русским языком, то местное вещание на русском языке как бы дополняло общесоюзную программу. Разное функциональное назначение двуязычных программ определило и их различное жанрово-тематическое строение. (Эти признаки наиболее ярко проявились в третий период развития детского телевидения в Казахстане).

Прогрессировали и формы передач, в частности, тележурнала, которая хорошо отвечает эмоционально-образному восприятию детей. Тележурналы стали характерной формой передач для большинства детских редакций студий Казахстана. Они ориентировали ребят на развитие общественных интересов, чувства долга, разъясняли моральные понятия, которые должны были послужить в дальнейшем основой для самовоспитания. Методы достижения тех или иных воспитательных задач были основаны на освещении ярких явлений советской действительности, убедительных фактах, построенных так, чтобы дети сами могли сделать нужный вывод. Это активизировало ребят, вызывало желание действовать, участвовать в общественно-полезных делах.

Дальнейшее развитие получает и форма клуба: передачи телеклубов становятся тематически направленными. Так, в программе для пионеров на протяжении десяти лет выходил в эфир телеклуб интернациональной дружбы (КИД) «Журавлик». Большой интерес ребят вызывало появление дискуссионного клуба для подростков «До 17-ти», поднимавшего нравственные, этические проблемы.

В второй период развития детского вещания одной из характерных его особенностей является поиск собственных изобразительно-выразительных средств. В передачах активнее начинает использоваться фотография, киноплёнка, рисунки, ощущимо стремление к соединению различных способов изобразительных средств, осознание синтетичности телевидения. Если в первый период в программах детского вещания Казахстана преобладали разговорные жанры, то во второй авторы передач начинают осознавать специфику телевизионного языка, стремиться к образно-зрительному решению передач. Если вначале слово преобладало над изображением, то теперь главенствует экранное изображение, способс-

твующее улучшению восприятия передач детской аудиторией и активизирует воспитательный процесс.

Большим событием в этот период был выход детского телевидения Казахстана на международную арену. В 1969 году программы Казахского телевидения транслировались в павильоне Всемирной выставки в Монреале и по сети Канадской телевизионной корпорации Си-Би-Си [19]. В этот же год в зарубежный эфир вышла программа клуба «Журавлик», который был единственным телеклубом интернациональной дружбы в нашей стране. Он способствовал воспитанию у ребят патриотизма и интернационализма. Телевидение приобщало детей к жизни сверстников за рубежом, учило их жить тревогами и волнениями всего мира. И хотя деятельность ребят ограничивалась перепиской, изготовлением сувениров, отправкой посылок и т.п., это был крохотный, но весомый для ребят вклад в дело мира и дружбы на земле, зачаток истинной, настоящей борьбы за мир и прогресс.

Во второй период творческим объединением «Казахтелефильм» выпускались детские телефильмы. На II Всесоюзном фестивале фильмов в Москве работа Целиноградской студии телевидения «Солнце нарисовал я» была удостоена приза ЦК ВЛКСМ за лучший телевизионный фильм для детей.

В исследуемый второй период можно отметить следующие характерные черты развития детского телевидения в Казахстане, обусловленные появлением программ общесоюзного телевидения. Во-первых, значительно уменьшается объём художественных передач – кинофильмов, спектаклей; преобладающими становятся документальные, публицистические передачи. Активнее происходит использование таких форм и жанров, как тележурнал, телеклуб, дискуссия. Во-вторых, идёт тематическое расширение детского вещания, оно ориентируется на местную тематику. Телевидение проявляет себя как воспитатель-пропагандист, агитатор и организатор. В-третьих, изменяется и формируется более точная адресная направленность передач: для дошкольников, младших школьников, подростков и старшеклассников. В-четвёртых, телевидение начинает осознавать свои специфические черты, стремиться к целенаправленному общению со зрителем, чаще применять такие визуальные средства, как киноплёнка, фотографии, рисунки, видеомагнитная запись, используя преимущества цвета, спецэффекты техники телевидения. Изменяется и оформление передач

– громоздкие, массивные декорации сменяются простыми и лаконичными. Анализ программ детского телевидения Казахстана показывает, что появление программ общесоюзного и республиканского вещания явилось решающим толчком в позитивном изменении жанрово-тематической структуры вещания для детей.

Третий период развития детского телевидения в Казахстане характеризуется расширением зоны действия республиканского телевидения, структурным выделением главной редакции вещания для детей на Казахском телевидении. Этот процесс сопровождается увеличением объема вещания республиканского телевидения и уменьшением его объема областными студиями. (Некоторые из них были вообще закрыты).

В данном же случае следует отметить основные характерные черты третьего периода. Во-первых, наблюдается преобладание в программе детского телевидения конкурсно-игровых передач самой разной тематики: конкурсы пионерских отрядов, техническое творчество подростков, спортивные игры и пр. Во-вторых,

в жанрово-тематической структуре происходит переход от публицистических к научно-популярным передачам в форме игровых конкурсов. В-третьих, продолжается дифференциация программ по нациальному и возрастному признакам.

В заключение следует сказать, что в развитии детского телевизионного вещания в независимом Казахстане наступил четвертый период, который следует считать с момента создания телеканала Балапан (Balapan) – с 27 сентября 2010 года. Сейчас он входит в новый медиацентр «Қазмедиа орталығы» в Астане, вещает 17 часов в сутки на казахском языке в SD-формате. Все вещание ведется на казахском языке. Перечень тематики передач показывает, что все они игровые, развлекательные и познавательные, и все тематически связаны с историей и культурой казахского народа. Современное вещание детского телевидения требует специального анализа с появлением поколения детей, которые родились уже в эпоху новых информационных технологий.

Литература

- 1 Himmelweit, H.T., Oppenheim, A.N., & Vince, P. (1958). *Television and the child: an empirical study of the effect of television on the young*. London: Published for the Nuffield Foundation by Oxford University Press.
- 2 Livingstone S., Bovill M. (2013) Children and their changing media environment: A European comparative study [lse.ac.uk http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/livingstone01.htm](http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/livingstone01.htm); Livingstone S., Julian Sefton-Green The Class: Living and Learning in the Digital Age (Connected Youth and Digital Futures) (2016)
- 3 Hickethier. K. (1991) Ilse Obrig und das Klingende Haus der Sonntagskinder. Die Anfänge des deutschen Kinderfernsehens. In: Erlinger, Hans Dieter und Stützel, Dirk Ulf (Hrsg.): Geschichte des Kinderfernsehens in der Bundesrepublik Deutschland. Entwicklungsprozesse und Trends. – Berlin, S. 93-113.
- 4 Glushkova E. Television for Children // Journal Soviet Education Volume 3, 1961 - Issue 8 Pages 6-8 <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2753/RES1060-939303086>
- 5 Дементьева Е. Детские СМИ Италии: история и основные тенденции развития в XIX- XX вв. – Выпуск №4. – 2014 // <http://www.mediascope.ru/issues/524>
- 6 Amy B. Jordan (2004) The Three-Hour Rule and Educational Television for Children
- 7 P. 103-118 | Published online: 19 Nov 2009 Journal Popular CommunicationThe International Journal of Media and CultureVolume 2, 2004 - Issue 2 http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15405710pc0202_3
- 8 Когатько А.Г. (2007) Телевидение для детей: теория, история, перспективная модель функционирования: дис. ... канд. филол. наук. – М.: МГУ, 2007. – С. 45.
- 9 См. «День радио». – М.: «Искусство», 1980. – С. 3.
- 10 См. «Детская литература». – 1974. – № 1.
- 11 Кузнецов Н., Фингерит Е. Газетный мир Советского Союза. – М.: МГУ, 1976.
- 12 Меньшикова А. Радио – детям. – М.: НМО ГКРТ, 1966. – С. 67-68; Ученова В. Гносеологические проблемы публицистики. – М.: МГУ, 1971. – С. 44.
- 13 «Казахстанская правда», 1958, 7 мая.
- 14 См.: Говорит и показывает Алма-Ата. – Алма-Ата, ГКРТ КазССР, 1967. – С. 6.
- 15 См. постановления ЦК КПСС от 29 января 1960 года «О дальнейшем развитии советского телевидения» в Сб.: О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении, 1960, с. 536-542.
- 16 См. Шалабаев К. В эфире и на голубом экране. – В кн.: Приметы времени. – Алма-Ата, «Казахстан», 1966. – С. 184.
- 17 Микрофонные материалы Казахского телевидения. Ленин всегда живой. ЦГА Каз ССР, ф. 1489, оп.1, ц. 149, л. 98.
- 18 Микрофонные материалы Казахского телевидения. ЦГА Каз ССР, ф. 1489, оп.1, ц. 149, л.45.
- 19 Лабзин А. Творческие особенности и перспективы развития экранной информации регионального телевидения в

условиях дальнейшего совершенствования Центрального телевидения: автореф. канд. дисс. – М., 1975. – С. 5.
20 Полвека в пути. – Алма-Ата: «Казахстан», 1969. – С. 83.

References

1. Himmelweit, H.T., Oppenheim, A.N., & Vince, P. (1958). Television and the child: an empirical study of the effect of television on the young. London: Published for the Nuffield Foundation by Oxford University Press.
2. Livingstone S., Bovill M. (2013) Children and their changing media environment: A European comparative study [lse.ac.uk http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/livingstone01.htm](http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/livingstone01.htm); Livingstone S., Julian Sefton-Green The Class: Living and Learning in the Digital Age (Connected Youth and Digital Futures) (2016)
3. Hickethier. K. (1991) Ilse Obrig und das Klingende Haus der Sonntagskinder. Die Anfdnge des deutschen Kinderfernsehens. In: Erlinger, Hans Dieter und Stctzel, Dirk Ulf (Hrsg.): Geschichte des Kinderfernsehens in der Bundesrepublik Deutschland. Entwicklungsprozesse und Trends. – Berlin, S. 93-113.
4. Glushkova E. Television for Children // Journal Soviet Education Volume 3, 1961 - Issue 8 Pages 6-8 <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2753/RES1060-939303086>
5. Dement'eva E. Detskie SMI Italii: istorija i osnovnye tendencii razvitiya v XIX- XX vv. – Vypusk №4. – 2014 // <http://www.mediascope.ru/issues/524>
6. Amy B. Jordan (2004) The Three-Hour Rule and Educational Television for Children
P. 103-118 | Published online: 19 Nov 2009 Journal Popular Communication The International Journal of Media and Culture Volume 2, 2004 - Issue 2 http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15405710pc0202_3
7. Kogat'ko A.G. (2007) Televidenie dlja detej: teorija, istorija, perspektivnaja model' funkcionirovaniya: dis. ... kand. filol. nauk. – M.: MGU, 2007. – S. 45.
8. Sm. «Den' radio». – M.: «Iskusstvo», 1980. – S. 3.
9. Sm. «Detskaja literatura». – 1974. – № 1.
10. Kuznecov N., Fingerit E. Gazetnyj mir Sovetskogo Sojuza. – M.: MGU, 1976.
11. Men'shikova A. Radio – detjam. – M.: NMO GKRT, 1966. – S. 67-68; Uchenova V. Gnoseologicheskie problemy publicistiki. – M.: MGU, 1971. – S. 44.
12. «Kazahstanskaja pravda», 1958, 7 maja.
13. Sm.: Govorit i pokazyvaet Alma-Ata. – Alma-Ata, GKRT KazSSR, 1967. – S. 6.
14. Sm. postanovlenija CK KPSS ot 29 janvarja 1960 goda «O dal'nejshem razvitiu sovetskogo televidenija» v Sb.: O partijnoj i sovetskoy pechati, radioveshanii i televidenii, 1960, s. 536-542.
15. Sm. Shalabaev K. V jefire i na golubom jekrane. – V kn.: Primety vremeni. – Alma-Ata, «Kazakhstan», 1966. – S. 184.
16. Mikrofonnye materialy Kazahskogo televidenija. Lenin vsegda zhivoj. CGA Kaz SSR, f. 1489, op.1, c. 149, l. 98.
17. Mikrofonnye materialy Kazahskogo televidenija. CGA Kaz SSR, f. 1489, op.1, c. 149, 1.45.
18. Labzin A. Tvorcheskie osobennosti i perspektivy razvitiya jekrannoj informacii regional'nogo televidenija v uslovijah dal'nejshego sovershenstvovaniya Central'nogo televidenija: avtoref. kand. diss. – M., 1975. – S. 5.
19. Polveka v puti. – Alma-Ata: «Kazakhstan», 1969. – S. 83.

¹А. Niyazgulova, ²N. Ibragimov

¹International IT University, Kazakhstan, Almaty,
e-mail: nijasgulova@gmail.com

²Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty, e-mail: nietzhanibr@gmail.com

RUSSIAN MASS MEDIA IN KAZAKHSTAN INFORMATION SOCIETY: SOCIOLOGICAL RESEARCH

The article reflects the role of the Russian mass media in the information space of Kazakhstan, and gives statistics on the number of Russian media in the Republic over the past five years. The author conducted sociological studies, interviewing political scientists on the impact of Russian media on the citizens' public consciousness. The results of the study revealed the prevalence of Russian media in the territory of Kazakhstan and the level of their influence on public consciousness. The author also identified the trends in the Kazakh media evolution, the prospects for their activities in preserving the national identity of the people of Kazakhstan.

Key words: media, television, newspapers, the Internet, Kazakhstan, Russia, public opinion.

¹Ниязгулова А., ²Ибрагимов Н.

¹Халықаралық IT университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.,
e-mail: nijasgulova@gmail.com,

²Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан Республикасы, Алматы қ. e-mail: nietzhanibr@gmail.com

Ресейлік БАҚ қазақстандық ақпарат қоғамдастырында: әлеуметтанулық зерттеу

Мақалада Қазақстандағы ақпараттық кеңістіктегі Ресей бүқаралық ақпарат құралдарының рөлі, соңғы 5 жылдағы статистикалық деректер көрсетілді. Авторлар әлеуметтік зерттеулер жүргізумен қатар, азаматтардың жалпыға ортақ қалыптасуына байланысты БАҚ мәселелері бойынша саясаттанышылармен сұхбаттасты. Қазақстан аумағында Ресейдің пікір қалыптастыру фактін көрсетті және жалпыға ортақ көлісімге қол жеткізді. Авторлар қазақстандық БАҚ-тың дамуын, Қазақстан халқының болашақтағы ұлттық сәйкестігін сақтау қызметін айқындағы.

Түйін сөздер: БАҚ, теледидар, газеттер, интернет, Қазақстан, Ресей, қоғамдық пікір.

¹Ниязгулова А., ²Ибрагимов Н.

¹Международный ИТ Университет, Республика Казахстан, г. Алматы,
e-mail: nijasgulova@gmail.com,

²Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Республика Казахстан, г. Алматы,
e-mail: nietzhanibr@gmail.com

Российские СМИ в казахстанском информационном обществе: социологическое исследование

Российские СМИ в информационном пространстве Казахстана занимают особое место. В статье отражается роль российских средств массовой информации в информационном пространстве Казахстана, приводятся статистические данные о количестве российских СМИ в Республике за последние 5 лет. Авторы провели социологические исследования, интервьюирование политологов по вопросам функционирования российских СМИ в РК. Результаты исследования выявили факт монополии российских СМИ на территории Казахстана. Также авторы выявили тенденции эволюции казахстанских СМИ, перспективы их деятельности в сохранении национальной идентичности народа Казахстана.

Ключевые слова: масс-медиа, телевидение, газеты, интернет, Казахстан, Россия, общественное мнение.

Introduction

The one who owns the information, owns the world. Information in a rapidly changing world is really valuable, and that is indeed the case – agree first of all stock market participants. They have experienced the value of information and the destructive power of rumors on themselves, as a result, hit the jackpot, or lost everything.

The information society of a country in the global world, one way or another influenced from the outside: modern technologies, Internet, social networks, TV and more – all served as a catalyst for the creation and dissemination of information and its various products.

The trend of globalization did not miss Kazakhstan, which develops technologies and strives to keep pace with the times, creating conditions for technologies availability. For example, according to the Statistics Agency of the Republic of Kazakhstan on the level of users computer literacy as of 2012, 66.4% of the population are regular users, experienced users make up 11.7% of citizens, beginners 17.4% and only 4.5% of respondents did not have computer skills. The trend towards computer literacy, and thus increase access to information on the Internet is positive. On the one hand it creates conditions for the development of civil society in Kazakhstan, involvement in world community, increase in freedom of speech and expression, and on the other hand is a kind of threat to national identity and security of the country's information space.

However, the Internet is not the only area that forms an information society in Kazakhstan, a major role in this process play the media, designed to cover the events, informing citizens impartially, without manipulating the public consciousness in favor of various parties – the state, private owners, large corporations and others. The basis of any democracy is a free press, independent not only on internal factors but also on the outside.

Material and Method

Studying this issue worth considering of the following factors: historical relationship between Russia and Kazakhstan, current stage of the relationships, culminating at the moment with foundation of the Eurasian Union. It is also necessary to take into account the specificity of the information society in Kazakhstan, which is mainly divided into two categories on the basis of language: Kazakh language and Russian-speaking audience. This factor plays certain role in consideration of the Russian media influence on public conscience of citizens of Kazakhstan.

Scientific methodology

Information only becomes a fact of our life when of real relationships, as innovative or consolidating element. All this indicates that the information is, in fact, the result of reality reflection by a cognizer. Therefore, the adequacy of the reflection is a whole series of conditions and circumstances, which are determined by developing level of knowledge and historically dependent height of the person and measure of its impact on the world around us. A growing array of information, exactly as escalating of society into the information society, should generate not only 'shoppy' wishes in the accumulation of knowledge, but also encompass growing public interest in the ever expanding socio-historical horizon of world view and accounting its consequences in science and technology [1].

Due to the geopolitical position of the country, long border of Kazakhstan and the Russian Federation – 7500 km – makes relations between Kazakhstan and Russia quite close. Historically, fates of these countries are connected, for example, the Kazakh Khanate as part of the Russian Empire existed from the XVIII century to its end. Therefore, the first newspaper that appeared on the territory of modern Kazakhstan, such as "Turkestan ualayatynyn gazety" and "Dala ualayatynyn gazety" published tsar's decrees [2].

The next major step of the relationships was in period of the Soviet Union, when the Kazakh SSR and Russia were part of the same country. Accordingly, the media situations were almost the same – the media were used as a mouthpiece of government, ideology, propaganda [5]. After the collapse of the Soviet Union, relations between Kazakhstan and the Russian Federation have remained close, countries continued cooperation in a number of issues. That's what it said in the letter, "The country's Stability and Security In New Century" of President of Kazakhstan Nursultan Nazarbayev : "After independence, Russia has become not only one of the neighboring states. It is time to understand and accept that a partnership with Russia in the coming century will be one of the indispensable conditions for ensuring strategic security of the country" [3].

This position, taken not only by Kazakhstan, Russia as well has friendly attitude towards the neighboring country: "We in Russia highly value a good neighborhood with Kazakhstan. For us, your country is close partner, and more than that – close friend. Kazakhstan is key ally and reliable business partner. And we know that on Kazakhstan land you express same warm feelings to Russia, to Russian people. After all, we must not forget that behind us

we have several generations of Kazakhstani and Russian people, are inextricably linked by centuries of brotherhood, common life, memory, and just by kindred, what created our common cultural and intellectual wealth, “- Russian President Vladimir Putin said [4].

Kazakhstan and Russia have strengthened their relationships by adoption of the Customs Union, as well as the creation of the Eurasian Union, which in addition to these countries includes Belarus.

“It is the economic component of the model proposed 10 years ago, that proved to be workable in practical terms. We proceeded from the fact that it is not the old political structure, not the restoration of the former USSR, but the economy of national states which can serve as a real basis of integration. Actual experience has shown that neither past political history, nor the unity of cultures and languages nor the presence of powerful ethnic communities, linking the different countries, are not a sufficient basis for the integration process. And for Kazakhstan independence of the state is the issue number 1. We never put into question the independence that our people sought for hundreds of years of struggle. I believe that other nation states feel the same way. And in the case of the integration any state transfers part of its sovereignty to common whole only in order to acquire in this way even greater sovereignty”[5].

Review Ledger

It is necessary to focus on concepts of “information society” and “information” to better understand the importance of the issue under study. In theory of the “information society” D. Bell held the view that industrial society will be more dependent on technology [6], Brzezinski saw in this benefits to the United States [7], I. Masuda believed that the concept of “information society” will expand human interaction [8].

Results and discussion

Thus Kazakhstan information space from the time of joining the Russian Empire is inextricably linked to the Russian media. After the collapse of the Soviet Union it has been more than 20 years, but now Kazakhstan still feels the presence of the ‘neighbor’s’ voice on their territory. Some journalists, political scientists and public figures are concerned with such situation, and some say that it threatens national information security.

“Human rights activist Yevgeny Zhovtis said that Russian media are using modern anti-Western Soviet phobias, conspiracy theory: that all is direct-

ed against Russia, which, they say, is the guardian of “traditional values.” – They are, in fact, form a whole psychology of attitude, including as citizens of Kazakhstan, to Russia’s policy in relation to the events in Ukraine. In view of Russia’s policy – clearly neo-imperialistic, clearly revanchist – Russian media are instruments of this policy – said Yevgeny Zhovtis. Russian policy itself is, according to him, the obvious threat to Kazakhstan’s security, because Kremlin considers as its own interests surrounding post-Soviet space. The personification of Russia’s neo-imperialistic and revisionist policy, according to Zhovtis, is President Vladimir Putin, who sees the disintegration of the Soviet Union as a geopolitical tragedy. At the end of last week Putin, also, announced that in 2018 will once again participate in the presidential elections «. [9]

However, Kazakhstan in its majority does not follow this position, according to the opinion poll of 2016: almost three-quarters of the population of Kazakhstan are Russia positive (73.1%). Indifferently northern neighbor is perceived by every fifth respondent (20.2%), while a negative attitude towards the Russian Federation is expressed by only 5% of the population. Russia, according to the survey participants, in their relations with Kazakhstan, is motivated, above all, by the desire to equal co-operation of both countries (31.3%). The second opinion of the prevalence is that Russia is interested in political and economic influence (27.8% of respondents). One in six said that Russia is interested exclusively in the natural resources of Kazakhstan (15.7%) [10].

Events in Ukraine have become a kind of litmus test for the Kazakhstani society. What is the position of Kazakhstani people in this regard on some extent depends on their political views and opinions formed by media as Kazakhstani and Russian and some foreign media. [11].

Tengrinews.kz News Agency published an article that provides media statistics in Kazakhstan in 2010. «Among the 2700 Kazakh periodicals in Kazakh language is only 453, and 2303 – in Russian. In addition, in the territory of the Republic there are distributed 5.2 thousand Russian newspapers and magazines, of which only 2.7 thousand were registered in the Ministry of Culture of Kazakhstan. Thus, in total volume of media Kazakh language editions occupy only 5.99 percent. As for online publications, only 5.6 percent of sites have content in the Kazakh language, and there are mainly media sites and government agencies. It should be noted, at the same time, the report showed a trend of increasing support of Kazakh language editions by the state. It is mainly carried out by the state orders. So,

thanks to this content in the Kazakh language in the state media is more than 70 percent «[12]. In 2015, according to the Information and Archives Committee of the Ministry of Culture of Kazakhstan in all 2711 existing media in Kazakhstan there are 550 media published in the Kazakh language, 776 media in Russian and 741 media in the Kazakh and Russian – in the Kazakh, Russian and other languages – 654 media.

Thus, there is the fact of the predominance of publications in Russian in the information space of Kazakhstan.

Not less popular is the cable television Kazakhstan, which also has its owners. The predominant channels on cable TV are Russian TV channels NTV, STS, Cinema and many others, are popular among domestic audiences.

Hence the formation of the system of public conscience of Kazakhstanis through the prism of Russian media. The most massive is the TV, which is not presented with alternative channels to Russian and Kazakh ones. The only exception is Russian-language channel «Euronews»[13].

Thus, in Kazakhstan, a large percentage of Russian-language press, but this is linguistic issue, not political, and the Russian media often have no relation towards the Russian-speaking mass media of Kazakhstan. «[14]. However, the percentage of Russian media broadcasting in Kazakhstan or local branches of Russian media is quite large, and thus their impact on the information environment and social conscience cannot be ignored. To the question «What are the Kazakhstan media, which in your opinion, have the greatest impact on public opinion,» respondents answered as follows: AiF – 41.2%; Karavan – 33.2%; Vremya – 20.6%; Svoboda slova – 9.7%; Komsomolskaya pravda – 7.6%; Vecherniy Almaty – 5.9%; Kazakhstanskaya Pravda – 3.4%; Panorama – 2.1%; Izvestiya – 1.7%. It is worth noting that occupying the first position in the ranking newspaper «Argumenty i Fakty Kazakhstan» is a regional version of the central Russian newspaper «Argumenty i Fakty». The number of participants in focus-media team entered as favorites newspapers «Karavan», «Vremya», «Argumenty i Fakty», the magazine «Imena», TNT, OTK, ORT, CNL, NTV, Eurasia, KTK, 31 channel, Mir, Rahat. Favorite TV-shows were called «Portrait of the Week», «Profession – Reporter», «Maximum», «Criminal Russia», «Russian Sensations», «The Fight for Responsibility» [15].

According to the results of this study it is also obvious that Russian television is popular among Kazakhstanis. Russian media affect the informa-

tion society in Kazakhstan, positively adjusting it to Russia and its policies, but the extent of political purpose is not known until the end, because the Russian media can work in Kazakhstan for profit. Also, in formation of positive image of Russia partially participate and Kazakhstan state-owned media, which hardly covered the events in Ukraine and in general promote the friendly relations between the neighboring states. Using the Kazakh or Russian language is not identified with origin, the trend of increasing Kazakh-speaking audience understandably leads to a weakening of the influence of Russian media outlets that broadcast in Russian.

Russian channels receive government subsidies for the promotion of information policy among the Russian-speaking population in Kazakhstan. This was mentioned in panel discussion at the VII Mediakurultay, which ran November 14 in Almaty, said General Director of «Channel 31» Bagdat Kodzhahmetov: «This, I think, is not a secret that the Russian mass media (media holdings) periodically receive subsidies from Kremlin to disseminate information outside of Russia (...) this is infopropaganda. They (Russian channels – authors note) broadcast to the whole world, including in Kazakhstan, and that's fine ». [16]

Kodzhahmetov also commented on a noticeable decline in the volume of advertising on TV channels of Kazakhstan. First of all, he says, this is due to factors such as the devaluation, the ban on advertising of beer and pharmaceuticals.

Let's note that the Russian channels are really prevalent in Kazakhstan. According to recent data, 158 Russian TV channels registered in the country, while the total number of foreign channels – 235.

Thus it is possible to draw the following important conclusions:

- Russian media are one of the main agents of influence on Kazakhstan's information space, but their role is gradually weakened with the increase of Kazakh-speaking audiences

- Coverage of world events (the Russian-Ukrainian conflict) to some extent is viewed by Kazakhstan media through the prism of the Russian

- There is a linguistic duality, the difference in the form of information and its perception

- Kazakhstan Society split in connection with the events in Ukraine, according to the principle of confidence in the Russian media

In the study of the preservation of national identity of Kazakhstan mass media, there is a need to study the current situation. An important issue is to determine in which the information space are Kazakhstanis. According to data obtained by the theo-

retical study material (articles, statements of political scientists, public figures) there are a number of factors that indicate a slight degree of presence in and in some cases dominance of Russian media in Kazakhstan's information space.

In order to try identifying in which information space are Kazakhstanis, a sociological poll was conducted on the streets of Almaty by random sampling method. All respondents were asked two questions: «Where did you hear the news?» and «Where do you learn world news?». Summing up the results of the survey revealed that young people prefer to get news from the Internet, while older people watch television and read newspapers. Also, the trend of Russian mass media popularity appeared obvious, namely television channels like «Pervy Kanal Eurasia», «NTV», the newspaper «Argumenty i Fakty», social networks mail.ru and vk.com [17].

This survey has outlined certain trends, but the poll was attended by only 11 respondents, therefore, there was held one more stage of poll – a large-scale sociological survey. For convenience and purity calculations, it was decided to conduct the survey on the Internet and spread through social networks.

The poll is one of the most effective methods of survey, which helps to trace certain trends, analyze the situation and respondents' attitudes to certain things.

This survey took 406 participants, the analysis made based on 300 participants for technical reasons, namely the restriction by site surveymonkey.com on the number of respondents. Thus, there were three identical surveys, in each the first 100 responses were analyzed.

Following analysis – is the whole survey analysis, including answers to the three surveys, which means the responses of 300 respondents.

The first question «Your age group» was asked to determine the age of the respondents. Of 300 people who took part in age «under 17 years» category are

17 people, accounting for 5.7%. 172 people who participated in the survey, aged 18 to 21 years – this is the most numerous category and is 57.3%. Respondents aged 22 to 29 years old account for 29.3% of all survey participants and constitute the second largest category – 88 people. 3.7% in the age group from 35 to 45 years old, which amounted to 11 people. 3% – are respondents older than 45 years, 9 people. And 1% of respondents did not wish to disclose their age, that were three people out of 300 respondents.

Next question: «Where do you learn the news more often» was aimed at identifying the main respondents' source of information and implied the answers such as: television, radio, newspapers, the Internet and rumors. 10.3% of respondents chose the option «TV», 1.3% prefer radio, only 1 out of 300 people responded «newspaper» – 0.3%, 252 people voted for the «Internet», which is 84%, 11 people get information from the rumors – it's 3.7% of all respondents.

Thus, the most popular source of information is the Internet. However, it is necessary to take into account the fact that the survey was conducted by means of the Internet, and the answers to this question are not very objective. They express the view of certain segment of Internet users, i.e. people aged 18 to 21 and category in age from 22 to 29 years. However, the main purpose of this survey is not a determination of the source of information but sources of information relation to a particular information field of the country.

Based on this, the most important issue of the survey can be considered the question of the credibility of certain media in Kazakhstan. Respondents were asked to place their confidence level in the following media: national newspapers, Russian newspapers, Kazakhstan radio and TV, Russian radio and TV, the media abroad, as well as Internet: Kazakh, Russian and sites abroad. The results are shown in the table below.

Table 1 – What is the extent of credit to following mass media (?)

	Completely	Partially believe	Do not believe	Do not use
Kazakhstan newspapers	12,6	44,6	7,4	35,4
Russia newspapers	5,1	36,2	16	42,7
Kazakhstanradio and TV	15,2	62	11,3	11,7
Russiaradio and TV	9,3	54,4	14,4	21,9
Foreign media	11	57,6	12,5	18,9
Internet (Kazakhstan sites)	11,8	68,3	15,3	4,5
Internet (Russia sites)	5,6	60,2	22,2	12
Internet (foreign sites)	11,4	63,3	16	9,3

The greatest credibility of Kazakhstanis belongs to Republic radio and TV – 15.2%. The second place on the credibility of the media occupied by Republic newspapers – 12.6%. Despite the fact that these media types cause biggest trust of the audience, 35.4% of respondents answered that they do not use newspapers, in lack of demand they are second only after Russian newspapers – 42.7%.

Least of all Kazakhstanis trust the Russian segment of the Internet – 22.2% of all respondents. The second line shared by the Russian newspapers and foreign media. “[18].

Continuing to analyze the Internet segment we can conclude that the credit of trust to Russian sites by Kazakhstanis is even lower than to foreign sites, namely Kazakhstanis fully trust Kazakhstan sites – 11.8% of respondents, sites far abroad – 11.4% and Russian sites only 5.6% of respondents. On the issue of partial-trust, the Russian sites also ranked third. As well as the highest percentage of respondents in the Internet segment, considered that they do not use Russian media sites – 12%, mean while 9.4% do not use far-abroad sites and 4.5% of the respondents do not use Kazakh sites to obtain information. “[19].

Thus, the largest number of respondents preferred the Internet, where they underline predominantly Kazakhstan sites. Despite the fact that this study mainly affected only the audience between the ages of 18 to 29 years (active Internet users) it is possible to come to the conclusion that Kazakhstani online publications win, or rather win back the attention of Kazakhstanis.

Conclusions

Prospects for the media in the preservation of national identity.

In order to optimize the information space we should pay particular attention to the following factors and parameters:

- Achievement of efficiency of legal regulation of the media activities;

- Information Security;

- Dissemination of false information;

- Questions of private media, in particular, the closure of media outlets for technical reasons;

- Participation of foreign capital in the financing of Kazakhstani mass media;

- Introduction of uniform penalties for obstruction in obtaining information and dissemination of false information, i.e. distinctly determine the right of journalists to obtain information and the responsibility for presenting materials;

- ensuring the transparency of the information market.

We should also highlight the problem of the digital divide, more developed countries with large media holdings, funds and turnover have more opportunities and a greater sphere of influence in less developed country and mass media.

It requires a scientific approach to understand the language processes occurring in the country at the moment. As well as a deeper and more comprehensive approach in addressing this issue. It is necessary to study the nature of the language arrangements in the country and come to a common solution. Since the linguistic duality in some ways becomes political, ethnic print that contains some kind of danger.

References

1. N. Begaliyev philosophy in modern world: the development strategy of Kazakhstan Proceedings of the I Congress of Philosophy. – Almaty, 2013.
2. The first Kazakh newspaper [Electronic resource] // Tarikh. – 2014. – URL: <http://www.tarih-begalinka.kz/ru/timetavel/page3280/> (reference date: 05/20/2015)
3. Minaev O. Soviet agitation and propaganda: how did it work? [Electronic resource] Diletant. -2014. – URL: <http://diletant.ru/interview/20599561/> (reference date: 20/05/2015)
4. The stability and security of the country in new century. Message from the President of the Republic of Kazakhstan to the people of Kazakhstan. December 14, 1999.
5. Kazakhstan-Russia relations 2000-2004. Collection of documents and materials. Astana-Moscow, 2004.
6. Nazarbayev N.A. Strategy of independence. Almaty: Atamura 2003.
7. Kozlov, V.A. Genesis of theory of information society in XX-XXI century [electronic resource] // Modern science and education. – 2014. – № 5.
URL: www.science-education.ru/119-15216 (reference date: 20/05/2015)
8. Alekseeva I.Y. What is the Knowledge Society? Moscow: Cogito Center 2009.
9. The Russian mass media in Kazakhstan after the Crimea [Electronic resource] // Central Asia Monitor. – 2014. – URL: <http://camonitor.com/14350-rossiyskie-smi-v-kazahstane-posle-kryma.html> (reference date: 20/05/2015)
10. Mukhamedzhanov B.G., Zhusupova A. Kazakhstan in evaluations of population and experts. Almaty, 2011.

11. K. Koguzbaev Kazakhstan mass media after [electronic resource] Radio Azattyk. – 2015. – URL: <http://rus.azattyq.org/content/vlianie-rossiyskikh-smi-kazakhstan/26710733.html> (reference date: 20/05/2015)
12. In Kazakhstan, 5.9% of mass media are issued in state language [electronic resource] nur.kz. – 2011. – URL: <http://www.nur.kz/178364.html> (reference date: 20/05/2015)
13. Vidyanova A. Influence of Russian mass media in Kazakhstan will be reduced [Electronic resource] // Capital. -2014. – URL: <http://kapital.kz/gosudarstvo/28854/vliyanie-rossijskih-smi-v-kazahstane-budet-sokracshatsya.html> (reference date: 20/05/2015)
14. On information security speak only media people and experts [Electronic resource] // Radiotochka. – 2014. – URL: <http://radiotochka.kz/5639-dosym-satpaev-ob-informacionnoy-bezopasnosti-govoryat-tolko-mediyshiki-i-eksperty.html> (Reference date: 05/20/2015)
15. Public figure Dos Kosshim: “All these divisions on the Kazakh-Russian-speaking – do not carry any political meaning” [Electronic resource] // Radio receiving. – 2014. – URL: <http://radiotochka.kz/3011-.html> (reference date: 20/05/2015)
16. Nysanbaev A.N. Dunaev V.Y., Kosichenko A.G., Kurgan V.D. Role of mass media in the consolidation of modern Kazakhstan society. Almaty, 2010.
17. Printed Media 2012: the development of strategies, assets, incomes, mergers and acquisitions. [Electronic resource] // Adindex. – 2013. – URL: <http://www.adindex.ru/publication/analitics/channels/2013/04/19/98485.phtml> (reference date: 05/20/2015)
18. R. Esenkulova Russia channels receive subsidies for info-propaganda in Kazakhstan. [Electronic resource] // TengriNews. – 2014. – URL: http://tengrinews.kz/kazakhstan_news/rossiyskie-kanalyi-poluchayut-subsidii-infopropagandu-265196/ (reference date: 05/20/2015)
19. Kabdulinov Z.E., Iskakov K.I. Globalization and national identity as factors in the development of the information space: Trends and Prospects // Mass media in system of political institutes: the theory and practice. 2010.

A. Құрманбаева

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы,
Алматы қ., e-mail:alma_kurmanbaeva@mail.ru

ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ЖУРНАЛИСТИКАНЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Қазақ, журналистикасының өрісі кеңейіп, тақырып жағынан түрленіп бара жатканына ешкіннің де таласы жоқ. Ең бастысы – кез келген автор өз көкейіндегі ой-пікірін қаймықпай, ашық айтуда қызылы. Егемендігімізді алмай тұрып Қазақстанның экологиясы туралы жеке мақала жаза алмаған күндер де болған. Ал тәуелсіздігіміз қолымызға тигеннен кейін де бұл тақырыпты құн тәртібіне қоя алмадық. Өйткені еліміз жаңа экономикалық және саяси мәселелерді шешуі кезек құттірмес жұмыс болатын. Солардың бірі нағыз мәселе тұдырып отырған – экология тақырыбы болатын. «Қазақстан» – «Экология» – «Мерзімді баспасөз». Осы үш үғым бүгінгі таңда ен маңызды мәселелермен үштасып жатқаны ақиқат.

Түйін сөздер: экологиялық журналистика, экология, мәселелер, үкімет.

A. Kurmambayeva

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы, e-mail: alma_kurmanbaeva@mail.ru

Особенности экологической журналистики Казахстана

Современная казахстанская журналистика развивается в разных направлениях. Журналисты имеют право выражать и отстаивать свое мнение в публикациях СМИ. При этом любой автор выдвигает свои идеи, свое видение в решении вопросов, касающихся экологических проблем не только в конкретных регионах, но и в республике в целом. До обретения страной независимости решение вопросов, касающихся проблем экологии, которые ставила казахстанская журналистика, отодвигались на второй план, так как в приоритете были экономические, политические и другие отрасли.

В данное время экологические проблемы решаются на правительственном уровне. Журналисты постоянно освещают экологическую тематику в СМИ.

Ключевые слова: экологическая журналистика, экология, проблемы, правительство.

A. Kurmambayeva

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: alma_kurmanbaeva@mail.ru

Features of environmental journalism in Kazakhstan

There is no doubt that modern Kazakhstani journalism is developing in different directions. Journalists have the right to express and defend their opinions in media publications. At the same time, any author puts forward his ideas, his vision about issues related to environmental problems not only in specific regions, but also in the republic. Prior to the country's independence, the solution of environmental issues posed by Kazakhstan's journalism was pushed to the background; because the priorities were economic, political and other spheres.

Nowadays, environmental problems are solved at the governmental level. Journalists constantly cover environmental subjects in the media.

Key words: environmental journalism, environment, problems, government.

Kіrіспе

Заман талабына сәйкес, Қазақстанда да айналадығы қоршаған ортанды таза ұстасу, табиғатты қорғау мәселесіне қатысты мемлекеттік және қоғамдық ұйымдар көптеген пайда болып, олар негізінен, өз қолымыздан жасап отырған қатерге қарсы құрес шараларын белгілеумен, қауіптің алдын алу жолдарын қарастырумен шұғылданып келе жатқанын байқаймыз.

Бұл проблема – біздің баспасөзіміздің де өзекті тақырыбы. Оны баспасөз беттеріндегі экология тақырыбына жазылған көптеген материалдардан көріп жүрміз.

ҚР Президенті Н. Назарбаев «Қазақстан-2030». Барлық қазақстандықтардың өсіп-өркендеуі, қауіпсіздігі және әл-ауқатының артуы» атты Жолдауында осы мәселенің мән-мағынасын айқындал берген. Онда: «2030 жылғы Қазақстан ауасы таза, мөлдір сулы, жасыл жеке тілге айналуға тиіс. Өндіріс қалдықтары мен радиация бұдан былай біздің үйлеріміз бен бақтарымыздың енбейтін болады», деп атап көрсетілген [1].

Негізгі бөлім

Қазақ ұйымында «табигат» деген ұғым «туған жер» деген сөзben мағыналас, мазмұндас айтылады. Мысалы: «Тұған жерге туынды тік», «Тұған жердің топырағы да киелі!», «Жері байдын – елі бай», «Қара жер қарыз арқаламайды», «Жер – ана, ел – бала», «Тозған жерде тоқшылық болмайды» осылай кете береді.

Қазақ халқының туған жерге деген ыстық ықыласы мен аялы алақанын, жүрек жылуын сөз еткенде, даламыздың данышпан абызы ері ақыл-гөйі Асан қайғы бабамыз аскар таудай алыстан көрінеді. Асан қайғы бабамызды қазақтан шықкан тұнғыш эколог деп мақтан етуімізге болады. Оның Желмаяға мініп алып, Жерұйықты іздеуі, қазақ жерінің әрбір өзен-сүйна, кең-байтақ даласына берген бағасы осы күнге дейін өз құнын жойған жоқ.

Күллі түркі халқының данышпаны саналатын Қорқыт атандың қалдырган мұраларында да «асқар тауларың құламасын, саялы ағаш сынбасын, қанаттарың қырқылмасын» деген ұғымдар – туған жерінің табигатын аялай біліндер деген аталы сөздер болса керек.

Шығыс халықтарында имандылықтан келетін үш сауап бар: шөлде құдық қазған, езенге кеңір салған, жолға ағаш еккен.

Демек, біздің қазіргі кезде аузымыздан тастамай, қунделікті айтып жүрген экологиялық мәселелерімізге қазақ халқы ертеден-ақ ерекше мән беріп, тіршілік әрекетін соган сәйкес жүргізе білгенінің айқын бір дәлелі.

«Прогресс» атауының өзінен-ақ шаршапшалдыққандық белгісі байқалады», – деген болатын кибернетик Норберт Викер. Ал енді осы сөздің ақиқат екендігі бүгінгі өмірдің барлық салаларында көрініс табуда. Әрине, өркениетті қоғамымыздың алуан түрлі ғылыми мен техникасы арқылы биік белесті алғанымыздың көзіміз жетіп, бір серпіліп қалатынымызға дау жоқ. Оны мақтаныш тұту заңды құбылыс рухани түрғыда керек те шығар. Алайда, сол ғылым мен техника әлеміндегі барлық жаңалықтарды тек кана шексіз игілік деп қабылдай бермеген абзал болар. Өйткені, әлгі «прогресс» ұғымын құрайтын қандай да кол жеткен жәністің астарында төгілген тер, жүқарған жүйке жатқаны белгілі. Міне, соншалықты бейнетінің қайтарымы үнемі болады деп есептеу – аңғалдық деп ойлаймыз. Оны қунделікті өмірде әне жер, міне жерде жіті бой көрсетіп қалып жүрген құллі планеталық апаттар дәлелдеп отыр.

Нәтиже

Экология мәселесі – бүгінгі күннің алдыңғы орында тұрған басты мәселесі. Осы тұста таратып айттар болсақ екі алғашқы мәселені таратып жазу керек сияқты.

Ақын Қ. Мырза Әли айтқандай: «Біледі жердің паркын кім?!», Білмегендіктен тозды адам. Ақымақтығынан әркімнің, Аздың-ау біраз, Боз далам!» немесе: «Ақын әсте сияқты, Адвокаты талдың да, Жусан менен қияқтың, Жауап берем алдында, әлде: «Сіз болып не біз болып, Қойдық па дұрыс қарамай, Әмусіз, Сырсыз Тұз болып, Төменге шөккен Арап-ай!.. Бара бермейтін паркына, Бассыз жандарға нәлет те! Немесе айрылып қалып, Артынан, Жылау біздерге әдет пе?!» – дегендей жағдайға жетіп, қазіргідей мүшкіл халға де душар болдық.

Бұлардың барлығы «Кеңестік Социалистік Республикалар Одағы» деп көзінде тек бас әріптермен жазылған жалмауыз мемлекеттің «Сол-қылдатып соғылсын бесжылдықтың балғасы!» деп шаруашылықты «өркендету» деген желеумен жүргізілген мақсатты зобалаң екенін кеш түсіндік. Рас, елдің игілігіне деп кең-байтақ даланың тұс-тұсынан зәулім қалалар салдық. Халықтың мұддесін қорғау жолында энергия қуатымен қамтамасыз ету үшін ғасырлар бойы аринасы бұзылмай келген өзендерімізді жырып-жырып, электр станциялар салдық. Олардың бәрі бүкіл Одақ көлемінде жүргізілгенін ешкім жоққа шығармаса керек. Бұл жерде империялық өркөкіректік саясат болғанын бүтін фана мойындағы бастаған жайымыз бар.

Барлық қолдағы құндылығымыз құрып-жойылып біткеннен кейін ғана, сан соғып қалатынымыз қалай? Мысалы: Семей ядролық полигоны, 18,5 мың шаршы километр аймақта 1949-1989 жылдар арасында ашық аспанды, жер бетіндегі, келе-келе жер қойнауында жарты мыңға жуық жарылыс жасаған. Сондай қорқынышты мәлімет жарты ғасырдан кейін тиіп-қашып қана жария болды.

Ал қазақтың жарым-жартылай маңдайына біткен Арап теңізі, оған Эму мен Сырдан бұрындары сарқырап жататын су доғарылып, оның есесіне теңізден кері дарияға құйыла бастаған сүмдүкты да баяғы шалқар теңіздің о шеті мен бұшетіне енді адам жаяу кешіп өтетін заманның келгенін де ел қазір ғана көріп отыр.

«Арзамас-16» арнайы экспедицияның 1966 жылы 300 бас жанұясы тіршілік ететін Азғыр ауылынан бір жарым-ақ, қол созым қашықтықта 165 метр шұңқырда тұнғыш жарылыс жасағанын біреу біліп, біреу біле коймас. Содан бері Азғыр аймағының он нұктесінде 17 жарылыс жасалған. Солардың біреуінің орнында қазірде диаметрі 600 метр «көл» пайда болған. Әрине «радий активті» көл.

Жетпіс жыл бойы бірде – он жеті, бірде – он бес республиканың төбесінен төнген нәубет бұлты қебіне-көп Қазақстанның аспанына үйірлігенді. Колхоздастыру науқаны кезінде мәңгілік тарихта қолындағы малымен ғана аты әйгіленген қазақтың алдындағысын сыйырып алғасын, ашаршылықтың бар нәубетін біздің ұлт көрді. Жаппай қазак жеріне басқа ұлт өкілдерін қоныс аударту мен түрмедин шыққандарды Сарыарқа жеріне қоныстадыру. Тұмса жерге, «миллиардтаған астық өсіреміз» деп түрен салып, бас-аяғы оншақты жылда қазақтың қайран шұрайлы өрісін іске алғысыз етіп – **табиғат экологиясына** тіреді. Қаруар уақыттар бойы тек өздеріне ғана тән өркениет, мәдениет, тұрмыс-тіршілік қалпын, мындаған жылдық мол тәжірибе арқасында жеткен елдің қолайлы дәстүрін, әдет-ғұрпын аяқасты етіп, **адам экологиясына** әкеліп соқтықтырды.

Ойтолқы

Осы жерде біз **табиғат экологиясына** тоқталайық. Сол 15 одактық республикалар ішінде ең сормандаған болған Қазақстан территориясы десем артық болмайтын шығар. Батыс, Шығыс, Оңтүстік, Солтүстік аумақтарының барлығында техникалық прогрестің аяғы жетпеген жер қалмапты. Оңтүстікті алатын болсақ, Қызылорда облысының аумағанды Уран өндірісі, Байқоңыр

ғарыш айлағы, Арап өңірі, Арапдың ішіндегі «Қайта өрлеу» аралы. Ақтөбеде Ембі полигоны, Атырау «Капустин Яр», Семей «Каражал», «Қайнар» полигондары, Өскеменде соңғы уақытта ураннан қалған қалдықтарды сақтайдын **ядролық отын банкі**, Торғай облысының аумағы Ресей әскерилерінің сынақ аумағына айналмағаны.

Үлбі металлургиялық зауыты аумағында орналасқан ядролық отын банкі бар-жоғы бір жыл ішінде Ел Үкіметі мен Атом энергиясы жөніндегі халықаралық агенттік (АЭХА) арасындағы келісім аясында салынып шыққан. Мамандардың айтуынша, бұл гимарат 8 балдық зілзалаға төтеп бере алады. Ол температуралық және радиологиялық датчиктермен жабдықталған. Уранның гексафториді қалындығы 12 сантиметрлік өте төзімді болат цилиндрларда сақталатын болады. Сақталатын отынның жалпы мөлшері 90 тоннаны құрамақ [2]. Бұғынгі табиғи экологиямыздың түр сипаты осындағы, көңіл көншітпейтінін біліп отырмыз.

Осыны 1918 жылдың өзінде Мұхтар Әуезов «Қазақ қашан жетіледі» деген проблемалық мақаласының бір тұсында «Адамға қорек беретін табиғат, адамның тұрмысын, кәсібін, жан сипаттарын һәр түрге салатын табиғаттың шарттары һәр халықтың мінезі, қылышы, салты, гайлы (пейіл), талабы, жігері өз маңайындағы табиғат әсерінен пайда болады; бірақ адамды ілгері басқызып, өнер тапқызатын жалғыз табиғат емес, табиғат берген қазынамен адамның қалай пайдалана білуінен. Сондықтан ауқат арттыру, тұрмыс түзеу адамның өз харекет, сүйегіне біткен зеректігі, қайратының арқасында табылады», – деп атап өткен болатын [3]. Енді бұғынгі тірлілігізде осыған дейін М. Әуезов айтқан ойды жаңаша тұрғыдан шолуды заманның өзі талап етіп отырғаны даусыз.

Байқап отырысық, айналып-үйіріліп келгенде, елге де, жерге де жасалатын қияннаттың басым көпшілік үлесін Қазақстанның пешенесіне жазған секілді.

Адам экологиясына. Ертеректе бір философ: «Адам дегеніміз – әрқашан да қателік жасамай жүрмейтін хайуан», – деген екен. Айт-айтпаса да – солай. Бір нәрсені асты-үстінен шығарып үнемі бүлдіреміз де қарап отырамыз... Оның басты мысалы өзімізді жаратқан Ұлы Мәртебелі Табиғатқа бұғынгे дейін жасалып келле жатқан зорлық-қияннаттан табылады. Кім көрінген байқай бермейтін «әлімжеттік» тап сол Табиғатқа әр кезде әртүрлі формаларда үздіксіз жүзеге асырылыпты. Бұғынгі күні аты әлемге

белгілі классик ақын ағамызы Олжас Сүлейменов: «Қара Жер, Қария Жер, Табын маған! Тәңірің, Құдайың да – мына мемнін!» – деген болатын [4]. Бұл жерде ойға грек мифологиясындағы енесінен жартылай тумай жатып, сол арада-ақ енесін өзі жей бастайтын құбыжықты еске салатын жағдай. Әйтпесе, біз білетін Күн жүйесіндегі жалғыз саналы тіршілік иесі планета – Жерге: «Құдайың да – мына мемнін!» деп айтуда қалай ғана дәті барды екен?! Кезінде ғалым Мичурин де: «Біз табиғаттан мейірім күтіп отыра алмаймыз. Оның бермесін тартып алу – біздің міндеттіміз», деген болатын.

Осындағы мысалдарды көптеп келтіре беруге болады. Содан шығатын ой «Жаратылыс өз соры үшін» бізді жаратты ма екен? Әйтпесе адам қандай да бір керемет жаңаңық ашса да, солардың барлығының астарында тұптің-түбінде Жаратылысқа міндетті түрде залалы тиіп жатады.

Міне, адамның саналы жыртқыштығы мен аңың инстинкті жыртқыштығының арақатынасындағы айырмашылықтың қайда жатқандығы!

Демек, жан-жануарларға қарағанда, адамның сана-сезімі, ойлау қабілеті артық болғандықтан, бұдан былай қарай іс-әрекеті, құмылы биологиялық шеңберден асып шығып, табиғи байлыққа деген құштарлығы қауіпті сипатқа ие бола бастауы – адам экологиясының бастауы.

Корытынды

Мәселе – ТАБИҒАТТА!!! Бұлдірсек қалпына келмейтін ең үлкен мәселе – тап осының өзі. Адамзатты осы Табиғатпен тәрбиелеу керек! «Керек!» дейміз... Тиістіміз! Әйтпесе, «...біз табиғатпен тартысымыздығы жеңісімізге мақтанбайық. Табиғат әрбір жеңісіміздің өшін алады. Бұл жеңістің әрқайсысы, шынында, әдепкіде біз есептегендегі жемісін берер, бірақ екінші, үшінші ретте көбіне-көп алғашқы табысты мұлде жойып кететіндегі күтпеген нәтижеге әке-ліп тірдейді»[5].

Ағылшынның қиялгер-жазушысы Артур Кларк: «Біздің үрпағымыз Жер бетіндегі тіршілік атаулыны қалай жоюға болатын тәсілін біліп те алды...», – деп кекеткен еді. Солай – солай шығар. Әйтпесе, «Қоғам азған,// ел азған,// Заман

азған...// Бірақ Жер дәл бұлай азбаған-ды!» – деп Қадыр Мырза Әлі жырламаған болар еді.

Экология мәселесін көтеруде бәрінен бұрын казақ газеттерінің сіңірген еңбектерін ерекше атап өткен абзal. «Мерзімді баспасөздің ішінде қандай бір дәрежеде, қандай қөлемде, нендей жанрда болғанмен, табиғатты қорғауда жіберіп отырған, айналып-үйіріліп өзімізге таяқ бол тиетін қатерлі астамшылығымызды, яғни экологиялық дағдарыс тудыратын жағымсыз қылқытарымызды жария етпеген үнқағаз жок» деп батыл айтар едік.

Жазушы Сергей Залыгин «Тарихта қазір адамзат тіршілігінде жаңа ғылым, жаңа сала – экология – туып келеді, – деген ол. – Ол басқа ғылымдар тәріздес, лабораторияларда, оқымыстылар кабинеттерінде пайда болған жок. Ол – адамзаттың бас сауғалап тірі қалу проблемасын шешуі тиіс жауапкершілік талап ететін адамдардың қоғамдық сана-сезімінің нәтижесі. Міне, осының салдарынан экология көптеген жағдайда академиялық институттар және Ғылым академиясымен пышақтасып қалуды» [6].

Осы үзінділерден қарал отырсақ, казақ баспасөзінде күні кеше ғана белсенді түрде көтеріп жатқан мәселе міз – қоршаған ортаға аландаушылық білдіру, экологияның алапат қыфылығына жұртшылықтың қозеңін ашуадығы талпыныстарымыз – бұрынғы КСРО кезінде-ак, Одак публицистері, ақын, жазушыларының аузында болған екен. Сол кездердің өзінде, біз әлі де Одактың «рухани темір құрсауында» болып, сол табиғатпен жиған-тергенімізді Ресейдің апандай аузына мәңгі тосуымызға шек келтірмегендіктен бе, біздегі күннен-күнгө басымдық білдіріп келе жатқан экологиялық зауалға әлі қаламгерлердің үн қосқанын байқаймыз. Ал сонда адамзат тіршілігіне күнбе-күн және үнемі керек қажеттілігін кімнің немесе ненің есебінен толықтырған жөн. Әрине, Жер планетасының есейіп келе жатқан Саналы Тіршілік Иесі өзінің «имиджіне» деңгейлес тұратын биіктікті жанұшыра қарастырапы анық. Қазіргі ұғымымыздығы материалдық құндылықтарды жасайтын көздерді іздейстіреді. Оны айналып-үйіріліп келгенде, сол баяғы өзін жарық дүниеге әкелген Жаратылыс Табиғаттан талап етеді.

Әдебиеттер

- Назарбаев Н. Қазақстан – 2030. Барлық қазақстандықтардың өсіп-өркендеуі, қауіпсіздігі және әл-ауқатының артуы. Ел Президентінің Қазақстан халқына Жолдауы. – Алматы: Білім, 1997. 16-17 б.
- <https://kaz.altaynews.kz/archives/18982>

3. Әуезов М. Шығармаларының елу томдық толық жинағы. 1 т. – Алматы: Ғылым, 1997. 113-бет
4. Сұлейменов О. Әр күн – арайлы таң: өлеңдер мен поэмалар. – Алматы: Жазушы, 1986. 321 б.
5. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. – 2-ое издание. – Т. 20. – М.: Политиздат. – С. 495-496.
6. Залыгин С. Поворот. В судьбе природы – наша судьба // Писатели об экологических проблемах. – М.: Художественная литература, 1990. – С. 193.

References

1. Nazarbayev N. Qazaqstan-2030. Barlik qazaqstanlsqtardin usip-urkendeui, quipsizdigi zhane al-auqatinin artui. El Prezidentinin Qazaqstsn halqina Zholdau. – Almati: Bilim, 1997. 16-17 b.
2. <https://kaz.altaynews.kz/archives/18982>
M.Auezov. Shigarmalarinin 50 tomdik zhinagi.1t. – Almati: Gilim, 1997.113-b.
Suleimenov O. Ar kun – araili tan. Olander men poemalar – Almati: Zhazushi, 1986. 321-b.
Marks K., Engels F. sozn.2 izdanie. T.20. – M.: Politizdat. – 495-495 s.
Zaligin S. Povorot. V sudbe prirodi – nazha sudba// Pisateli ob ekologisheskikh problemah. – M.: Hudozhestbennaya literature. 1990. – 193 s.

¹М.Х. Argynbayeva, ²D.T. Gubasheva

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,
e-mail: ¹argynbaeva@mail.ru; ²dariga.79_97@mail.ru

DEVELOPMENT OF THE ADVERTISING MARKET IN KAZAKHSTAN

The article is devoted to the investigation of the advertising market in Kazakhstan. In the article, it is told about the history of advertising, the genre of print advertising, the agitation principle of advertising, the advertising concept and promotion strategy, the organization of various advertising campaigns and promotions. There was given a full description of the chronology of advertising legislation, expert opinion on the impact of the advertising business on the economic development of the country. And also the article analyzes local advertising agencies: Favorite Media Group, Advanced Style, Mad Group, Mozaic Media, Media Shop MSBP agency, Magma Kazakhstan, Media LandST, Whole Central Asia, Star Media Company, Headquarters Media, Diamond Creative Studio, Informservice, Good, etc.

Key words: advertisement, advertising legislation, advertising campaigns, history of advertisement, promotions.

¹М.Х. Аргынбаева, ²Д.Т. Губашева

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Республика Казахстан, г. Алматы,
e-mail: ¹argynbaeva@mail.ru; ²dariga.79_97@mail.ru

Развитие рекламного рынка в Казахстане

Статья посвящена исследованию развития рекламного рынка в Казахстане: история рекламы, жанр печатной рекламы, агитационный принцип рекламы, рекламная концепция и стратегия продвижения, организация различных рекламных акций и кампаний.

Авторы дают полную характеристику хронологии законодательства о рекламе, приводят мнение экспертов по поводу влияния рекламного бизнеса на экономическое развитие страны, анализируют местные рекламные агентства: FavouriteMediaGroup, AdvancedStyle, MadGroup, MozaicMedia, MediaShopMSBPAgency, MagmaKazakhstan, MediaLandST, WholeCentralAsia, StarMedia-Company, Штаб Медиа, DiamondCreativeStudio, Информсервис, Good и т.д.

Ключевые слова: реклама, Законы о рекламе, рекламные кампании, история рекламы, акции.

¹М. Арғынбаева, ²Д. Губашева

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан Республикасы, Алматы қ.

e-mail: ¹argynbaeva@mail.ru; ²dariga.79_97@mail.ru

Қазақстанда жарнама нарығының дамуы

Аталмыш мақала Қазақстандағы жарнама нарығының дамуын – жарнама тарихын, баспа жарнама жанрын, жарнаманың үгіт-насихат принциптерін, жарнама концепциясын және даму стратегиясын, түрлі жарнама акциялары мен кампанияларын үйымдастыруды зерттеуге арналған.

Жарнама туралы заңнамалар хронологиясының толық сипаттамасын, жарнама бизнесінің мемлекеттің экономикалық дамуына әсері туралы сарапшылар пікірін берген, жергілікті жарнама агенттіктеріне – Favourite Media Group, Advanced Style, MadGroup, Mozaic Media, Media Shop MSBP agency, Magma Kazakhstan, MediaLand ST, Whole Central Asia, Star Media Company, Штаб Медиа, Diamond Creative Studio, Информсервис, Good т.б. сараптама жасаған.

Түйін сөздер: жарнама, жарнама туралы Заңдар, жарнамалық кампаниялар, жарнама тарихы, акциялар.

Introduction

In the modern information space of Kazakhstan there is a glut of an information product. The information market, as part of the overall market, is at risk. Foreign researchers give three factors that determine the growth of the market: the political stability of society, leading to increased investment, including in the form of advertising; growth of the purchasing power of the population and competition in the consumer market. What is the advertising market in Kazakhstan?

Main body

Edwin Toffler considers the history of mankind as three civilizational waves. The first wave - agricultural, lasts more than five thousand years. The second - industrial - begins with the XVII century and lasts until the XX century, only more than two centuries. And the third wave - information, begins in the middle of the XX century, which by our time has developed into a digital one. According to this theory, the history of world advertising can also be divided into several stages. The first of these is the period from the 3rd century BC before the XVII century; the second period - from the XVII century to the XX century. The third stage begins in the mid-20th century. And rightfully we can call the new time - the time of the birth of a new stage of advertising - advertising as a phenomenon of mass culture, and not just as a marketing and PR-tool.

The first organization engaged in advertising, appeared in Kazakhstan in 1951 and was called «Advertising and Trade Equipment.» Then it was renamed «KazTorgReklamu» and was a member of «SoyuzTorg reklama», which included the organizations of all the republics of the USSR.

During the Soviet period, the development of advertising in Kazakhstan took place on the basis of general principles, which were basically agitation. The genre of print advertising was distributed - posters, posters, etc. In 1971 the first advertising application «Advertising» was published to the city newspaper «Vechernaya Alma-Ata», in which advertisements were published. By 1983 the circulation of the application was 190 thousand copies, which indicates its popularity and relevance.

In the publishing houses of book and educational literature in the 80 years began to be created departments of advertising, which dealt primarily with advertising support of various book exhibitions. Print advertising was presented by all kinds, which are in demand today. These are booklets, catalogs, leaflets, brochures, posters and posters. Unofficially, there were spontaneous locations for advertisements

in cities, usually about hiring or renting out homes. Advertising appeals that sounded from the posters - «Drink Soviet Champagne!», «Fly Aeroflot!» etc., served as agitation, and the Great Soviet Encyclopedia contained the definition of advertising: «Advertising is a means of fooling buyers and imposing them often useless goods of questionable quality».

In 1991, with the Declaration of Independence in Kazakhstan, the economy switched to market principles. In 1993, the first free newspaper «Va-Bank» (later renamed «Rec-Time») appeared as an appendix to the newspaper «Komsomolskaya Pravda». Its initial circulation was 40 thousand copies, and the volume - 8 pages of A-3 format. But this was enough to make a coup in the field of advertising media. And, first of all, it was connected with a fundamentally new system of newspaper distribution: post mailboxes were delivered to all the postal boxes to the townspeople.

In the first year, the circulation of the newspaper doubled, and in three years it reached 180,000 copies. In 2008, the circulation was at a peak and amounted to 285,000 copies, i.e. the newspaper was delivered to apartments practically for all families of Almaty residents, and also to more than 12 thousand enterprises of the city. Together with the circulation, the volume of the newspaper also increased: 8 bands of the A-3 format in 1993 to 24 pages in 2007.

The newspaper's publishers stated: «Despite these difficult times, the philosophy of our publication remains unshakable: we always honestly designate the weekly circulation of «Rec-Time» to a copy, and never organize phone calls to our advertisers to create a false effect from the publication of their advertisements».

The newspaper came out with the motto: «You buy newspapers to read, you read» Rec-Time «to buy.» Now the online newspaper is being published.

In the 90s, the goods market was saturated with foreign and domestic goods and services, this necessitated, and then the emergence of integrated services in the field of advertising and PR. In the given conditions, this activity could be carried out only by advertising agencies that offered clients an advertising concept and promotion strategy, organized various advertising campaigns and campaigns. So, in 1997 in Almaty there were already about 60 advertising agencies.

For the period of 1997 to 2007, the advertising market in Kazakhstan increased by more than 33 times - from \$ 25 to \$ 828 million.

In 2002, the Association of Advertising Agencies of Kazakhstan was established. The Association includes 12 largest advertising agencies. The

mission of the Association was to «unite the advertising community for mutual exchange of experience and search for new ways to development.» The organizers defined the goals of the Association: «creating favorable conditions for the development of the advertising industry; satisfaction of public needs in obtaining information on advertising activities and public communication; protection of the rights of consumers / users of advertising services; studying the world experience in the field of advertising.» The most important projects of the Association include the creation of the Law on Advertising in 2003, the definition of selection criteria in the universal Memo to the advertiser «How to choose an advertising agency» in 2004, the First Kazakhstan AdSpot Advertising Festival held in 2005, the Second International Festival advertising AdSpot-2006.

According to the founder of the Association of Advertising Agencies of Kazakhstan (ARAK) Askhat Niyazov, in 2015 «the advertising market in Kazakhstan compared with other CIS countries is an interesting consumer audience for many major global and domestic brands.» In his opinion, the legislative base of the RK, which contains a lot of prohibitions, is a deterrent to the development of the advertising market. Otherwise, «the advertising market in Kazakhstan would already approach \$ 1 billion.» In Mazhilis of the country in October 2015 a bill «On introducing changes and amendments to some legislative acts of the Republic of Kazakhstan on consumer protection issues» was presented, according to which the advertising of houses under construction will be banned. There is also a discussion on the removal of certain restrictions adopted in the Law on Advertising in 2003.

The Law of the Republic of Kazakhstan «On Advertising» regulates relations arising in the process of production, distribution, placement and use of advertising on the territory of the Republic of Kazakhstan.

The objectives of the Law «On Advertising» No. 508-I ZRK of December 19, 2003 are to provide the necessary conditions for the production, distribution, placement and use of advertising, protection from unfair competition in the field of advertising, prevention and suppression of inappropriate advertising.

The modern advertising market is developing dynamically. What is it for 2015?

If we consider the distribution of shares in various segments of advertising, then the absolute leader is television. According to Dentsu Aegis Network Kazakhstan, the share of TV advertising is about 56

percent. This is primarily due to the large audience coverage.

Second place in popularity is outdoor advertising with a market share of 18-19 percent. The third place – is printed publications (11 percent), the fourth - radio (7 percent). The Internet tops the rating with a share of 6.9 percent.

According to the expert assessment of Dentsu Aegis Network Kazakhstan, the volume of the Kazakhstan media advertising market in 2015 will be about 44 billion tenge. At the same time, experts do not note the ongoing decline in the advertising market, the flow of advertising revenue to foreign market participants.

Dilmurad Rakhimov, CEO of "VI Kazakhstan", is confident about the positive growth of the country's advertising market: "If we take three basic statistical parameters that affect the advertising market in Kazakhstan: inflation, GDP forecast and the consumer market, in reality, the indicators in Kazakhstan are the most optimistic countries of the EAEU".

Traditionally, banks, mobile operators and the sector of mass consumption goods are traditionally active on the Kazakh market.

In the first half of this year, the most active advertisers are Unilever with a doubled advertising budget compared to the same period in 2014 (an increase of 93 percent), Nestle increased its advertising budgets by almost a quarter and took second place. In third place is the company Mon'Delis Kazakhstan, which increased the advertising budget by 44 percent compared to the same period in 2014. Advertisers Kcell, Wimm-Bill-Dann, De Sheli, Wheels, Avon Cosmetics, Sandoz Pharmaceuticals, Janssen-Cilag, Storck International, Renault, Home Credit Bank, RIA Panda Kazakhstan, KokshetauMinVody, TMV Telecommunication have joined TOP-50.

The top 10 advertisers on the Internet include:

Global Building Contract

Basis-A

LG Electronics Almaty

Astana Motors

KazKommercBank

ASTER AUTO

Coca-Cola Almaty Bottlers

Elitstroy

Allur-Avto

Toyota Motor Kazakhstan.

The top three in January-June 2015 are the following categories: «food», «services», «perfumes, cosmetics and personal hygiene».

In total, TOP-10 categories account for 95 percent of the advertising market.

Other categories are «automotive products» (1.4%), «household appliances» (1.2%), «computing and copying equipment, software» (0.45%), and others.

In the first half of 2015, the first trio of national TV channels for the share of advertising budgets has traditionally included the First Channel Eurasia, Channel 31, KTK.

The first three places on the radio are occupied by Russian radio, Radio Retro, Love Radio.

Leading positions on the attracted budget in print media belong to the monthly magazine «Harper's Bazaar», the weekly newspaper «Karavan», the monthly magazine «# 1 Mag».

In the first half of 2015, the most popular types of outdoor advertising designs are Billboard, Bus shelter, Light box.

Advertising agencies on the Kazakhstan market are represented by both international advertising groups and local agencies.

International advertising holdings entered the market as part of domestic advertising agencies, an example of this is the activities of the agency «LeoBarnett-Kazakhstan». Presently, the following advertising groups function in Kazakhstan:

VivaKi represented by media agencies MediaVest, Starcom, ZenithOptimedia Kazakhstan;

WPP Group (медииные агентства Sky Central Asia, Rating point, Das Marketing);

ADV Group - The Interpublic Group of Companies и Havas - (agencies Initiative, MPG, Universal McCann);

Omnicom Group Inc represented by agencies APR Optimum Media CA, Big Optimum Media Kazakhstan;

Aegis Group plc (advertising agency TFF/Aegis Media Central Asia).

Local advertising agencies: Favourite Media Group, Advanced Style, MadGroup, Mozaic Media, Media Shop MSBP agency, Magma Kazakhstan, MediaLand ST, Whole Central Asia, Star Media Company, ШтабМедиа, Diamond Creative Studio, Informservis, Good and etc.

Experts predict that in this market by the end of this year there will be only 10 major players, which will account for 80 percent of the entire advertising business.

Advertising activities in Kazakhstan are regulated by the following legislative acts:

- The Law of the Republic of Kazakhstan of December 19, 2003 No. 508-II «On Advertising»

- The Law of the Republic of Kazakhstan No. 451-I of July 23, 1999 «On Mass Media», the Rules for the Placement of Outdoor (Visual) Advertising in Localities (approved by Resolution No. 121 of the Government of the Republic of Kazakhstan of February 7, 2008),

- GOST 31306-2005 «Motor vehicles. Advertising on the Outdoor Surfaces. General requirements»,

- The rules for issuing permission to advertise medical services, methods and means of prevention, diagnosis, treatment and medical rehabilitation, as well as biologically active food supplements (approved by Order of the Minister of Health of the Republic of Kazakhstan dated November 18, 2009 No. 737 «On some issues of issuing an advertising permit) and other normative acts.

Yerlan Ospanov, the general director of the Verny Capital group, notes the worldwide trend of declining advertising in printed media and the trend in the development of domestic advertising: «The trends that we observe in the development of the media market in Kazakhstan basically do not differ from global trends. This is also a dependence on the economic situation, and the growth of the young population, as the most active part of our audience, which increasingly uses digital media products, which in turn are now growing. This is the active penetration of the Internet and the availability of gadgets».

Results

The Kazakhstani advertising market does not stay aloof from the global trends of the advertising industry: various formats, genres and types of advertising are developing, current and conceptual advertising campaigns and campaigns in the commercial and social spheres are being held, the volume of Internet advertising is increasing, the network of cable operators and thematic TV channels is expanding, A technological approach to the organization of the advertising business is used. The dependence of the advertising market on the economic and financial market is obvious, so we should expect a regular decline in the advertising business of the country.

References

- 1 <http://www.tvmedia.kz/ad/>
- 2 http://vlast.kz/biznes/nespeshnoe_razvitie_kak_menjaetsja_rynek_reklamy_v_kazahstane-10834.html
- 3 <http://365info.kz/2015/02/reklamnyj-rynek-kazaxstana-budet-rasti-nesmotrya-na-krizis/>
- 4 <http://www.tns-global.kz/ru/publication/publ255.php>
- 5 <http://capitalholding.kz/news.html?id=38>

МРНТИ 19.01.11

А.А. Мусинова, Е. Лейман

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы,
e-mail: asselm97@gmail.com; ekateryna.leyman@gmail.com

**КУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ НАЦИОНАЛЬНОЙ МЕДИАСИСТЕМЫ:
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ,
ПРОБЛЕМЫ НАСТОЯЩЕГО И БУДУЩЕГО**

Статья посвящена изучению взаимодействия культуры и современного медиапространства Казахстана. Авторы рассматривают специфические особенности взаимоотношений между культурой и СМИ с целью показать недостаточное внимание к арт-сфере со стороны масс-медиа; описывают характеристики информационного поля по данной тематике на определенных исторических этапах. Выявлена специфика освещения культурных событий с уклоном к краткой подаче информации и минимальным аналитическим подходом. Предпринята попытка прогнозирования возможных моделей взаимоотношений медиа и сферы культуры. Ценность исследования состоит в анализе развития современной медиасистемы в контексте культуры с учетом развития интернет СМИ. Полученные результаты могут быть использованы организациями сферы культуры и медиа структурами для разработки стратегии более эффективного взаимодействия.

Ключевые слова: медиасистема, культура, искусство, СМИ, Казахстан.

Ә. Мусинова, Е. Лейман

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.,
e-mail: asselm97@gmail.com; ekateryna.leyman@gmail.com

**Ұлттық медиа жүйесінің мәдени аспекті:
даму ерекшеліктері, қазіргі және болашақ мәселелері**

Бұл мақала Қазақстан мәдениетінің және қазіргі заманғы медиа кеңістігінің өзара әрекеттесуін зерттеуге арналған. Өнер саласына жеткіліксіз назар аудару үшін бұқаралық ақпарат құралдары мәдениет пен бұқаралық ақпарат құралдарының өзара қарым-қатынастарының ерекшеліктерін қарастырады және осы саладағы ақпараттық ерістердің сипаттамалары белгілі бір тарихи кезеңдерде сипатталады. Мәдени іс-шараларды ақпараттың қысқаша таныстырылымы мен минималды талдамалық тәсілге жақындау ерекшеліктері анықталды. Бұқаралық ақпарат құралдары мен мәдениет саласының арасындағы қарым-қатынастың ықтимал үлгілерін болжаяға әрекет жасалды. Зерттеудің маңызы Интернет-медианың дамуын талдау болып табылады. Алынған нәтижелерді мәдениет үйімдары мен бұқаралық ақпарат құралдарымен тиімді өзара әрекеттесу стратегиясын өзірлеу үшін қолдануға болады.

Түйін сөздер: медиа жүйе, мәдениет, өнер, БАҚ, Қазақстан.

A. Mussinova, Ye. Leiman

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,
e-mail: asselm97@gmail.com; ekateryna.leyman@gmail.com

**The cultural aspect of the national media system: the features of development,
the problems of the present and the future**

The article is devoted to the study of interaction of culture and modern media space of Kazakhstan in order to show insufficient attention to the art sphere by the mass media, specific features of the relationship between culture and the media are considered, and the characteristics of the information field on this subject are described at certain historical stages. The specificity of the coverage of cultural events with a bias towards a brief presentation of information and a minimal analytical approach has been re-

vealed. An attempt is made to predict possible models of the relationship between the media and the sphere of culture. The value of the research consists in analyzing the development of the modern media system in the context of culture, taking into account the development of the Internet media. The results obtained can be used by cultural organizations and media structures to develop a strategy for more effective interaction.

Key words: media system, culture, art, mass media, Kazakhstan.

Введение

Медийное измерение национальной культуры на современном этапе показывает, что вопросы культуры и искусства имеют все основания находиться в информационном фокусе наравне с темами политики и экономики. Но на сегодня ситуация с группой средств массовой коммуникации (далее – СМК) в Казахстане плачевна: жанры литературно-художественной критики, в которых принято осуществлять анализ культурных событий, давно уступили место кратким жанровым формам хроникальной подачи информации ознакомительного либо обзорного характера, далеким от аналитического осмысления: кратким и расширенным событийным заметкам, анонсам, аннотациям, мини-рецензиям, блиц-портретам, мини-обозрениям, репортажам, информационным интервью. Характеристика этой группы жанровых видов заметки подробно сделана А. Тертычным (Тертычный 2012: 3-15). Данная парадигма четко прослеживается с конца 1990-х – начала 2000-х годов, когда на казахстанском информационном ландшафте количество узкоспециализированной прессы по вопросам культуры и искусства стало заметно сокращаться.

Чтобы доказать необходимость компетентного, целостного подхода к созданию национальной медиасистемы, в которой СМК по культуре и искусству должны стать равноценной составляющей, необходимо рассмотреть тему освещения культурной тематики в СМК в международном и историческом аспектах, оценить ее современное состояние и попытаться разработать модель ее развития в будущем.

Для этого в течение одной недели, с 11 по 18 октября 2017 года, был проведен количественный контент-анализ двух популярных поисковых систем Yandex и Google на предмет частоты обращения к теме культуры и искусства в интернет-СМИ Казахстана. Проведено анкетирование аудитории на предмет определения степени освещенности вопросов культуры и искусства в отечественных СМК, а также владения аудиторией общей информацией из области культуры и искусства Казахстана. Выборка составила

100 человек в возрасте от 21 до 75 лет разных социальных и профессиональных категорий.

Медиапространство – культурный контекст

Исследователи Д. Халлин и П. Манчини считают, что «культура должна стать неотъемлемой частью государственной жизни и должна освещаться наравне с такими темами, как экономика, политика и т.д.» (Hallin, Mancini 2014: 22). Поэтому информационное поле внутри любой национальной медиасистемы должно формироваться на паритетных условиях для всех сфер общественной жизни, не исключая культуру и искусство.

Но активное внедрение новых информационных технологий, масштабная ротация зарубежных изданий, появление франшиз, не учитывающих национальных особенностей печати и восприятия аудитории, существенно сказываеться на качестве освещения культуры и искусства в СМК разных стран мира. Постепенный переход на цифровой формат вещания, «активная конвергенция традиционных СМИ отразились на способах подачи информации о культурно-просветительских вопросах», отмечает П. Стивен (Steven 2010: 112). Эпоха глобализации внесла внушительные коррективы в функционирование традиционных СМИ, переведя бумажный формат в цифровой. Поэтому многие печатные издания перешли в онлайн формат. О том, насколько разрушительна эта тенденция, говорить рано, ведь, по мнению Дж.Луле, «на смену постоянной читательской аудитории печатных газет пришли новые, уверенные пользователи сети Интернет» (Lule 2016a: 452).

Значимость тщательного изучения объема культурно-образовательной информации и степени ее влияния на информационное поле страны, подчеркнул Джонатан Лэд, пояснив, что «из-за неверного толкования культурных вопросов у молодежи складывается неверное представление о действительности» (Jonathan M. Ladd 2012: 25).

Его поддержал Джеймс Поттер, который также критически оценивает «поверхностный подход СМК в вопросах освещения культурных событий» (W. James Potter 2012: 85-89).

Тенденция характерна для Великобритании и других стран Восточной Европы, это отметил в своем выступлении бывший Генеральный директор Всемирной службы BBC Джон Туса, сказав, что, несмотря на важную функцию СМИ в укреплении политического благосостояния, темы культуры и искусства являются очень значимыми для национальной самоидентификации.

В современном обществе, по наблюдениям западных исследователей, «демонстрируется смещение центра культурного и духовного влияния на людей от школ, вузов, классического искусства к моде и интернету» (Lule2016б: 100). Именно последние становятся определяющим ядром культуры и всей современной жизни людей, выполняя ту роль, которую раньше играли религия, разум, философия и наука.

Даже научные теории, «чтобы привлечь к себе внимание, должны стать сегодня модными, получить так называемый «hype» (Sützl, Stalder, Maier, Hug2012: 149) – медийный шум, почти истерику. В результате практически все события современной общественной и культурной жизни принимают форму яркого захватывающего телешоу.

Если же говорить о профессиональном интересе к теме культуры и искусства со стороны самих журналистов, здесь также прослеживается кризисная ситуация. По утверждению Ланг К., Ланг Е., только за последние 10 лет на 60 % сократилось количество журналистов, пишущих о культуре (Lang, Lang 2009: 70). Главные редакторы нередко отмечают, что как только стажеры приходят к ним на практику, то с уверенностью заявляют, что будут писать о культуре, однако позже выясняется, что фундаментальных знаний для подобных материалов у подрастающего поколения журналистов просто не хватает (Grossberg 2016: 49). Это говорит о том, что проблема освещения арт-сферы присуща многим странам мира.

Современное состояние арт-журналистики в Казахстане

Придерживаясь позиции, выдвинутой исследователями Сибертом, Шраммом и Питерсоном о том, что «медиасистема сегодня представляет собой совокупность, множество СМИ, которые существуют и взаимодействуют непосредственно друг с другом» (Sibert, Peterson, Schramm 1981: 14) и применяя выдвинутую исследователями терминологию, необходимо отметить, что в Казахстане на сегодняшний день глобальная медиасистема представлена следующей статистикой: 2695 общих единиц СМИ, среди которых

90 % приходится на периодическую печать в виде газет и журналов, 9,5 % представлены электронными СМИ (теле-, радиокомпании) и 0,5 % – информационные.

Для того чтобы критически оценить состояние современной национальной медиасистемы и, как следствие, культурного аспекта в нем, необходимо описать те издания, в которых публикации на тему культуры и искусства появляются периодически, в отдельных рубриках. Газеты «Время», «Казахстанская правда», «Вечерний Алматы», «Деловой Казахстан», «Литер», «Арна», «Любимый город», «Экспресс К», «Курсив», «Караван» имеют постоянную рубрику «Культура».

Однако для того, чтобы определить уровень заинтересованности постоянных читателей газет, можно проследить количество просмотров материалов в данной рубрике и сравнить их относительно «горячих» новостей. Среднее количество просмотров текстов в рубрике «Культура» на официальных сайтах вышеупомянутых газет составляет примерно 215 – 310 просмотров в неделю против 1500 – 1600 просмотров актуальных новостей. Как правило, материалы, публикуются в данной рубрике без указания авторства, развернутой критики или рецензии. Это значит, что сегодня материалы в по культуре и искусству носят крайне сжатый, информативный характер. Рассматривая публикации на культурную тематику в глянцевых журналах отечественного производства можно проследить ту же тенденцию событийного характера культурных материалов.

Искключение составляет специализированная пресса по искусству и культуре. Республиканский журнал «Мәдениет» (издается с декабря 2006 года), журнал «Балетный мир Казахстана» (с марта 2007 года), «Литературная газета Казахстана» (с 2007 года), журнал о культурной жизни в самом центре Южной столицы AlmatyLife, первый независимый журнал о современном искусстве Aluan достаточно глубоко рассматривают проблематику современного искусства. Но тираж таких изданий в четыре-пять раз меньше, чем у общественно-политических газет.

Особенным для Казахстана периодом, когда культурная тематика заняла достойное место в новостных лентах информагентств, в прессе, на телевидении, радио, Интернет порталах и социальных платформах, стал 2015 год. Двадцатилетие Ассамблеи народа Казахстана совпало тогда с празднованием 550-летия Казахского

ханства. Медиапространство республики было перенасыщено материалами о достижениях в области культуры и искусства.

Среди значимых моментов 2015 года выход научно-документального сериала «Казахское ханство», представленного в крупных городах США; организация Форума творческой и научной интелигенции государств-участниц СНГ; разработка профессиональных стандартов в области культуры и искусства для родственных к данной теме специальностей. Информационные поводы подобного плана должны были стать мощным толчком к появлению новых журналистских имен, развитию многообразных текстовых форм. Однако значительных изменений в данной сфере так и не произошло.

Отдельного рассмотрения требует история единственного культурно-просветительского телевизионного канала «Білім және Мәдениет». Он просуществовал около трех лет: с января 2014 года по 25 октября 2016 года. За это время телеканал пережил трансформацию из двух самостоятельных – «Білім» и «Мәдениет» – в объединенный «Білім және Мәдениет». В рамках концепции канала были запущены уникальные для казахстанской медиасистемы телепроекты о личностях, этнокультуре, науке и образовании, искусстве. Но это не помешало волевому решению ликвидировать уникальный медийный проект. С момента закрытия телеканала прошел год, однако подобных проектов, которые столь же целостно и масштабно подошли бы к освещению культуры, искусства и просвещению, реализовано не было.

Если говорить об интересе казахстанских журналистов к рассматриваемой теме, то среди современников, внесших вклад в развитие темы культуры на территории Казахстана, необходимо сказать о журналистах Евгении Бычкове, Романе Райфельде, Гульнар Танкаевой, Ольге Малышевой, кинокритике Гульнар Абикеевой, киноведе Олеге Борецком, балетоведе Гульнар Жумасейтовой, искусствоведе Баян Барманкуловой, которые не позволяют кануть в лету школе литературно-художественной критики, в частности жанру рецензии, авторской оценке событий, критическому анализу. Жаль, что подобных примеров крайне мало.

Подтверждая последнее, необходимо затронуть не характерную для отечественного медиаконтента аналитику, представленную на интернет-портале Ratel.kz. Именно здесь чаще всего появляются публикации, указывающие на действительные проблемы в области культу-

ры и искусства. Благодаря усилиям журналиста Ольги Малышевой, которая параллельно создает театральные пьесы для отечественных и зарубежных театральных платформ, в СМК Казахстана, в частности на Ratel.kz, представлена театральная критика (http://www.ratel.kz/raw/za_sekundu_do_vzryva). Однако специально отведенной для этого рубрики у портала на сегодняшний день нет. В целом, журналистов, которые занимаются культурой на хорошем профессиональном уровне, крайне мало. Основные причины – это слабые знания в сфере культуры и искусства, низкий уровень востребованности подобных материалов и невысокая оплата труда арт-журналиста.

Отрицательная особенность казахстанского медиапространства – неразвитость специфических, характерных для тем искусства и культуры жанров: рецензии, творческого портрета, культурного расследования. Данный вывод основан на статистике появления новостей во всемирной сети под тегом «культура», «искусство», «Казахстан». Ежедневно, при выставленном фильтре и отборе интернет-страниц на данную тему, поисковая система Google выдает около 700 000 текстов, 95 % из них написаны в жанре информационной заметки с указанием события, времени и места. Чаще всего упоминание о событиях в сфере культуры и искусства осуществляется на сайтах-афишах afisha.kz, kassir.kz, jam.kz в рекламных целях.

В целом, современная культура становится все более упрощенной, тексты СМК сжатыми до формата твита. И хотя внешне культурная жизнь нашего времени изобилует громкими событиями, открытиями, прорывами, внутренне она переживает глубокий кризис духовности. Это доказывают результаты анкетирования, проведенные среди 100 человек в возрастной категории от 21 до 75 лет.

Опросник состоял из 17 вопросов, целью которых было выявление степени охвата тем культуры и искусства отечественными СМК. Более 53,8 % респондентов считают, что частота появления публикаций на заявленную тему достаточно высока, при этом 57,7 % уверены в снижении качества. Наибольшую частоту культурных материалов анкетируемые отметили в печатных изданиях. Однако на вопрос «Укажите последний источник, в котором вы встречали материал о культуре» 89,9% опрошенных отметили интернет-ресурсы, в числе которых tengrinews.kz, 365info.kz и nur.kz. И только 2 % указали в качестве печатных источников «Вечерний Алматы» и «Мегаполис».

На данном этапе анализа ответов респондентов можно сделать вывод, что больший охват приходится на конвергентные издания, интернет-порталы и новостные сайты. Материал в указанных источниках подается сжато, без внедрения в глубину исследуемой темы. Отражается лишь факт-событие, проблематика же остается в стороне.

Особую тревогу вызвали заключительные вопросы анкетирования. Необходимо было понять, связывают ли респонденты публикации о культуре и искусстве с определенным журналистом. Поле для ответа на этот вопрос не заполнили 99 % респондентов. Причина такого показателя в том, что в качестве главных поставщиков информации о культуре анкетируемые выделили интернет-источник. Любой материал, поданный в новостном издании, обезличивается.

Удручающие результаты были по количеству ответов на вопрос «Кто из представителей творческой интеллигенции ассоциируется у Вас с казахстанской культурой?» Наивысшую активность проявила в этом вопросе возрастная категория от 25 до 34 лет. Мнения о состоянии современной казахстанской культуры разделились: средний балл составил 7,5 из 10 возможных. Вследствие этого возник закономерный вопрос: низкая оценка уровня современной культуры зависела от выбранной фокус-аудитории или отечественного медиаконтента?

Ведь другое исследование – TheGoodCountryIndex, проведенное в 2016 году, говорит о том, что Казахстану удалось войти в сотню лучших стран, делающих вклад в мировое развитие в категории «Культура». По четырём другим показателям Казахстан находится в числе аутсайдеров: «Наука и технологии» – 148-е место, «Миропорядок» – 143-е, «Планета и климат» – 120-е, «Процветание и равенство» – 114-е место(https://www.kursiv.kz/news/kompanii/v_reytinge_good_country_index_kazakhstan_zanyal_80_e_mesto/).

Медиапространство в ближайшем будущем может стать одной из главных составляющих национального бренда и тогда, вероятно, государство определит иную траекторию в формировании медиаполитики. С момента обретения Казахстаном независимости в сфере культуры и искусства были достигнуты значительные успехи, которые демонстрируют конкурентные преимущества нашей страны и предоставляют большие возможности для создания уникального национального бренда. Для реализации этой цели Президентом РК Нурсултаном Назарбаевым создана государственная программа «Мәдени мұра» – «Культурное наследие» (<https://articlekz.com/article/13805>). Однако с точки зрения взаимодействия культуры и СМИ произошел ощущимый шаг назад. События в культурной жизни республики стали не объектом исследования, а лишь простыми информационными по-водами.

На Западе ситуация с освещением вопросов культуры и искусства также неоднозначна. Западное общество уже пришло к пониманию того, что журналистику об искусстве необходимо обозначить необходимым образом. Для этого явления уже есть термин «арт-журналистика». Это своеобразное искусство об искусстве, созданное журналистом-экспертом как для широких масс, так и для очень узкого среза аудитории экспертов. Такая журналистика необходима для того, чтобы помогать современному человеку быть духовно обогащенным, стремящимся к прекрасному. Искусство должно существовать вне политики, экономики, но восприниматься государством не менее серьезно и равнозначно.

Заключение

Сегодня проблема взаимосвязи культуры и национальной медиасистемы заключается в том, что к данной сфере еще до конца не выработан необходимый подход. Журналистика об искусстве в Казахстане – это хроникальная информация, событийные репортажи, анонсы, обзоры и практически полное отсутствие рецензий, комментариев экспертов, творческих портретов. Одними из причин сужения жанровых рамок стали глобализация и конвергенция. Однако не учитывать значимость освещения проблем в искусстве и культуре решительно невозможно. Культурное развитие казахстанского общества – показатель работы и внимания государства и СМИ к проблемам духовного развития общества. Пренебрежение глубоким анализом приведет к тому, что истинные достижения в искусстве будут дискредитированы, их весомость не будет оценена по достоинству. И, наоборот, недостаток критической оценки событий, явлений, произведений низкого качества может привести к культурной дезориентации аудитории, которая слабо разбирается в специфике того или иного вида искусства. Будут развиваться ложные вкусы и ценности.

Выявлено отсутствие тесного взаимодействия казахстанских СМИ и сферы культуры. Актуальные публикации доказывают, что искусство и журналистика соприкасаются в большинстве случаев для освещения информационного по-

вода, а не для его анализа и оценки. Анкетирование подтвердило выдвинутую гипотезу о том, аудитория не имеет представления, кем и каким образом сегодня создается культурное наследие, с какими проблемами сталкиваются деятели искусства. Внимание государства к культуре высоко, но подход СМИ неоднозначен. Владельцы крупных печатных изданий отмечают, что эта тема не пользуется спросом, исключение составляют громкие разоблачения или конфликты.

В качестве инструментов, которые могли бы положительно повлиять на сложившуюся ситуацию и обеспечить необходимый уровень отечественной арт-журналистики, можно предложить:

разработку учебных программ, направленных на повышение уровня квалификации арт-журналиста;

создание позиций «культурных коммуникаторов», которые бы имели соответствующее

образование и выступали посредниками между миром искусства и массовой аудиторией;

увеличение финансовой поддержки со стороны государства изданий, специализирующихся на вопросах культуры;

учреждение специальной премии для арт-журналистов;

реализацию проектов по созданию экспертных площадок на основе интернет-пространства, которые помогают в создании текстов о культуре.

Предложенные меры необходимы для того, чтобы диалог медиасистемы и культуры происходил на равных условиях. При этом только совместные действия государства, СМК, редакционных коллегий и культурных коллективов могут разрешить этот вопрос в пользу читательской аудитории, ее духовно-нравственных интересов.

Литература

- 1 Гроссберг Л. (2016) СМИ в популярной культуре. SAGE Publications, 495 с.
- 2 Джонатан М. Лэд (2012) Почему американцы не доверяют СМИ и как это имеет значение. Georgetown University Press. 300 с.
- 3 Ланг К., Ланг Е. Массовое общество, массовая культура и массовая коммуникация: значение массы // International Journal of Communication. – 3 (2009). – Р. 998-1024 1932-8036/20090998.
- 4 Луле Дж. (2016) Понимание средств массовой информации и культуры: введение в массовую коммуникацию. University of Minnesota Libraries Publishing edition. 452 с.
- 5 Поттер Дж. (2012) Медиаграмотность. SAGE Publications, 423 с.
- 6 Сиберт Ф., Питерсон Т., Шрамм У. (1981). Четыре теории прессы. – Champaign: Board of Trustees of the University of Illinois, 1981.
- 7 Стивен П. (2010) Беспрецедентное руководство для глобальных СМИ. – Oxford: New Internationalist, 155 с.
- 8 Халлин Д., Маничини П. (2014) Сравнение медийных систем. Три модели медиа и политики. – Cambridge University Press. – 358 с.
- 9 Шульц В., Стадлер Ф., Майер Р., Хуг Т. (2012) СМИ, знания и образование: культура и этика распространения информации. – Innsbruck University Press, 2012. – 273 с.

References

- 1 Grossberg L. (2016) SMI v populjarnoj kul'ture. SAGE Publications, 495 s.
- 2 Dzhonatan M. Ljed (2012) Pochemu amerikancy ne doverajut SMI i kak jeto imet znachenie. Georgetown University Press. 300 s.
- 3 Lang K., Lang E. Massovoe obshhestvo, massovaja kul'tury i massovaja kommunikacija: znachenie massy // International Journal of Communication. – 3 (2009). – R. 998-1024 1932-8036/20090998.
- 4 Lule Dzh. (2016) Ponimanje sredstv massovoj informacii i kul'tury: vvedenie v massovuju kommunikaciju. University of Minnesota Libraries Publishing edition. 452 s.
- 5 Potter Dzh. (2012) Mediagramotnost'. SAGE Publications, 423 s.
- 6 Sibert F., Piterson T., Shramm U. (1981). Chetyre teorii pressy. – Champaign: Board of Trustees of the University of Illinois, 1981.
- 7 Stiven P. (2010) Besprecedentnoe rukovodstvo dlja global'nyh SMI. – Oxford: New Internationalist, 155 s.
- 8 Hallin D., Manichini P. (2014) Sravnenie medijnyh sistem. Tri modeli media i politiki. – Cambridge University Press. – 358 s.
- 9 Shul'c V., Stadler F., Majer R., Hug T. (2012) SMI, znanija i obrazovanie: kul'tura i jetika rasprostranenija informacii. – Innsbruck University Press, 2012. – 273 s.

3-бөлім
КӨСЕМСӨЗ ЖӘНЕ КӨРКЕМСӨЗ

Раздел 3
ЛИТЕРАТУРА И ПУБЛИЦИСТИКА

Section 3
LITERATURE AND JOURNALISM

С. Медеубекұлы

Әл-Фараби атындағы Қазак ұлттық университеті,
Қазақстан Республикасы, Алматы қ. e-mail: Medeubek.S.agat@cmail.com

БЕЙНЕСӨЗ ЖӘНЕ ОНЫҢ ҚОҒАМДЫҚ САНАНЫ ОЯТУ СИПАТЫ

Бұл мақалада сыйзу, ою, таңбалалу, бейнелеу, сомдау арқылы бүкәралық пікір тудыру, қоғамдық санаға қозғау салу машинының тарихи қалыптаса келе белгілі бір жүйесі, жанрлары, түрлөрі бар ақпарат тарату өнеріне (бейнесөз) айналғандығы туралы ғылыми сараптама жасалады. Адамзаттың тасқа таңбалаган ең алғашқы бейнесі – өз сұлбасы, өз болмысы. Адам істеген ісін өзгеге жеткізу талпындыстарын әүелі өз тұлғасын тасқа таңбалалу арқылы танытқан. Сол әрекет ақыл ой алға жылжып, іс-қимыл қозғалыстар белгілі бір мағыналы мақсатқа жұмылдырылып, жетілген сайын тастағы адам сұлбасы да жандана, жаңғыра түсті.

Публицистиканың, яғни замансөздің бастау-бұлағы адамзат бірі-бірімен ақпарат алмаса бастаған дәуірлерден бастау алады. Қимыл (ым, ишара), дыбыс (ұн, дауыс), бейне (сызба, таңба) арқылы ақпарат алмасу машиқтары дами келе жоғары деңгейге көтерілген соң, тіл, сөз айту машиқтары қалыптасқаннан бастап шешенсөз өмірге келді. Яғни адамдар ең әүелі бір-бірімен ақпарат алмасуды үйренді.

Түйін сөздер: сыйзу, ою, бейнелеу, публицистика.

С. Медеубекұлы

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Республика Казахстан,
г. Алматы, e-mail: Medeubek.S.agat@cmail.com

Бейнесөз и его влияние на пробуждение общественного сознания

Статья посвящена искусству бейнесөз: слову-знаку, слову-рисунку-узору, слову-видеоизображению, своеобразной ранней форме «письменности», исторической форме общественно-го сознания, влияющей на возникновение последующей системы жанров и видовых разновидностей. Первое, что было внесено человечеством посредством наскальных рисунков на камнях, это силуэт и бытие о самом человеке. Все, что хотел донести один человек другому, он передавал через рисуночное письмо. Рисунок на камне был чем-то вроде памятника себе, своего рода посланием в будущее. Таким образом каменный человек возрожден и обновлен.

Истоки журналистики, публицистики, то есть рождение истории слова, начинаются с эпохи, когда человечество начало общаться друг с другом с помощью пиктографии. После того, как сформировались навыки общения, полученные через голос, движение, графические символы, появилась опосредованная коммуникация. То есть люди впервые научились обмениваться информацией друг с другом.

Ключевые слова: рисунок, мысль, изображение, публицистика.

S. Medeubekuly

Әл-Фараби атындағы Қазак ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ. Medeubek.S.agat@cmail.com

Beinesos and date of philological Sciences

The nature of the video and the awakening of public consciousness Annotation. In this article, the scientific analysis of the fact that the art of drawing, drawing, labeling, illustration, sampling, public consciousness has become a historic form of formation, a genre, and a kind of historical form. The foremost portrait of humankind on the stone is its own scheme, its identity. At first, man's motive for trying to bring something else into action was his mark on the stone. As the action moved forward and the action movements were mobilized to a specific purpose, the stone man was revived and renewed.

The origins of journalism, that is, the beginning of the history, begin with the era when mankind began to communicate with one another. After the communication skills gained through voice (voice, voice), audio (voice, voice), video (graphics, symbols), the speaker came into existence. That is, people first learned to exchange information with each other.

Key words: drawing, drawing, depiction, publicism.

Алғашқы қауымдық құрылым заманынан бастап күнкөріс қамының қажеттілігі тудырған ақылдың нәтижесінде қолданысқа енген еңбек құралдары тек тамак табуға ғана арналмады. Тас ғасыры тарихындағы адамдар өз кезеңінде техникалық өрлеу сатысынан өтті. Ашель дәүірінің сонында отты қолдануды үйрәнді. Біраз бұрын Замбиде ағаш қалдықтары қалған тұрак табылған. Тіпті, ғалымдардың зерттеуі бойынша осы жерлерден ошаққа ұқсас заттар да кездескен. Бұл тұрақтар палеонтроптарға тәуелді болған. Олар тек ғана тас құралдарымен ғана емес, сонымен қатар ағаш жараптарын да қолданған. Атап айтсақ, қалың ағаштардан жасалған токпақтар, таяқшалар мен теселер, қатты ағаштардан дайындалған пышақтар жасай білген.

Ашель дәүірінің соны мен мұстерьер мәдениетінде тасты өңдеу жаңа техникасы пайда болды. Бұған дейін олар тас құралдарын бір-біріне соғу арқылы дайындаған. Сондықтан да құралдар біріне бірі ұқсамайтын әр түрлі қалыпта пайда болған. Ал жаңа техника леваллуаз деп аталып, ол бойынша бұрынғыдан әлдекайда түзу, бір қырлы құралдар мен шенберлер жасаған. Мұстерьер дәүірі өзіне дейінгі көне дәүірлерден осы құралдары мен заттары арқылы ерекшеленеді.

Леваллуа техникасында бұл құралдар ғана емес, соқпа құралдар да пайда болған. Олар ағаштың қатты түрінен және сүйектерден жасалған балта тәріздес құралдар. Бұл құралдар біздің дәүірімізге дейінгі бірнеше мыңжылдықтарда Африканың кейір аймақтарында сақталған. А.А. Казанковтың “Агрессия архаических обществах” атты кітабында сол дәүірде пайда болған кару-жараптар өзгерітілмей сол қалыпта 8-12 мың жылдар бойы қолданылып келгені жазылған. Ашель дәүірінде палеонтроптар жаңа өмір үрдісіне көшті. Археология зерттеулерінің нәтижелеріне сүйенсек, олардың тұрақтары бұрынғыдан әлдекайда жаңаша негізде әрі тастар мен мамонт сүйектерінен жасалған. Осылайша, бұл дәүірдегі адамдардың өнер жолындағы алғашқы қадамдары басталды.

Тас дәүірінің қашаулары тері илеп, қатты тамақты үгіту үшін ғана пайдаланылған жоқ. Оның үшкір ұштарымен тастың бетіне әр түрлі

бейнелер салынды. Сол бейнелер арқылы көріндердің көніліне, санасына ықпал ететін белгілі бір мәселе немесе оқиға туралы ақпарат таратты. Сол замандардан тас бетінде қалған әр түрлі сұлбалар мен сыйықтар, тамғалар мен белгілер, нышандар мен бейнелер бүтінгі біз үшін жұмбағын жасырған суреттер болғанмен, өз заманының ақпараттар тасқыны екені шындық. Палеолит дәүірінің тастағы таңбалары өз заманының ақпарат көзі ғана емес адамдардың миына, сезіміне ықпал ететін, ойландыратын, әрекетке бастайтын, санасына қозғау салатын құрал ролін атқарғаны да сөзсіз. Бейне арқылы бұқараға ой салу, іске бастау әр заманда түрлі бағытта дами келе бүтінде жетілген, түрлі салаларға бөлінген бейнелеу, кескіндеу, мүсіндеу өнерлеріне ұласты. Ақпарат тарату, сол ақпаратпен белгілі бір ойда жеткізу, сол оймен қоғамдық санаға қозғау салу бейнелеу амалдары арқылы да жүзеге асады. Демек, замансөздің бастау көзінде бейне арқылы ақпарат тарату және әрекетке бастау өнері де түр. Оны біз **бейнесөз** деп алдық (тастағы таңбалар, сұлбалар, оюлар мен өрнектерді, балбалдар, мүсіндерді, қоғамдық-әлеуметтік және саяси тақырыптарға салынған суреттер мен плакаттарды, карикатуralарды немесе жарламалар мен жарнамаларды, ескерткіштер мен монументтерді есke алыныз.) Бейнесөз көру арқылы қабылданады. Осы қабылдау барысында көрушінің тарихи жады оянады. Өткен оқиға, сол оқиғаға қатысты деректер мен мағлұматтар есіне түседі. Ерік-жігері, рухы, намысы көтеріледі. Әрекет етуге бекінеді. Бейнесөздің атқарар қызметі де осы болатын.

Қазақтың ұлттық өнерінің озығының бірі – оюмен ой айту екеніне ешкім күмәнданбайды. Есігінен төріне дейін оюланған, өрнектелген бұйымдар мен тұтыну заттарын көрген жанның көзмайын алатын көркемдік әлемге толы қазақ үйінің сыртқы пошымы да табиғатпен астасып, таулармен, жоталармен үндесіп, үйлесіп тұратындығы – көшпелілер ақыл ойының ғасырлар бойы ізденуінің жемісі. Адам көрген затының бәрінен белгілі бір мөлшерде ақпарат алады. Ол затты Аллатагала жаратсын немесе күні кеше ғана адам қолынан шықсын, олардың бәрі көзге көрінген сэтте-ақ адамға алғашқы

ақпаратты береді. Яғни адам көрген затының түр-тұлғасынан, рең-тұрпатынан:

- оның түсінің қандай екенін көреді;
- көлемінің қандай екенін көреді;
- қандай заттан жасалғанын көреді;

– жана немесе ескі екенін көреді. Мұның бәрі – ешбір айтусыз, ешбір дыбыстың катысынсыз, тек бейнені көру арқылы адам түйсігімен алғаш алынған ақпараттар. Бұлардың өзі адам санасына қозгау салады, ойландырады, белгілі бір дәрежеде корытындыға келуге жетелейді. Демек ақпаратты дыбыстың араласуынсыз да алуға болады еken және бейне де адам санасына қозгау салуға қызмет ете алады еken.

Ал енді сол көрген заттың бетінде сыйылған немесе қашалған таңба немесе сурет тұrsa, онда алғашқы ақпаратқа тың да мазмұны нактырақ ақпараттар алдыңғы орынға шығады. Яғни ежелгі адамдар салған тастағы оюлар мен сыйбалар және сұлбалар – адамдарды белгілі бір оқиға немесе құбылыс содан туындаған мәселе төнірегінде ақпараттандырудың басы.

Болған оқиғаны бір адамның екінші адамға жеткізуге талпынысы ежелден бар. Алғашқы қауымдық құрылыш кезіндегі, тас дәуірлеріндегі, (полеолит, неолит) адамдардың таңбалап қалдырган сыйылымдары, бейнелімдері – ақпараттандырудың ең алғашқы үлгілері ретінде де қарастырылуы тиіс. Бұгінгі біз мұны ақпараттандырудың ең қарапайым да жабайы үлгісі деп қарғанымызбен, сол кездегі қызметі қазіргі қатысым (коммуникация) амалдарының ең озық үлгілерінің атқарып отырған қызметімен бірдей. Егер біз алғашқы еңбек құралының пайда болуын адамзат мәдениетінің басы деп білсек, ойлап тапқан құралымен тасқа таңбалау арқалы ақпарат тарату- сол заманың ең озық өркениеттік жетістіктерінің бірі болатын. Айналасындағы болмысты тасқа таңбалaudы жетілдіру нәтижесінде жазу пайда болғанын, қазіргі әліпбидегі әріптегінде жазу пайда таңытын танытатын белгілер, суреттер болғандығын және олардың уақыт өте келе символдық бейнелерге айналғандығын ғалымдар көптен бері айтып келеді. Рәміз демекші, кей ғалымдар адамдар тобының, тайпалардың, рулардың өздерін танытатын белгі-таңба-ен жүйелерінің тарихы өте ертеден басталатындығын айтады.(2) Түркі-монгол халықтарының аныздары бойынша, ортагасырлық ел билеушілердің билік жүргізуі алдымен әр тайпаға жеке ат, таңба, белгі т.с.с. бөліп беруден басталғанын білеміз. Мысалы, Шынғысхан өз қоластындағы барлық руларға жеке-жеке рә-

міз ретінде ағаш, құс, ерекше таңба және ұран бөліп берген көрінеді. Сондай-ақ Оғыз хан өзінің 24 немересіне дәстүр бойынша жеке-жеке таңба бөліп берген. Рашидаддин кезінде барлық таңбалардың Ұзын ханың мұрагері – Күн хан тұсында белгіленгендігін жазған болатын.(3) Таңбалардың түркі-монгол халықтарында бүгінгі заманға дейін сақталғандығының айғағы же-терлік. Орыс галымы Н.Ф. Катанов 1882-1892 жылдар аралығында түрк-монгол халықтарының 3 мынға жуық таңбасын жинастырған. Таңба туралы айтқанда біз оның тамға, белгі, ен түрлерін де ескереміз. Өйткені, әу баста бұлар бір ұғым-түсініктен туғанымен, уақыт өте келе әркайсының ру, тайпа, одақ, бірлестіктердің қоғамдық-әлеуметтік, саяси-экономикалық өмірінде жеке-жеке өзіндік атқарар қызметі болғандығын ешкім жоққа шығара алмайды. Мысалы, белгі бұл мазмұны жағынан тамға мен таңбага қараганда тар мағынада қолданылады. Бұл құнделікті тіршілікте аяқ астынан туған жағдайға байланысты өмірге келеді де (заттың, жердің бетін ұмытып қалмас үшін сыйып қою, қазып қою, жыртып қою, тіліп қою, кесіп қою, қазық қағып қою, бүктең қою, бояп қою, т.с.с.), уақыт өткен соң өз мәнін жоғалтады. Тамға қазақ түрмис-тіршілігінде төрт түлікке салынады. Әр рудың немесе тайпаның, отбасының малдарына салынатын және атадан балаға мұра болып қалатын сол әүлетке ғана түсінікті нышан. Ен – бұл да малға (бұрын адамға да салатын болған) салынатын жекелік иелік мәні бар нышан. Таңба – бұл бүкіл бір рудың, тайпаның, одақтың, бірлестіктиң бәрінен ортақ саяси-әлеуметтік мағынасы бар нышан. Біз бұлардың бәрін тілге тиек етіп отырғанымыздың басты себебі, бұлардың бәрі ең алдымен ақпараттық мәнге ие. Осы нышандарға қарап көрген адам белгілі бір ақпарат алады. Қай руға жататындығын біледі. Бұл нышандардың астарында адамдарды топтастыру, біріктіру, жұмылдыру мағынасы да бар. Осы нышандардың дамыған, курделенген нұсқасы мемлекеттік мәні мен маңызы бар рәміз дәрежесіне көтерілген. Оны мемлекеттік елтаңба дейміз. Мемлекеттік рәміз бір мемлекеттің құрамындағы барлық ұлыстар мен ұлттардың бәрінен ортақ киелі нышан. Мемлекеттік елтаңбадағы бейнелердің бәрінде үлкен мән терең мағына бар. Елтаңбадағы бейнелердің не мағына беретіндігі зерттеушілердің айтқанына назар аударып көрелік: «Елтаңба – елдіктің, тәуелсіздіктің, мемлекеттіліктің ерекше белгісі, неміс тілінен аударғанда «мұра» немесе «енші» мағынасында айтылады. Қазақ же-

рінде алғашқы мемлекеттік бірлестіктер қашан пайда болса, елтаңбалар тарихы да сол кезеңнен басталады. Басқаша айтқанда, елтаңба тарихы – бұл мемлекеттің тарихы. Әлемдік тәжірибе көрсеткендей, кез келген мемлекеттің Елтаңбасы өзіндік ерекшелігімен бір елді екінші елден ажыратып тұрады. Айталық, ерте темір дәуіріндегі сақ тайпалары өзгелерден «тамға» аталатын тотем белгісі арқылы болініп тұрган. Тамға – ерекше белгі, қасиетті рәміз, мөр дегенді білдіреді. Б.з.б. В ғасырда Есік қорғанынан табылған «Алтын адамның» күімі 4 мыңға жуық әшекеймен безендірілсе, сол әшекейлер барыс, бұлан, тау-теке, арқар, ат, түрлі құс бейнелерін беретін «аңдар стилінде» жасалған. Көк Тұмызыдағы ою-өрнекті «қошқар мүйіз» де осыдан шыққан. Елтаңбаға «Алтын адамның» бас киімнедегі екі жаққа қараған мүйізді қанатты пырақты аттар негіз етіп алдынды.»(4)

Қазақ оюларының басы да тастағы таңбаларға, басқаша айтқанда ежелгі дәуірлерге апарып тірдейді. Баса назар аударатын нәрсе оюда дәстүр сабактастығы үнемі жалғасып отырған. Мысалы, тасқа таңбаланған адам бейнесін қазак даласынан табылған бірде қоладан құйылған ыдыстан байқаймыз, енді бірде алтыннан апталған бұйымнан, тағы бірде ағаштан шабылған табақтан аңгарсак, келесіде киізден басылған төсөніштерден, матадан тігілген киім-кешек, жасаулардан көзіміз шалады.

Адамзаттың тасқа таңбалаган ең алғашқы бейнесі – өз сұлбасы, өз болмысы. Адам істеңген ісін өзгеге жеткізу талпыныстарын әуелі өз тұлғасын тасқа таңбалау арқылы танытқан. Сол әрекет ақыл-ой алға жылжып, іс-қимыл қозғалыстар белгілі бір мағыналы мақсатқа жұмылдырылып, жетілген сайын тастағы адам сұлбасы да жандана, жаңғыра түсті (Адам тұлғасы бейнеленген сурет өнерінің ең озық үлгілерін еске түсіріп көрініз). Солай болған күннің өзінде тастағы алғашқы адам сұлбасы пішіндік болмысын көп өзгерпестен қазақ оюларында бүгінгі күнге дейін негізгі айшық ретінде өмір сүріп келеді. Бұған көз жеткізгіңіз келсе, алысқа барудың қажеті жоқ.

Қазақ оюның ұлттық болмысын айқындағыны өзіне ғана тән ең басты символикалық белгісі, басқаша айтқанда, барлық ұлттың оюларын қатар қойғанда солардың ішіндегі қазақтың оюын айқындаپ тұратын негізгі айшық – «қошқар мүйіз». Бұл – халық ұғымында қуат-қүштің, молшылықтың, байлықтың белгісі. Қошқармұйіздің екі ұшын созып әкеп басталған жеріне қоссаныз,... қатар тұрган қос шенбер...

пайда болады. Бұл – достықтың, бірліктің, татулықтың, ынтымақтың белгісі. Қос шенбер – екі жұмыртқаның сыйбасы. Бұл – мәңгіліктің әрі шексіздіктің және ұрпақ сабактастығының белгісі. Осыншама ұғымды сыйдырып тұрган «қошқармұйіздің» ар жағында адам жасырын тұрганын аңғарма мүмкін емес. Қазақ – оюмен ой айтқан халық. Оюды ой айтудың куралына айналдырған ұлт. Жазу мен сыйудың сырын оюы мен өрнегі арқылы терең менгерген ел. Аныздардың бірінде алысқа ұзатылған қызы бірер жылдан соң керуеншілерден ата-анасына кестелі орамал жіберіпті. Орамалдың бетінде қанатын қаға самғап бара жатқан көгершін кестеленген екен. Мұны көріп ата-анасы: «қызымыз көңілі көкте еркін ұшқан кептердей екен. Тәуба деп қуанышты. Тағы бірер жылдан соң әлгі керуенші тағы да кестелі орамал әкеліпті. Орамалдың жиегі қара жіппен көмкеріліпті де, сабы сынған қамшы және торда отырған тоты және тікесінен тік тұрган ер адам бейнеленіпті. Сонда ата-анасы қайғырыпты. – Қызымыздың қүйеуі қайтыс болып қалың қайғыга қалыпты. Тордағы тотыдай күні қараң болыпты. Өменгері отырса – опақ, тұрса – сопақ өмір кештіріп жүр екен. Барып өз көзімізben көріп қайтайық, – деп атқа мініпті.(5) Аңыз болғанымен, аңыз түбі – ақиқат екендігін де ешкім жоққа шығара алмайды.

Ою мен өрнекті зерттеп жүрген ғалымдар оюлардың пішіндік сипатына байланысты а) аспанәлемдік; ә) геометриялық; б) жандыәлемдік; в) көкөністік деп бірнеше салаға беліп қарастырады. Аспанәлемдік ою-өрнек түрлеріне күн, ай, жұлдыз секілді аспан шырақтары көбірек қолданылса, геометриялық түрлеріне төртбұрыш, үшбұрыш, шенбер, тік сзық, қоссызық, т.б. фигуralар қолданылады деп түсіндіріледі. Бұлай бөлу әлі де зерттей түсіндіріледі. Мұндай зерттеу әдісі отырықшы елдердің таным түсінігі бойынша дүниеге келген. Ал көшпелі елдің дүниені тану әдісі жаратылыстың табиғи болмысынан алыстамай, сонымен астасып отырады. Ұлттық оюдың астарында белгілі бір ақпарат жатқанын білу үшін де оны танып білу әдістерін дұрыс жолға қойған абзal. Тегінде оюларды сыртқы пішініне қарай топтастырудан гөрі мазмұнына және салынатын затына қарай белген назарда болған жөн секілді. «Мазмұны» дегенде оюшының ойып отырған оюның әу баста кімге, неге, қандай мақсатпен ойылғанын түсінү маңызды. Ал салынған затына қарай:

«бәдіз» – тасқа қашалған ою;

«шекіме» – қаңылтыр бетіне шекілген ою;

«тұр» – сырмак, текемет бетіне салынған ою;

«батырма» – тері бетіне батырылған ою;
 «құйма» – металдан құйылған ою;
 «кесте» – мата бетіне тігілген ою;
 «тоқыма» – жүннен тоқылған ою;
 «оймыш» – ағаш бетіне оймышталған ою;
 «кию» – қағаздан, матадан, теріден, қаңылтырдан қыылған ою десек, ұлттық таным мен талғамға жақын келеміз. «Зерттей тұсу қажет» дегенді біз көбінесе «геометриялық» деген аталымға байланысты айтамыз. Өйткені, геометриялық деген атау таза ұлттық санадан ғөрі сыртқоздік ұғымнан келіп шығып отыр. Әйтпесе, ою тілінде –

«үшбұрыш» дегенді қазақ «үшкіл», «үшем», «тұмар»;

«төртбұрыш» дегенді «шаршы» («шаршы топ, шаршы әлем»);

«бесбұрыш», «алтыбұрыш» дегенді «жүлдіз»;
 «шенбер» дегенді «күн»;

«жарты шенбер» дегенді «ай» дейді. Осылайша, мұндағы геометриялық түсініктер аспанәлемдік ұғымдармен, табиғаттың нысандарымен және соларға байланысты туган түсінік, таным мен талғам арқылы фәлсалапалық санамен астасып кетеді де математикалық нақтылық тудырған сипаты жоққа тән болады. Яғни оюдағы ақпаратты тану үшін ең әуелі сол оюды ойған ұлттың дүниетанымын, тұрмыс-тіршілігін тану мен зерделеу маңызды. Сырмак, текемет бетіндегі оюлардың орналасуына қарай олардың өз атаулары бар.

Әрине, сырмак бетіндегі оюдың бәрі дәл біз айтқандай салынбаған да болуы мүмкін. Бірақ оюды салушының әу баста осы сырмак түрі мен өрісіне және әшиесіне бір мән бергісі келгені ақиқат. Сол арқылы үлкен әңгіме айтпақ та болған. Оны енді сол оюышы ғана толық біледі. Біздікі әншейін жорамал ғана. Десек те оюдың әр үлгісінен мағына мен мазмұн іздеу арқылы бір ақиқатты табарымыз анық. Бейнесөз көру арқылы қабылданады. Осы қабылдау барысында көрушінің тарихи жады оянады. Өткен оқиға, сол оқиғага қатысты деректер мен мағлұматтар есіне түседі. Ерік-жігері, рухы, намысы көтеріледі. Әрекет етуге бекінеді. Бейнесөздің аткарап қызметі де осы болатын.

Бейнесөздің ежелгі нұсқалары өз заманынан тарихи ақпараттардың елесін берсе, бейнелеп ой айту өнері дами келе құнделікті өмірдегі өзекті мәселелер туралы қоғамдық ой қозғап, олардың шешілуйіне тұрткі болу қызметін де атқаратын өнерге айналғанына дәлел көп. Солардың бірі – карикатура өнері. Карикатура арқылы қоғамда болып жатқан келенсіз жайттарды сыйнайды, мі-

нейді, шенейді, бұқаралық пікір тудырады, билік басындағыларға ой салады, мәселенің шешілуйіне тұрткі болады. Карикатураның пәрменділігі, көтерген мәселесінің өзектілігінде және соны өткір оймен жеткізе білуінде.

Бейнесөздің келесі бір легі – плакаттар. Плакатта салынған бейнелерге қарап қоғамда ең өзекті проблеманы білуге болады. Плакаттарды мазмұнына қарай: жарламалық, яғни белгілі бір болатын шараға шақыру, сол туралы жарлау мәні басым үгіттік мағынадағы плакаттар; жарнамалық, яғни ең қажетті затты, өнеркәсіп өнімін өткізу мәні басым плакаттар; насиҳаттық, яғни жеке тұлғаны таныстыру, беделін көтеру, мақтан ету, үлгі қылу мәні басым плакаттар; әшкерелік, яғни саяси-қоғамдық-әлеуметтік өмірдегі жат мінез, жағымсыз іс, зансыз әрекеттерді жалпы жүртқа жария ету арқылы бұдан былай болдырмау максатындағы плакаттар деп бөлүгे болады. Баспа-баспаханалық стандарттар бойынша да пішіндік сипатына қарай бөлу бар. Айтпағымыз – плакаттар да салынған бейне-суреттері арқылы белгілі бір дәрежеде замансөз жүгін атқарады – қоғамдық пікір тудырады, санаға қозғау салады, әрекетке бастайды, жүртты қажетті іске жұмылдырады. Бейнесөздің тағы бір түрі – фото, яғни фотобейне, фотосурет, фотоколлаж, фотоэтюдтер. Мұнда да фотограф көзімен көрген шындықты жүртқа жариялау арқылы «әлеуметке дегенін істете» алады. Мұсін өнерінің де бейнесөз міндеттін атқара алатындығына шұбә келтіруге болмайды. Болған тарихи оқиғаларға орнатылған монументтер, тарихи тұлғаларға қойылған ескерткіштер көрген жанға ақпарат беріп қана қоймайды, санасына тұрткі болады, рухын оятады, жігерлендіреді, ойландырады, тебірентеді, толғандырады, шешім қабылдатады.

Сонымен жоғарыда айтылған ойларды жинақтай келе мынадай корытындығатоқтаймыз. Публицистаның, яғни замансөздің, бастаубұлағы адамзат бірі-бірімен ақпарат алмаса бастаған дәуірлерден бастау алады. Қимыл (ым, ишара), дыбыс (ұн, дауыс), бейне (сызба, таңба) арқылы ақпарат алмасу машықтары дами келе жоғары деңгейге көтерілген соң, тіл, сөз айту машықтары қалыптасқаннан бастап шешенсөз өмірге келді. Яғни адамдар ең әуелі бір-бірімен ақпарат алмасуды үйренді. Ақпарат алмаса жүріп ойлану, ой айту, әлеуметтік пікір қозғау, бір-бірінің санасына тұрткі болу арқылы қоғамдық сана қалыптастырыды. Бұл кезеңдерде шешенсөз басты мәнге ие болды. Ақпарат алмасудың, ой айтудың даму сатысы жоғарылағаннан кейін көркемдік тәсілдер қызмет атқара бастады.

Көркем ойлау ақпараттарды, көзкарастарды, пікірді бейнелі, ажарлы етіп беруге жол ашты. Бұл үдерістер дами келе көркем сөйлеу мен көркем ойлау нәтижесі – ауызша әдебиетті өмірге әкелді. Енді алғашқы ақпарат уақыт өте келе ескірді. Тек кейінгі үрпаққа қажетті тағылымдық мазмұн мен мәлімет қана қалды. Әр үрпақ өз танымы мен талғамының қажетіне қарай өзгерістер енгізіп отырды. Оның бірнеше нұсқасы пайда болды. Осылардың өзі бір үрпақтан келесі үрпаққа ауыса келе әлгі әу бастағы шындық ақпарат (шешенсөз) кейін көркемделген ақпарат (ауызша әдебиет) белгілі бір мазмұн мен пішінге ие болып, халық санасында елес ақпарат болып тұракталады (фольклор).

Адам бар жерде олардың тіршілік үшін топтасу нәтижесінде қалыптасқан қоғамы бар. Ол қоғамдық ортада даму үдерісі жүзеге асу үшін қоғамдық санаға қозғау салып отыру қажет. Осы қажеттілікті өтеу замансөз арқылы жүзеге асады. Бұл барлық өркениеттік цивилизацияда өшкен де, кеміген де емес. Өз функциясын атқару арқылы адамзат қоғамының алға жылжуына өз ықпалын тигізіп келе жатқан замансөздің мәні осында. Айтайық дегеніміз халық бар жерде, оның өмір сүру дәстүрі мен салты барда қимылсөз де, дыбыссөз де, бейнесөз де, шешенсөз де, ауызша әдебиет те, фольклор да онымен бірге жасап келеді және жасай береді.

Әдебиеттер

1. Панов Е.Н. Знаки, символы, языки. 40-41 бет.
2. Сагалаев А.М., Октябрьская И.В. Традиционное мировоззрение тюроков Южной Сибири. Знак и ритуал. – Новосибирск: «Наука», Сибирское отделение, 1990. – С. 20.
3. Митиров А.Г. Генетические связи тамг тюрко-монгольских народов.
4. Аяганов Б. Дереккөз: <http://e-history.kz/kz/publications/view/621> © e-history.kz
5. Медеубекұлы С. Ою хан мен Жою хан. – Алматы: Жалын, 1994.

References

1. Panov E.N. "Signs are symbols of languages". 40-41 bets.
2. Sagalayev A.M., Oktyabrskaya I.V. The traditional worldview of the Turks of Southern Siberia. Sign and ritual. Novosibirsk. "Science", Siberian Branch. 1990. P.20
3. Mitirov AG Genetic relations of tamgas of the Turkic-Mongolian peoples.
4. Ayahanov B. Derekkz: <http://e-history.kz/kz/publications/view/621> © e-history.kz
5. Medeubekly S. Oyu Khan Men Zhuyu Khan. Almaty, A., Zhalyн, 1994.

MPHTI 19.41.09

Л.С. Ахметова

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы, e-mail: s.akhmetova@gmail.com

МЕДИА КАЗАХСТАНА 50 ЛЕТ НАЗАД: ПУБЛИКАЦИИ НА ТЕМЫ ПАТРИОТИЗМА

Изучение главных газет и журналов на казахском и русском языках Казахстана полвека назад показало, как медленно и постепенно стали изменяться темы публикаций в медиа и появляться герои прошлых времен, которые были недоступны ранее в советский период истории Казахстана. Это произошло с подачи ряда публикаций в общесоюзной прессе, и невольно – с указаний партийных органов по улучшению ситуации с вопросами изучения современных взглядов войны и мира, не использованных уроков истории в Великой Отечественной войне. Такие примеры стали началом перестроичных явлений в изменении истории Казахстана и информировании казахов и казахстанцев о национальном в германском прошлом народа.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его результатов в области культуры, истории, политологами, журналистами, экспертами, студентами, магистрантами и докторантами университетов.

Результаты исследования могут быть интегрированы в образовательный и воспитательный процессы. Опыт Казахстана может быть представлен как практики для новой истории постсоветских стран и в самой республике. Материалы могут быть включены в учебные пособия и учебники истории XX века, журналистики и других социо-гуманитарных дисциплин.

Ключевые слова: медиа, Казахстан, уроки прошлого, патриотизм, общесоветское и национальное, герой прошлого, историческая память.

Л.С. Ахметова

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы,
Алматы қ. e-mail: s.akhmetova@gmail.com

Қазақстанның бұқаралық ақпарат құралдары 50 жыл бұрын: патриотизм тақырыбы бойынша жарияланылғандар

Жарты ғасырдан астам уақыт бұрын қазақ және орыс тілдеріндегі негізгі газеттер мен журналдарды зерттеу Қазақстандағы тарихтың кеңестік дәүірінде қол жетімсіз болған бұқаралық ақпарат құралдарында басылымаңдардың тақырыптары қалай өзгергенін және уақыт өткен сайын пайда болғанын біртіндеп көрсетті. Бұл Букілодақтық, баспасөзде бірқатар жарияланымдарды ұсынумен, сондай-ақ партиялық органдар тарапынан соғыс пен бейбітшілік көзқарастарын, Ұлы Отан соғысындағы пайдаланылмаған тарих сабактарын зерттеу мәселелерімен жағдайды жақсарту туралы нұсқауларымен болды. Осындай мысалдар Қазақстан тарихын өзгерту мен қазақтар мен қазақстандықтарды халықтың ерлік дәүірін хабардар етудегі қайта құрудың құбылыстары бастағы.

Зерттеудің практикалық маңызы оның нәтижелерін мәдениет, тарих, журналистер, саясаттанушылар, журналистер, сарапшылар, студенттер, магистранттар мен докторанттарға колдану мүмкінігінде жатыр.

Зерттеудің нәтижелері білім беру және тәрбие процестеріне біріктірілуі мүмкін. Қазақстанның тәжірибелі посткенестік кеңістіктері елдердің және республиканың өзінде жаңа тарихтың тәжірибесі ретінде ұсынылуы мүмкін. Материалдар жиырмасыныш ғасырыдың оқулықтарына, журналистика және басқа да әлеуметтік-гуманитарлық пәндерге енгізілі мүмкін.

Түйінді сөздер: БАҚ, Қазақстан, өткен сабактар, патриотизм, кеңестік, ұлттық және ертерек өткен батырлар, тарихи жады.

L. Akhmetova

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,
e-mail: s.akhmetova@gmail.com

Media of Kazakhstan 50 years ago: publications on patriotism subjects

Studying of the main newspapers and magazines in the Kazakh and Russian languages of Kazakhstan has shown half a century as slowly back and gradually subjects of publications in media began to change and to appear heroes of last times which were inaccessible during the Soviet period of history of Kazakhstan earlier. It has happened at the suggestion of a number of publications in the all-union press, and involuntarily - from indications of party bodies for improvement of a situation with questions of studying of modern views of war and peace, not used history lessons in the Great Patriotic War. Such examples became the beginning of the Perestroika phenomena in change of history of Kazakhstan and informing Kazakhs and Kazakhstan citizens about national in the heroic past of the people.

The practical importance of a research consists in a possibility of use of his results in the field of culture, history, journalists, political scientists, journalists, experts, students, undergraduates and doctoral candidates of the universities.

Results of a research can be integrated into educational and educational processes. Experience of Kazakhstan can be presented as practice for a modern history of the Post-Soviet countries and in the republic. Materials can be included in manuals and textbooks of history of the XX century, journalism and other socio-humanistic disciplines.

Key words: Media, Kazakhstan, past lessons, patriotism, all-Soviet and national, heroes of the past, historical memory.

Введение

Полвека назад праздновался юбилей Страны Советов, проводился анализ, подводились итоги Великого Октября. И в эти же годы были обнаружены и даже названы, несмотря на существующий строй, проблемы социализма, казалось бы, незыблемыми вопросами патриотического воспитания и военной истории СССР. Актуальность вопросов военной истории и патриотического воспитания молодежи несомненна сегодня, так как эти вопросы претерпели такие существенные изменения, что сегодня важно разобраться в проблемах полувековой давности и показать нынешнее состояние того, о чем начали робко, но с нарастающей постоянностью, говорить в те далечие годы.

Теоретическая и практическая значимость темы также необходима, поскольку четверть века Казахстан живет как суверенная страна. К тому же новые вызовы времени в эпоху инновационных технологий позволили открыть мир всем и самостоятельно. Это накладывает определенные обязанности и в то же время дает право решать самому и определять важность тех или иных событий прошлого. Тем не менее знать историю необходимо, сравнивать факты, изучать ее все стороны, ломая догматы и стереотипы, изучать белые пятна истории, то, о чем не знали и не говорили, но все это было, иметь собственную точку зрения.

К сожалению, в последнее время намечается тенденция мифологизации истории или

замалчивания тех или иных фактов. И это видится во всем мире.

Объект исследования – медиа Казахстана в 1967 году: газеты, журналы, радио, телевидение.

Цель: изучение общесоюзного и местного материалов по вопросам общесоветского и национального, патриотического воспитания и военной истории СССР в 1967 году и изменение взглядов на историю прошлого.

Задачи:

Изучение в медиавопросов патриотического воспитания, поставленных центром – Москвой.

Контроль и проверка данных вопросов местными партийными органами.

Включение республиканского, районного и местного аспектов вопросов патриотизма учеными и политиками Казахской ССР.

Методология

Методология сравнительно-исторического исследования, методология и техника социологического исследования, системный и структурно-функциональный подходы в сочетании со сравнительно-историческим методом и анализом статистических данных, а также изучение официальных документов, характеризующих политику международного сообщества и казахстанского государства, правового регулирования и т.д. Использование преимуществ междисциплинарной методологии, контент-анализа и качественного анализа документов.

Основная часть

Подходы:

- изучение медиа и истории Казахстана в контексте истории СССР в 60-х годах XX века;
- анализ событий и показ их в медиа как опыта прошлого в сравнительно-исторической исследовании;
- изучение уроков и новые вызовы.

Гипотезы: прошлое до сих пор довлеет над настоящим и не только в глазах старшего поколения, но и молодежи, не извлекаются уроки истории, напротив мифологизируются и преподносятся в ином более положительном, а иногда и отрицательном контенте.

Значение:

Сегодня в Казахстане сделан акцент на изучении истории далеких прошлых веков, и как-то забывается история XX века, сложная, противоречивая и малоизученная с современных позиций, демократических подходов и иных взглядов, поэтому необходимо сделать акцент на изучении истории и медиа Казахстана разных периодов XX века.

История вопроса

Изучением истории СССР послевоенного периода занимались на западе известные политологи, советологи, кремленологи, историки. Для нас интересны их точки зрения того периода, их анализ советской действительности, достижения и ошибки КПСС и советского правительства. Конечно же, превалировал анализ вопросов ошибочных действий в стране Советов и прав человека. Полувековой юбилей советского государства был ими тщательно проанализирован, и эта экспертная оценка СССР нашла свое отражение в книгах ярых оппонентов и действительно известных ученых стран запада. Среди которых особо надо отметить З. Бжезинского, историков Д. Боффа, Н. Верта и др. [1].

1967 год – юбилейный. Советское государство, ряд стран социалистической системы, поклонники коммунистических идей в других местах торжественно отметили 50-летие Октябрьской революции.

Этот юбилей отмечался с невиданным размахом, обилием торжественных мероприятий, славословий. Но в сумме всего проводившегося есть моменты, на которые мы бы хотели обратить внимание.

Во-первых, советская идеология впервые столкнулась с критикой правоверности и незыблемости взглядов не только со стороны традиционных противников; кремленологов, советологов, аналитиков эмигрантских изданий типа

НТС, но и со стороны дружественных партий и направлений – Компартии Китая, параллельной Компартии Индии, руководства Кубы (в очень ограниченной мере). Совершенно неожиданно по ряду эпизодов прошлого критики идеологии нашлись и внутри СССР.

Мы не будем говорить об А. Солженицыне, кого после отставки Н. Хрущева уже начали активно преследовать, мы не станем вести речь об А. Твардовском или других литературных диссидентах. На наш взгляд, есть необходимость остановиться на эпизоде с А. Некричем, ибо данный эпизод очень близок нам по ряду аспектов исследуемой темы.

В июне 1967 года после напряженного противостояния и перепалки в печати, радио и телевидения между израильской и арабскими странами Израиль нанес превентивный удар, и в течение шести дней разгромил вооруженные силы Египта, Иордании, Сирии и боевые формирования ООП [2].

Эта блиц-победа послужила упомянутому историку А. Некричу основанием заявить, что в СССР не извлекли урок из событий прошлого. Если в 1941 году фашистам не удалось вариант молниеносной войны, то Израиль доказал жизненность такого варианта. В своей книге «22 июня 1941 года» А. Некрич критически проанализировал те данные, которые он собрал, и которые показали, насколько благодушным было советское руководство в начале второй мировой войны [3].

А. Некрич, по существу, обвинил И. Сталина в пренебрежении к военному искусству и в том, что, жульнически используя патриотические чувства советских людей, и прежде всего русского народа, И. Сталин сумел потом исправить тяжелейшие ошибки 1941 года.

По существу, публикация А. Некрича вывела из запасников исторических работ проблему патриотизма на одно из первых мест. А. Некрич косвенно бросил тень на политику Л. Брежнева, занявшегося частичной реабилитацией И. Сталина, и тем самым книга А. Некрича поставила вопрос о сущности брежневского неосталинизма, о том, что этот курс антиисторичен и противоречит, что уже доказано и опровергнуто в жизни. Сегодня, по мнению А. Некрича, патриотом мог быть лишь тот, кто в состоянии извлечь уроки прошлого, не допустить повторения трагедии, тем более, что ее масштабы в эпоху ракетно-ядерного противостояния могут перекрыть все, что имело место в 1941 году и что теперь приобретет необратимый характер.

А. Некрич поставил на первый план проблему патриотического воспитания, подчеркнув, что новое поколение следует воспитывать не только в духе покорности к вождю и верности идеалам, но, главным образом, в духе высокого профессионализма, политической грамотности, что надо воспитывать людей с развитой и полной исторической памятью, а не с усеченной знанием истории в рамках докторатов «Краткого курса» [4], то есть людей с историческим знанием, отвечающим требованиям времени, с качественно новым понимание опыта прошлого, его суровых назиданий.

Книга А. Некрича была издана на западе. Ее изучали не только советские идеологи, но советологи и идейные враги СССР [5]. В результате А. Некрич был вынужден эмигрировать и уже писать свои книги открыто на западе [6].

Советская идеологическая машина попыталась первоначально замолчать, а затем вынуждена была отреагировать на идеи А. Некрича весьма своеобразно: провести повсюду мероприятия по разъяснению в массах того, как советское руководство помогает силам национального освобождения в арабском мире и в других частях света выстоять в трудную минуту.

В мероприятиях этого цикла было обращено серьезное внимание на необходимость патриотического воспитания советских людей на примерах героев Октября, гражданской войны, пятилеток, периода Великой Отечественной войны, целинников и ударников социалистического труда. Все эти материалы практически заполонили страницы газет и журналов.

Для подавляющего большинства населения, в том числе и Казахстана, были прочитаны лекторами общества «Знание» закрытые письма ЦК КПСС, раскрывавшие сущность того, что делалось в свете уроков шестидневной войны Израиля. Как показали материалы нашего изучения, июль-август-начало сентября 1967 года заполнены мероприятиями по разъяснению положений упомянутых закрытых писем ЦК КПСС.

Для тех, кто все же соглашался с оценками А. Некрича, институт марксизма-ленинизма при ЦК КПСС ответил в журнале «Вопросы истории КПСС» серией статей, критически анализировавших его книгу [7].

Однако А. Некрич поставил проблему, в принципе созвучную с требованиями жизни, и в специализированных идеологических учреждениях, коллективам историков, прежде всего историкам партии, пришлось отвечать на ряд

назревших вопросов. Свой ответ по материалам прошлого, в частности эпохи гражданской войны, дал П. Пахмурный, исследовав крестьянское восстание в тылу белых в Кустанае, на Рудном Алтае и др. Ученый обнаружил примеры того, как в действиях красных партизан проявлялись чувства патриотизма и как его использовали большевистские организации.

Неприязни к тем, кто вмешивался в гражданскую войну в России, в том числе и на территории Казахстана, П. Пахмурный скорее всего не понял, хотя, возможно, и не мог написать, что белое движение, увязав свою судьбу с запросами и действиями Англии, Франции, США, Японии, сразу стало в глазах населения, в том числе малограмотного крестьянства, чуждой силой, агентурой, помощницей, лакеем извечных врагов русского государства. В книге П. Пахмурного приведены эпизоды сражения партизан с чехами, польскими легионерами, белоказаками, анненковцами, причем рассказано о том, как один крестьянин повторил подвиг Ивана Сусанина, как Анненков в припадке гнева распорядился сжечь в топке паровоза двух партизан и т.д. [8].

Естественно, что такой идеологически выдержаный труд не мог поставить в полной мере проблему патриотизма, но там содержится богатый материал, давший возможность говорить о рождении уже в гражданскую войну элементов советского патриотизма. Естественно, это было преувеличением, но какие-то моменты требовалось осмыслить.

Определенным преувеличением, хотя и работавшим на саму проблему, стали публикации в средствах массовой информации республики об Алиби Джангильдине, Амангельды Иманове, в Алма-Ате, например о Павле Виноградове, Токаше Бокине, Джамбуле Джабаеве, Тураре Рыскулове и других участниках Октября и гражданской войны.

Собственно, советская идеологическая машина оказалось вынужденной крутить одну и ту же пластинку – герои Октября, гражданской войны, пятилеток. Социологический анализ двух центральных республиканских медиа на казахском и русском языках показал, что обращения в далекое прошлое не было. Оно не могло дать примеров, связанных с деятелями КПСС, а то, что не содержало примеров этой деятельности, считалось всего лишь предисторией.

1967 год в средствах массовой информации Казахстана получил отражение в основном по темам юбилея советской власти, событий на

Ближнем Востоке, пятилетнего плана 1966-1970 годов [9].

Вместе с тем уже в предыдущие годы в средствах массовой информации звучали нотки тревоги по поводу военно-патриотического воспитания. В 1967 году они усилились. Правда, в газетах и журналах не нашел отражения комплекс мероприятий по линии ЦК Компартии Казахстана, ЦК комсомола, служб ДОСААФ и военкоматов, но в архивных документах эти материалы представлены более чем полно [10].

В мае 1967 года Секретариат ЦК Компартии Казахстана вынужден был рассмотреть вопрос «О серьезных недостатках в подготовке молодежи к службе в армии и флоте». Нам бы хотелось обратить внимание на то, что обеспокоило руководство правящей партии:

- а) слабость общеобразовательной подготовки;
- б) высокий процент списанных от призыва по состоянию здоровья.

Конечно, это важно, и было и остается сегодня. Но то, что касалось политической подготовки призывников, наличие у них любви к Родине, на Секретариате детального анализа не нашло [11].

Собственно, собравшиеся на заседании Секретариата, не поняли значимости этой проблемы. Тем самым изначально призывникам

закладывалось в сознание своеобразное отчуждение. Конечно, это как-то исправлялось общеполитической подготовкой. Но факт есть факт: молодой человек, идя в армию, не чувствовал высокой ответственности за то, что ему предстояло делать.

Чего мы достигли?

Празднование юбилея, показ значительности советских преобразований, позволил художественной литературе, особенно в историческом романе, вернуться к проблеме советского прошлого, заглянуть вглубь веков. Так, принимается решение о подписанном издании собрания сочинений М. Аузэзова в 12 томах, где главную часть составит его знаменитая дилогия об Абае [12].

Проблема исторического романа переходит на страницы газет, в радио- и телевизионные передачи, как рубрика «История края», появляется разделы, как «Люби свой край, свою малую Родину», где все чаще, вопреки официальным установкам, находят свое освоение и развитие материалы о далеком прошлом, о том, что было в ту самую предисторию, которая на деле оставила заметный след и оказала серьезное влияние на формирование чувств, привязанности и любви к конкретной Родине [13].

Таблица 1 – Материалы, посвященные патриотической теме в «Казахстанской правде», апрель 1967 г., 22 номера [14].

№	Темы	Кол-во	Авторы: собств./пригл.	Среднее % содержание
1	Для школьников о патриотизме	11	3/8	4,5
2	Для молодежи о патриотизме	35	6/29	13,5
3	Общие темы по патриотизму	54	48/6	21,0
4	Темы патриотизма и интернационализма	36	14/22	13,0
5	Темы общесоветского плана о патриотизме	78	45/33	30,0
6	Казахстанский патриотизм	37	13/24	14,5
7	Районный/ местный патриотизм	8	5/3	3,5
8	Итого	259	134/125	100

Анализируя результаты таблицы 1, мы видим приоритет тем общесоветского над местными материалами о патриотизме. Для этого мы берем данные под №№ 3, 4, 5. Они в итоге составляют 168 материалов, опубликованных в газете «Казахстанская правда» за апрель 1967 года, то есть из всех материалов на патриотическую тему они составляют 65,5 %. Однако 60-е годы прошлого века показывают

именно зарождение темы местного патриотизма казахстанского и впоследствии казахского. Пусть это было только начало, но с каждым годом все набирало обороты и становилось все больше и значимой. И к концу XX века тема местного патриотизма стала превалировать над темой общесоветского, и такое произошло не в 90-е годы, а уже к концу 80-х годов.

Таблица 2 – Материалы, посвященные патриотической теме в «Социалистік Қазақстан», апрель 1967 г., 22 номера [15].

№	Темы	Кол-во	Авторы: собств./пригл.	Среднее % содержание
1	Для школьников о патриотизме	15	7/8	5,0
2	Для молодежи о патриотизме	41	22/19	14,0
3	Общие темы по патриотизму	49	23/26	15,5
4	Темы патриотизма и интернационализма	48	42/6	15,5
5	Темы общесоветского плана о патриотизме	54	38/16	17,0
6	Казахстанский патриотизм	88	32/56	28,0
7	Районный/ местный патриотизм	14	3/11	5,0
	Итого	309	167/142	100

Изучая таблицу 2, мы видим некоторые изменения по сравнению с таблицей 1. Это вызвано тем, что газета казахоязычная и рассчитана на местное население, на людей, многие из которых живут в глубинке, в сельской местности. И данные под №№ 3, 4, 5 составляют 151 материал. Что составляет 48,9 %, чуть меньше половины, то есть в 1967 году в прессе на казахском языке уже наметилась тенденция публикации местного, казахстанского и казахского материалов. Она еще еле видна, но уже стала чуть больше половины опубликованных материалов на патриотическую тему. И такая тенденция уже набирает обороты, которая в 80-х годах сыграла определенную роль и в жизни казахской молодежи в 1986 году, выступивших в декабре с политическими требованиями перед союзным и казахстанским руководством. Именно пресса сыграла воспитательную, просветительскую и образовательную роли в дальнейшем развитии истории Казахстана конца XX века.

При сравнительном анализе авторского состава двух главных газет Казахстана следует отметить тот факт, что практически по данной теме они смогли уложиться в требования перед медиа об обязательном привлечении внештатного состава, экспертов, ученых, известных государственных, политических и общественных деятелей, то есть практически в газетах половина состава авторов состояла вне штата редакции, что было обязательным требованием для СМИ. В состав собственных авторов мы определили также и обязательные материалы, спускаемые сверху для публикации, а их было большинство, поэтому и здесь мы можем отметить такой факт, что привлечение ученых, в первую очередь, а потом уже политиков и пропагандистов сыграло ту необходимую роль в просветительской деятельности казахстанцев, поэтому появляются имена

героев с казахскими и казахстанскими фамилиями, тех героев, которые были рядом, жили или даже живут здесь, на месте, которых знаешь в лицо. Таким образом история стала более человечной, и, главное, живой, своей, нашей, казахской и казахстанской.

Результаты

В общесоюзном плане опубликованная книга А. Некрича о первых днях Великой Отечественной войны, вызвав огромное количество откликов от ее неприятия до соглашения с позицией автора, не на шутку встревожила партийное руководство и власть страны.

Возникли проблемы в подготовке молодежи к службе в армии и флоте. До 60-х годов XX века служба в армии считалась нормой всех советских юношей, за исключением инвалидов. В 60-х годах все больше людей стали избегать призыва в армию любыми путями и методами, тем самым показывая, что вопросы патриотизма и службы Отечеству перестали быть приоритетными у молодежи.

Во второй половине 60-х годов в медиа Казахстана намечается тенденция постепенного выравнивания позиций в освещении национального и интернационального.

Авторами публикаций в медиа все больше становятся казахи и казахстанцы.

Появляются национальные герои, которые никак не связаны с советской идеологией, правда, они еще привязаны к шаруа – крестьянам, беднякам, борющимся за общую справедливость.

Выводы

Возникшие проблемы в подготовке молодежи к службе в армии и флоте влияли не только на воинскую и спортивную подготовку молодого поколения страны, но и, главное, на воспитание

патриотических чувств к Родине – СССР. Это также стала общесоветской проблемой, которую необходимо было решать. Осуществляется информирование общественности об истории прошлого и новых подходов к его изучению

Тенденция постепенного выравнивания позиций в освещении национального и интернационального позже перерастает уже в увеличении и затем доминировании позиций национальной темы, отхода от главенствующих советских, многонациональных позиций в медиа.

На примере патриотического воспитания через медиа показано возрождение казахской и казахстанской истории местными авторами.

Постепенно меняются стереотипы в отношении истории XX века Казахстана и СССР. Появление иных национальных героев и включение их в историю Казахстана становится явным. Вся эта работа проводится местными учеными, историками.

Новые герои, которые никак не могли быть в соответствии с позиций «Краткого курса ВКП(б)» в истории Казахстана появляются, и это факт неявно, но отражает собственную позицию руководства и ученых республики.

Заключение

Цель, поставленная в начале статьи, решена. Изучены вопросы патриотического воспитания и военной истории СССР в 1967 году, показаны уроки прошлого и решения проблем тех времен за прошедшие годы.

Были использованы вышеперечисленные методы сравнительно-исторического исследования 50-60-х годов в истории СССР и Казахской ССР и освещены вопросы национального, интернационального и патриотического воспитания.

После публикации книги А. Некрича «22 июня 1941 года» были приняты меры, именно такие, какие были все время в те периоды. Власть перестроиться не могла. Автор был вынужден эмигрировать, именно это плюс политики 50-60-х годов XX века, раньше арестовывали

и даже расстреливали. Книгу опубликовали, и это продвижение вперед того периода. Об этом говорили вслух, конечно, прикрываясь разными вопросами. Это было началом тенденции критики святого для всех советских людей – Великой Отечественной войны. И конечно же, власть работала так, как могла, а не перестроилась и не пересмотрела взгляды на очевидное. Началось изменение взглядов на историю, которую внедряли партийные руководители страны с помощью ученых. Теперь уже можно было постепенно вовлекать историю не только СССР и периода XX века, но и использовать историю с древнейших времен, а также не только пропагандистскую историю и с привлечением в качестве примеров героев советского периода, но и героев прошлых столетий и материалами местного происхождения.

Постепенно увеличивались примеры героев прошлых столетий, что и стало базой перестройки 80-х годов прошлого столетия.

Новые вызовы времени ставят иные задачи, однако без знания истории, изменении стереотипов, использовании разных источников и изучении фактов, невозможно продвижение вперед и качественное улучшение знаний.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его результатов в области культуры, истории, политологами, журналистами, экспертами, студентами, магистрантами и докторантами университетов.

Рекомендации

Результаты исследования могут быть интегрированы в образовательный и воспитательный процессы. Опыт Казахстана может быть представлен как практика для новой истории постсоветских стран и в самой республике. Материалы могут быть включены в учебные пособия и учебники истории XX века, журналистики и других социо-гуманитарных дисциплин.

Литература

- 1 Brzezinski. The Permanent Purge: Politics in Soviet Totalitarianism. Harvard University Press, 1956; Soviet Bloc: Unity and Conflict. Harvard University Press. 1967. ISBN 978-0-674-82545-1; Ideology and Power in Soviet Politics, New York: Praeger (1962); with Samuel Huntington, Political Power: USA/USSR, New York: Viking Press (April 1963), ISBN 0-670-56318-8; Alternative to Partition: For a Broader Conception of America's Role in Europe, Atlantic Policy Studies, New York: McGraw-Hill (1965); The Implications of Change for United States Foreign Policy, Department of State (1967); Боффа Д. От СССР к России : История неоконч. кризиса, 1964–1994 = Dall'URSS alla Russia / Пер. с итал. – М.: Международные отношения, 1996. – 318 с. – 10 000 экз. – ISBN 5-7133-0895-2 ; Боффа Д. История Советского Союза : В 2 т. = Storia dell'Unione Sovietica: пер. с итал. – М.: Международные отношения, 1990. – 30 000 экз. – ISBN 5-7133-0362-4; Nicolas Werth. Histoire de l'Union Soviétique. De l'Empire

russe à la CEI, 1900-1991, PUF, Paris; Histoire de l'Union soviétique de Lénine à Staline. Paris: PUF, 1995; Histoire de l'Union soviétique de Khrouchtchev à Gorbatchev. Paris: PUF, 1998.

2 Bar-On, Mordechai (2006). Never-Ending Conflict: Israeli Military History, ISBN 0-275-98158-4; Ben-Gurion, David. (1999). Ben-Gurion diary: May–June 1967. Israel Studies 4(2), 199–220; Burrowes, Robert & Muzzio, Douglas. (1972). The Road to the Six Day War: Towards an Enumerative History of Four Arab States and Israel, 1965–67. The Journal of Conflict Resolution, Vol. 16, No. 2, Research Perspectives on the Arab–Israeli Conflict: A Symposium, pp. 211–26; El-Gamasy, Mohamed Abdel Ghani. (1993). The October War. The American University in Cairo Press. ISBN 977-424-316-1; Krauthammer, Charles (May 18, 2007). “Prelude to the Six Days”. The Washington Post. pp. A23. ISSN 0740-5421. Retrieved June 20, 2008; Smith, Hedrick (June 15, 1967). “As the Shock Wears Off; Arab World, Appraising Its Defeat, Is Split as It Gropes for Strategy”. The New York Times. p. 16. Retrieved June 28, 2006; Stein, Janice Gross. (1991). The Arab-Israeli War of 1967: Inadvertent War Through Miscalculated Escalation, in Avoiding War: Problems of Crisis Management, Alexander L. George, ed. Boulder: Westview Press.

3 Некрич, А. 22 июня 1941 года. – М., 1965; никита Сергеевич Хрущев. Материалы к биографии. – М., 1989. – С. 40-41.

4 История ВКП (б). Краткий курс. – М., 1938.

5 Nekrich A. M., The Punished Peoples: The Deportation and Fate of Soviet Minorities at the End of the Second World War. – Edition: W. W. Norton & Co, 1981. – 256 p. ISBN 0393000680

6 Nekrich A. M. & Freeze G. L. Pariahs, Partners, Predators: German-Soviet Relations, 1922–1941. – Columbia Univ. Press, 1997. – 320 p. ISBN 0231106769; Некрич А. Наказанные народы. Нью-Йорк: Хроника, 1978. – 170 с. (pdf) переиздана «Нева», 1993, № 9, 10. С. 251; Некрич А. Отрешился от страха. Воспоминания историка. London: OPI. 1979. – 416 с., pdf; А. Некрич, М. Геллер. Утопия у власти. 1982; М. Геллер, А. Некрич. История России: 1917–1995. В 7 томах. Лондон, 1982. ISBN 5-87902-004-5; A. M. Nekrich. The Punished Peoples: The Deportation and Fate of Soviet Minorities at the End of the Second World War. – Edition: W. W. Norton & Co, 1981. – 256 p. ISBN 0393000680; A. M. Nekrich & G. L. Freeze. Pariahs, Partners, Predators: German-Soviet Relations, 1922–1941. – Columbia Univ. Press, 1997. – 320 p. ISBN 0231106769

7 Вопросы истории КПСС. – 1967, № 9. С. 127-140; № 10. С. 122-130; № 12. С.108-119; 1968, № 1. С.98-109; № 2. С.3-40, 116-123; № 3. С.114-122; № 5. С. 94-100, 126-133; № 6. С.70-79; № 7. С.35-48, 63-83; № 10. С.94-104.

8 Пахмурный П. Коммунистическая партия – организатор партизанского движения в Казахстане 1918-1929. – Алма-Ата, 1965; Он же. Черкасская оборона. – Алма-Ата, 1968; Он же. Годы мужания. – Алма-Ата, 1969 и др.

9 Социалистік Қазақстан – январь-декабрь 1967 г., 265 номеров; Казахстанская правда – январь-декабрь 1967 г., 265 номеров; Центральный Государственный архив Республики Казахстан (ЦГА РК), ф. 1824, оп.1, д.173. лл. 28-29; 40; д. 181, лл. 33-36; д. 191, л. 3; ф.1873, оп. 1, д. 537, лл. 48-49. 60-61, 103; Огни Манышлака. – 1967, 1, 6, 8, 11, 13, 15, 18, 20, 22, 25, 29 июля; 1, 5, 8, 10, 12, 15, 17, 19, 22, 24 августа; 2, 5, 7, 9, 12, 14, 16, 21, 26, 28, 30 сентября; 5, 7, 10, 12, 14, 17, 19, 21, 24, 26, 28 октября; 2,4, 7, 11, 16, 21 ноября; 5, 9, 12, 16 декабря.

10 ЦГА РК, ф. 1137, оп.1, д.5448. лл. 141-141; ф. 1824, оп. 1, д. 173. Л. 30; Огни Манышлака – 1967. 17, 28 октября; 7, 11 ноября.

11 Архив Президента Республики Казахстан (АП РК), ф. 708, оп. 42, д. 126, лл. 22-27; д. 185, лл.250-256.

12 ЦГА РК, ф. 1873, оп. 1 п, д.537., д.537, лл. 48-49.

13 ЦГА РК, ф. 1824, оп. 1, д. 174, лл. 28-29, 40; д.181, лл. 33-36; д. 191, л.3; ф.1873, оп.1 п, д. 537, лл. 48-48, 60-61, 103.

14 Казахстанская правда. – 1967, апрель, 22 номера.

15 Социалистік Қазақстан. – 1967, апрель, 22 номера.

References

1 Brzezinski. The Permanent Purge: Politics in Soviet Totalitarianism. Harvard University Press. 1956; Soviet Bloc: Unity and Conflict. Harvard University Press. 1967. ISBN 978-0-674-82545-1; Ideology and Power in Soviet Politics, New York: Praeger (1962); with Samuel Huntington, Political Power: USA/USSR, New York: Viking Press (April 1963), ISBN 0-670-56318-8; Alternative to Partition: For a Broader Conception of America's Role in Europe, Atlantic Policy Studies, New York: McGraw-Hill (1965); The Implications of Change for United States Foreign Policy, Department of State (1967); Boffa D. Ot SSSR k Rossii : Istorya neokonch. krizisa, 1964–1994 = Dall'URSS alla Russia / Per. s ital. – М.: Mezhdunarodnye otnosheniya, 1996. – 318 s. – 10 000 ehkz. – ISBN 5-7133-0895-2 ; Boffa D. Istorya Sovetskogo Soyuza : V 2 t. = Storia dell'Unione Sovietica / Per. s ital. – М.: Mezhdunarodnye otnosheniya, 1990. – 30 000 ehkz. – ISBN 5-7133-0362-4; Nicolas Werth. Histoire de l'Union Soviétique. De l'Empire russe à la CEI, 1900–1991, PUF, Paris; Histoire de l'Union soviétique de Lénine à Staline. Paris: PUF, 1995; Histoire de l'Union soviétique de Khrouchtchev à Gorbatchev. Paris: PUF, 1998.

2 Bar-On, Mordechai (2006). Never-Ending Conflict: Israeli Military History, ISBN 0-275-98158-4; Ben-Gurion, David. (1999). Ben-Gurion diary: May–June 1967. Israel Studies 4(2), 199–220; Burrowes, Robert & Muzzio, Douglas. (1972). The Road to the Six Day War: Towards an Enumerative History of Four Arab States and Israel, 1965–67. The Journal of Conflict Resolution, Vol. 16, No. 2, Research Perspectives on the Arab–Israeli Conflict: A Symposium, pp. 211–26; El-Gamasy, Mohamed Abdel Ghani. (1993). The October War. The American University in Cairo Press. ISBN 977-424-316-1; Krauthammer, Charles (May 18, 2007). “Prelude to the Six Days”. The Washington Post. pp. A23. ISSN 0740-5421. Retrieved June 20, 2008; Smith, Hedrick (June 15, 1967). “As the Shock Wears Off; Arab World, Appraising Its Defeat, Is Split as It Gropes for Strategy”. The New York Times. p. 16. Retrieved June 28, 2006; Stein, Janice Gross. (1991). The Arab-Israeli War of 1967: Inadvertent War Through Miscalculated Escalation, in Avoiding War: Problems of Crisis Management, Alexander L. George, ed. Boulder: Westview Press.

3 Некрич, А. 22 июня 1941 года. – М., 1965; Nikita Sergeevich Hrushchev. Materialy k biografii. – М., 1989, с. 40-41.

4 История ВКП (б). Краткий курс – М., 1938.

- 5 Nekrich A. M., *The Punished Peoples: The Deportation and Fate of Soviet Minorities at the End of the Second World War.* – Edition: W. W. Norton & Co, 1981. – 256 p. ISBN 0393000680
- 6 Nekrich A. M. & Freeze G. L. *Pariahs, Partners, Predators: German-Soviet Relations, 1922–1941.* – Columbia Univ. Press, 1997. – 320 p. ISBN 0231106769; Nekrich A. *Nakazannye narody. N'yu-Jork: Hronika, 1978.* – 170 s. (pdf) pereizdana «Neva», 1993, № 9, 10. S. 251; Nekrich A. *Otreshis' ot straha. Vospominaniya istorika.* London: OPI. 1979. – 416 s., pdf; A. Nekrich, M. Geller. *Utopiya u vlasti.* 1982; M. Geller, A. Nekrich. *Istoriya Rossii: 1917–1995.* V 7 tomah. London, 1982. ISBN 5-87902-004-5; A. M. Nekrich. *The Punished Peoples: The Deportation and Fate of Soviet Minorities at the End of the Second World War.* – Edition: W. W. Norton & Co, 1981. – 256 p. ISBN 0393000680; A. M. Nekrich & G. L. Freeze. *Pariahs, Partners, Predators: German-Soviet Relations, 1922–1941.* – Columbia Univ. Press, 1997. – 320 p. ISBN 0231106769
- 7 Voprosy istorii KPSS. – 1967, № 9. S. 127-140; № 10. S. 122-130; № 12. S.108-119; 1968, № 1. S.98-109; № 2. S.3-40, 116-123; № 3. S.114-122; № 5. S. 94-100, 126-133; № 6. S.70-79; № 7. S.35-48, 63-83; № 10. S.94-104.
- 8 Pahmurnyj P. Kommunisticheskaya partiya – organizator partizanskogo dvizheniya v Kazahstane 1918-1929. – A-A., 1965; On zhe. CHERKASSKAYA OBORONA. – A-A., 1968; On zhe. GODY MUZHANIYA. – A-A., 1969 i dr.
- 9 Socialistik Kazakstan - yanvar'-dekabr' 1967 g., 265 nomerov; Kazahstanskaya pravda – yanvar'-dekabr' 1967 g., 265 nomerov; Central'nyj Gosudarstvennyj arhiv Respubliki Kazahstan (CGA RK), f. 1824, op.1, d.173. l.30; d.174, ll. 28-29; 40; d. 181, ll. 33-36; d. 191, l. 3; f.1873, op. 1, d. 537, ll. 48-49. 60-61, 103; Ogni Mangyshlaka. – 1967, 1, 6, 8, 11, 13, 15, 18, 20, 22, 25, 29 iyulya; 1, 5, 8, 10, 12, 15, 17, 19, 22, 24 avgusta; 2, 5, 7, 9, 12, 14, 16, 21, 26, 28, 30 sentyabrya; 5, 7, 10, 12, 14, 17, 19, 21, 24, 26, 28 oktyabrya; 2,4, 7, 11, 16, 21 noyabrya; 5, 9, 12, 16 dekabrya.
- 10 CGA RK, f. 1137, op.1, d.5448. ll. 141-141; f. 1824, op. 1, d. 173. L. 30; Ogni Mangyshlaka – 1967. 17, 28 oktyabrya; 7, 11 noyabrya.
- 11 Arhiv Prezidenta Respubliki Kazahstan (AP RK), f. 708, op. 42, d. 126, ll. 22-27; d. 185, ll.250-256.
- 12 CGA RK, f. 1873, op. 1 p, d.537, . d.537, ll. 48-49.
- 13 CGA RK, f. 1824, op. 1, d. 174, ll. 28-29, 40; d.181, ll. 33-36; d. 191, l.3; f.1873, op.1 p, d. 537, ll. 48-48, 60-61, 103.
- 14 Kazahstanskaya pravda. – 1967, aprel', 22 nomera
- 15 Socialistik Qazaqstan. – 1967, aprel', 22 nomera

А.Б. Альжанова

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы, e-mail: aljanova.aigerim@gmail.com

**Ю. СКАЙЛЕР И Я. МАК-ГА'ХАН О КАЗАХСТАНЕ
ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX ВЕКА**

В статье рассматриваются материалы американских путешественников, имена которых навсегда остались в памяти человечества – о первых исследователях Центральной Азии. Публикации Я. Мак-Гахана, Ю. Скайлера, основных очевидцев российского вторжения в Центральную Азию, вызвали большой интерес у американской аудитории. В опубликованных материалах Ю. Скайлера и Я. Мак-Гахана преобладала установка на информационность: они стремились познакомить читателей с общественным устройством, хозяйственной деятельностью, устно-поэтическим творчеством, нравами и обычаями казахского народа, с географическими и климатическими особенностями Казахстана. Зарубежные авторы не переходят от экстенсивных и широких обобщений к подробному и тщательному изучению отдельных вопросов казахской действительности, при этом иностранные известия содержат в себе устойчивые стереотипы, сформировавшиеся и отражающие этническую предубежденность.

Ключевые слова: XIX век, Ю. Скайлер, Я. Мак-Га'хан, Туркестан.

А.Б. Альжанова

Әл-Фараби атындағы Қазак ұлттық университеті,
Қазақстан Республикасы, Алматы қ. e-mail: aljanova.aigerim@gmail.com

**Ю. Скайлер мен Я. Мак-Га'ханның 19-ғасырдың екінші
жартысындағы Қазақстан туралы ойлары**

Мақалада американлық саяхатшылардың жазбалары қарастырылады, олар адамзат тарихында Орталық Азияның алғашқы зерттеушілері ретінде қалады. Ресейдің Орталық Азияға отарлауының күәгерлері болған Я. Мак-Гахан, Ю. Скайлер жазған мақалалары американлық аудиторияның үлкен қызығушылығын түдірді. Ю. Скайлер мен Я. Мак-Гахана мақалалары ақпараттық бағытта жазылды: олар оқырманды Қазақстанның қоғамдық ұстанымдарымен, шаруашылығымен, ауызша-поэтикалық шығармашылығымен, әдет-ғұрыптарымен және географиялық-климаттық ерекшеліктерімен таныстыруға тырысты. Шетелдік авторлар қазақтар туралы жекелеген мәселелерді мүқият зерттемегенімен, олар этникалық жағын бейнелейтін тұрақты стереотиптерді қамтыған.

Түйін сөздер: XIX ғасыр, Ю. Скайлер, Я. Мак-Га'хан, Түркістан.

A.B. Alzhanova

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,
e-mail: aljanova.aigerim@gmail.com

E.Schuyler, J.MacGahan about Kazakhstan in the second half of the 19th century

The article deals with the materials of American travelers, whose names will forever remain in the memory of mankind about the first explorers of Central Asia. Publications of E.Schuyler, J.MacGahan, the main witnesses of the Russian invasion of Central Asia, have aroused great interest among the American audience. In the published materials by E.Schuyler and J.MacGahan was dominated by the installation of information: they sought to acquaint readers with the social system, economic activity, oral poetic creativity, manners and customs of the Kazakh people, with the geographical and climatic characteristics of Kazakhstan. Foreign authors are not moving from extensive and broad generalizations to.

Key words: XIX centuries, E. Schuyler, J. MacGahan, Turkestan.

Введение

Во второй половине XIX в. в Казахстане побывали различные экспедиции, в том числе и иностранные. Большинство из них было посвящено географическим открытиям. Изучение Казахстана, ее географии, культуры, а также этнографии зарубежными учеными дополнило картину исследований российских путешественников и естествоиспытателей. Как следствие, одной из постоянных тем как в русской, так и зарубежной печати стала жизнь казахов, проблемы взаимоотношений колонии и метрополии после присоединения Казахстана к России. В этой связи представляется интересным изучение специфики освещения казахской тематики в творчестве американских публицистов. Казахские темы сравнительно разносторонне освещались ими. Среди ряда исторических работ, обративших на себя внимание исследователей, работы Юджина Скайлера и Януэрий Алойзий Мак-Гахана.

Материалы и методы

Специфика представления казахской тематики изучалась на основе периодических изданий и художественно-публицистических произведений исследуемого периода. Методология исследования строится на концепциях отечественных и зарубежных исследователей XIX в. и современности, которые имеют под собой научную платформу, проверены временем и основаны на принципах объективности, историзма, конкретности.

Результаты и обсуждение

Историю изучения Казахстана в США попытался проследить в ряде своих работ К.Л. Есмагамбетов, опубликованных им в 70-х годах (Есмагамбетов, 1976; 1979). Американские ученые-историки, публицисты расширили источниковедческую базу о Казахстане новыми архивными данными (Slezkine Y., 1994; Richard W., 1995; 1991; Theodore, 1996; Daniel R. Brower and Edward J. Lazzarini, eds., 1997; Robert P. Geraci, 2001; Geraci and Khodarkovsky, eds., 2001; Richard A. Pierce, 1960; Sahadeo J., 2003; Martin V., 2001).

Ю. Скайлер и Я. Мак-Гахан сыграли исключительно важную роль в формировании представлений и отношения американцев к Казахстану в конце XIX века.

Юджин Скайлер – первый американский дипломат, посетивший Центральную Азию. Результатом восьмимесячного пребывания явился двухтомный труд «Туркестан».

Юджин Скайлер родился в Итаке, штате Нью-Йорк, в 1840 году. В 15 лет он поступил в

Йельский университет, окончил его в числе лучших и в 1861 году стал одним из трех первых студентов, получивших степень доктора наук. Затем он помогал Ною Портнеру редактировать «Американский словарь английского языка Вебстера», изучал юриспруденцию и в 1863 году окончил юридический факультет Колумбийского университета (Frank G. Siscoe, 1968).

В 1865 году Скайлера приняли на работу в журнал «Нейшн», который позже стал одним из ведущих американских либеральных журналов и в котором Скайлер активно печатался.

После поступления на консульскую службу, благодаря своим познаниям в русском языке, в 1866 году Скайлер был назначен консулом США в Москве. На протяжении шести лет, проведенных в Санкт-Петербурге (1870-1876), Скайлер продолжил свои путешествия по России и Средней Азии. Он предоставлял детальную информацию о своих поездках Национальному географическому обществу и написал двухтомный путеводитель под названием «Туркестан: записки о путешествии по российскому Туркестану, Коканду, Бухаре и Кульдже» (Schuyler E., 1876).

Скайлер Юджин в 1876 году мельчайшими подробностями описывал положение в Казахстане: «Эти люди стояли за свои роды, или семьи, защищая честь и безопасность их членов. Почитая одновременно с этим храбрость, набеги, смелость и любя свою независимость, казахи всегда были готовы последовать за знаменем любого «батыра» или героя, вроде Сарыма Арунгази или Кенесары, который мог появиться в степи» (Schuyler E., 1876) ...

Януэрий Алойзий Мак-Гахан олицетворял собой фигуру профессионального военного корреспондента нового времени, мобильного и хорошо разбирающегося в отправляемых сведениях, готового в сжатые сроки снабдить читающую публику западного мира эффектной, а главное точной информацией непосредственно с мест военных действий. В 1871 г. американской газетой «New York Herald» он был направлен в качестве специального корреспондента в Россию (Мак-Гахан, 1890-1907). Одной из самых ярких страниц биографии Мак-Гахана стала его командировка в Центральную Азию в 1873 г. вместе с русским экспедиционным корпусом, результатом которого стал труд «Военные действия на Оксусе и падение Хивы» (Мак-Гахан, 1875a). В них охвачен широкий круг проблем, касающихся истории и этнографии народов региона, колониальной политики царизма в Казахской степи, ее экономики и природы.

Заметки Мак-Гахана были доступны для понимания самой широкой публики. «Я застал его за чаем в открытой палатке; одет он был в бухарский халат и курил папиросу. Это был человек лет 46-50, лысый и небольшого роста, сравнительно с необыкновенным ростом русских; он носил усы и в голубых глазах его светилось веселье и добродушие...» – так описывает свою первую встречу американский журналист Январий Мак-Гахан с русским генералом, руководившим военными действиями царской армии в Средней Азии (Мак-Гахан, 1875б).

Мак-Гахан одним из первых иностранных журналистов увидел, что в Средней Азии много земли. Население состоит из местных племен, которые понятия не имеют о русских законах и не знают русского языка. Но, несмотря на это, все официальные бумаги и документы пишутся только по-русски. Свои впечатления от первой встречи американский журналист продолжает так: «Пожав мне руку, он пригласил меня садиться и начал разговор заявлением, что я «молодец», спрашивая, понятно ли мне значение этого слова» (Мак-Гахан, 1875с). Действительно, генерал фон Кауфман знал, что сидящий перед ним американец добрался до мест военных действий без официального на то разрешения царских властей в Петербурге. Мак-Гахан появился в Петербурге в первой половине февраля 1873 года. Как журналист американской газеты он просил разрешения у русского правительства сопровождать один из отрядов, направлявшихся против Хивы. Узнав, что многим иностранным корреспондентам газет было уже отказано в просьбе участия в среднеазиатском походе русских войск, Мак-Гахан, посоветовавшись с американским консулом Евгением (Юджином) Скайлером, имевшим и официальное разрешение, и сопровождающего военно-государственного чиновника в лице Губайдуллы Джангирова, решается примкнуть к ним. Тридцатипятилетний Мак-Гахан, как описывали военные, встретившие его в Степи, был очень крепкого сложения, владел, кроме английского, французским и немецким языками, но не знал ни русского, ни языков народов, через земли которых он собирался проехать к намеченной цели. Он имел при себе лишь паспорт на право проживания в России. С этим паспортом и с условием встречи в Казалинске со Скайлером и Джангировым он 10 марта садится на поезд в Петербурге и вскоре появляется в Саратове. Для того чтобы попасть в Казалинск, американцу надо теперь с «от арба» (огненная повозка), так называли казахи в то

время паровоз и вагоны, пересесть на «степной корабль» – верблюда. Путь до Казалинска Мак-Гахан проделал довольно медленно, потому что погода резко меняется и, начиная с Орска, путешественника захватила непогода. В Казалинск американец приезжает только 8 апреля, где он встречается со Скайлером и Джангировым. В этой местности они вместе были до 30 апреля. В Перовске Мак-Гахан расстается со своим соотечественником, который с Джангировым направляется в Ташкент. Мак-Гахана до Казалинска и Перовска сопровождал государственный служащий Акмаматов, рекомендованный оренбургским чиновником Бекчуриным. О пятидесятипятилетнем татарине из Оренбурга Акмаматове американец отзывается нелестно, хотя он умеет общаться по-русски и говорит на всех «среднеазиатских наречиях». Мак-Гахану не понравилось, что его спутник был ленив и при первой возможности напивался допьяна. От Казалинска до Перовска Мак-Гахана сопровождал каракалпак Мусатиров и казахский мальчик-подросток, помогавший носить вещи. Журналист имел целый арсенал вооружения: тяжелую английскую двуствольную винтовку, двухствольное охотничье ружье, винчестерскую винтовку о восемнадцати зарядах, три тяжелых револьвера, одно обычное ружье, заряжающееся с дула, несколько охотничих ножей и сабель. Прежде всего, обращает внимание маршрут американца по казахской степи: Еркебай – нынешний Казалинск, затем Перовск, ныне город Кызылорда, где Мак-Гахан отобедал и, выпив стакан красного вина, прощается со своими спутниками, направлявшимися в Ташкент. В Хал-ате Мак-Гахана встречают боевые посты, и начинается его непосредственное знакомство с представителями царской армии. В этой знайной степи он и увиделся с генералом фон Кауфманом; к нему прикрепляют полковника Веймарна. В местности Адам кырылган кудык с американским журналистом на английском языке беседует полковник Новомлинский и барон Корф – офицер 3-го стрелкового батальона. 28 августа Мак-Гахан попадает в отряд генерала Головачева, люди которого и сопровождают его на пароход «Самаркан», ходивший по Аму-Дарье. Журналист в своих записях отмечает благожелательное отношение к нему капитана И ранга Ситникова. По записям американского журналиста чувствуется, что военные чины старались быстрее выпроводить нежелательного гостя из центра боевых действий. Для нас особый интерес представляют наблюдения аме-

риканского журналиста, касающиеся жизни казахских аулов в этнографическом плане. В одном эпизоде своих путевых записей Мак-Гахан приводит такой случай: «После ужина я попросил молодого хозяина кибитки сыграть что-нибудь, указывая на гитару (путешественник домбру называет гитарой, и по укоренившейся тогда привычке, казахов – киргизами). Не заставляя себя долго просить, он спел несколько песен, аккомпанируя себе на гитаре. Две из этих песен были встречены остальными киргизами богатырскими взрывами хохота. Затем он еще спел, как мне объяснили, несколько боевых песен, славя подвиги какого-то киргизского богатыря против туркмен, и эти также были, встречены одобрительно. Своебразные мотивы были довольно приятны, если бы не пелись таким резким тонким голосом, с каким-то неприятным гнусавым визгом. Эта манера в пении распространена по всей Центральной Азии: я слышал ее и в Хиве, и между бухарцами, сопровождавшими русскую экспедицию. Это, впрочем, не мешало пению киргиза быть своеобразным и совершенно, гармонирующем с окружающей обстановкой. Эта кибитка посреди песчаной степи, освещенная ярким костром, красноватое пламя которого бросало оригинальные колориты на дикие лица присутствующих и на их странные костюмы: развшанное оружие, седла, уздечки, эти две девушки с их оригинальной красотой – все это сливалось в совершенно своеобразную, но очень красивую сцену» (Сатаева, 2000а). Читая эти строки американского журналиста, узнаешь, что у наших предков были трехструнные музыкальные инструменты, причем одна из струн таких домбр была медной. В путевых записях Мак-Гахана есть очень интересные наблюдения, которые точно подчеркивают некоторые особенности в психологии и менталитете кочевников. «Я не могу здесь не заметить, что все время моего пребывания с киргизами оставил по себе самое приятное воспоминание. Они все, без исключения, были добры ко мне, гостеприимны и честны. Я провел среди них целый месяц, путешествовал с ними, ел с ними и спал в их кибитках; со мной все это время были деньги, лошадь, оружие и вещи, которые могли прельщать их как богатая добыча. А между тем, я от них ничего кроме хорошего не видел; не только не пропало у меня во все время ни малейшей безделицы, но не раз случалось, что за мной скакал киргиз пять-шесть верст вдогонку, чтобы возвратить что-нибудь мною забытое. К чему же все эти толки о необходимости цивилизовать по-

добный народ? К чему ведут все рассуждения Вамбери о сравнительных преимуществах английской и русской цивилизации для них? Киргизы замечательно честны, добродетельны и гостеприимны – качества, которые немедленно сглаживаются цивилизацией во всех первородных народах. На мой взгляд, даже жаль прививать к такому счастливому народу нашу цивилизацию со всеми сопровождающими ее пороками». Действительно, вчерашний казах жил в согласии со своими родоплеменными сообществами, не считаясь, кто близкий и кто дальний; степняк умело соизмерял свои житейские потребности и надежды на будущее с экологическими и технологическими реалиями окружающей среды, создал тот особый мир, который многие философы Запада называли «варварской культурой кочевников».

Заключение

Таким образом, отношение США к политике России в Центральной Азии было представлено позицией официальной дипломатии, озвученной Скайлером, и близкой к общественному мнению позицией прессы, на которую, как нам представляется, оказывали влияние отчеты Мак-Гахана. Схожие в своем сочувствии к продвижению России в Азии и связанные с ней утверждение западной цивилизации во вновь присоединенных ханствах, две точки зрения отличались лишь степенью критического отношения к методам российской военной администрации на местах. Если Скайлер рассматривал действия подчиненных генерал-губернатора Кауфмана сквозь призму моральных норм, то цитировавшаяся уже «New York Times», например, как одна из влиятельных представительниц печатных СМИ, шовинистически превозносила славянскую расу над «турецкой кровью и мусульманской религией», расценивая акты насилия над местным населением как необходимую плату за «в целом гуманистическое воздействие исповедование завоевателя» (Семенцов О.Ю., 2010: 90).

В целом, материалы Ю. Скайлера и Мак-Гахана дают целостное представление о том, что в XIX веке, когда Казахстан был вовлечен в общероссийскую орбиту, в западно-европейской литературе проявился значительный интерес к казахской земле и стали появляться поэтические и прозаические произведения на казахскую тему, которые донесли до далекого Запада грани, часть того, чем обладал казахский народ в своем многовековом развитии.

Литература

1. Daniel R. Brower and Edward J. Lazzerini, eds., *Russia's Orient: Imperial Borderlands and Peoples, 1700–1917.* – Bloomington: Indiana University Press, 1997.
2. Frank G. Siscoe, “Eugene Schuyler, General Kaufman, and Central Asia,” *Slavic Review*, March 1968, pp. 119–124.
3. Мак-Гахан, Январий Алоизий // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефона: в 86 т. (82 т. и 4 доп.). – СПб., 1890-1907. Mak-Gakan, Yanuarij Aloiziy (1890-1907) [MacGahan, J.A.] // Encyclopedic Dictionary of Brockhaus and Efron: 86 t. (82 t. And 4 ext.). - St. Petersburg, 1890-1907.
4. Мак-Гахан А.Я. Войенные действия на Оксусе и падение Хивы: пер. с англ. – М., 1875. – С. 42-47, 18-21, 68-69, 134, 274. MacGahan, J.A. (1875) [Campaigning on the Oxus, and the fall of Khiva] / Trans. with English. – M., 1875. – P. 42-47, 18-21, 68-69, 134, 274.
5. Martin Virginia, *Law and Custom in the Steppe: The Kazakhs of the Middle Horde and Russian Colonialism in the Nineteenth Century.* Richmond: Curzon, 2001. – 244 pp.
6. Richard A. Pierce, *Russian Central Asia 1867–1917: A Study in Colonial Rule* // Berkeley: University of California Press, 1960.
7. Richard Wortman, *Scenarios of Power: Myth and Ceremony in Russian Monarchy*, 2 vols. // Princeton: Princeton University Press, 1995, 2000.
8. Richard Wortman, Scenarios of Power, vol. 1 and Mark Bassin, “Russia between Europe and Asia: The Ideological Construction of Geographical Space,” *Slavic Review*, 50, 1 // Spring 1991: 1–17.
9. Robert P. Geraci, *Window on the East: National and Imperial Identity in Late Tsarist Russia* // Ithaca, NY: Cornell University Press, 2001.
10. Robert P. Geraci and Khodarkovsky, eds., *Of Religion and Empire: Missions, Conversion, and Tolerance in Tsarist Russia* // Ithaca, NY: Cornell University Press, 2001.
11. Sahadeo Jeff. Conquest, Colonialism, and Nomadism on the Eurasian Steppe. *Kritika: Explorations in Russian and Eurasian History*, Volume 4, Number 4, Fall 2003 (New Series), pp. 942-954.
12. Сатаева С. Журналист без визы (о поездке американца Мак-Гахана по казахской степи) // Мысль. – 2000. – № 8–9. – С.70–72. Satayeva S. Zhurnalista bez vizy (o poyezdke amerikantsa Mak-Gakhana po kazakhskoy stepi) [Sataeva S. Journalist without a visa (about the trip of an American McGahan on the Kazakh steppe)] // Mysl'. – 2000. – № 8–9. – S.70–72.
13. Семенцов О.Ю. США и политика России в Центральной Азии в первой половине 1870-х годов // Вестник Волгоградского ун-та. Сер. 4, Ист. 2010. – №1 (17). – С. 84-92. Sementsov O.Yu. (2010) SSHA i politika Rossii v Tsentral'noy Azii v pervoy polovine 1870-kh godov [USA and Russia's policy in Central Asia in the first half of the 1870s] // Bulletin of Volgograd. state. University. Ser. 4, East. – 2010. – № 1 (17). – Pp. 84-92.
14. Slezkine Yuri, *Arctic Mirrors: Russia and the Small Peoples of the North* / Ithaca, NY: Cornell University Press, 1994.
15. Schuyler E. Turkistan: Notes of a Journey in Russian Turkistan, Kokand, Bekhara, and Kildja. L., 1876. Vol. II. P. 356–359.
16. Theodore R. Weeks, *Nation and State in Imperial Russia: Nationalism and Russification on the Western Frontier, 1863–1917* // DeKalb: Northern Illinois University Press, 1996.
17. Есмагамбетов К.Л. Действительность и фальсификация. Англо-американская историография о Казахстане. Алма-Ата, 1976. Yesmagambetov K.L. (1976) Deystvitel'nost' i fal'sifikatsiya. Anglo-amerikanskaya istoriografiya o Kazakhstane [Reality and falsification. Anglo-American historiography about Kazakhstan]. – Alma-Ata, 1976.
18. Есмагамбетов К.Л. Казахстан в трудах западноевропейских авторов. Алма-Ата, 1979. Yesmagambetov K.L. (1979) Kazakhstan v trudakh zapadnoevropeiskikh avtorov [Kazakhstan in the writings of Western European authors]. – Alma-Ata, 1979.

References

1. Daniel R. Brower and Edward J. Lazzerini, eds., *Russia's Orient: Imperial Borderlands and Peoples, 1700–1917.* – Bloomington: Indiana University Press, 1997.
2. Frank G. Siscoe, “Eugene Schuyler, General Kaufman, and Central Asia,” *Slavic Review*, March 1968, pp. 119–124.
3. Mak-Gakan, Januarij Aloizij // Jenciklopédicheskij slovar' Brokgauza i Efrona: v 86 t. (82 t. i 4 dop.). – SPb., 1890-1907. Mak-Gakan, Yanuarij Aloiziy (1890-1907) [MacGahan, J.A.] // Encyclopedic Dictionary of Brockhaus and Efron: 86 t. (82 t. And 4 ext.). - St. Petersburg, 1890-1907.
4. Mak-Gakan A.Ja. Voennye dejstviya na Oksuse i padenie Hivy: per. s angl. – M., 1875. – S. 42-47, 18-21, 68-69, 134, 274. MacGahan, J.A. (1875) [Campaigning on the Oxus, and the fall of Khiva] / Trans. with English. – M., 1875. – P. 42-47, 18-21, 68-69, 134, 274.
5. Martin Virginia, *Law and Custom in the Steppe: The Kazakhs of the Middle Horde and Russian Colonialism in the Nineteenth Century.* Richmond: Curzon, 2001. – 244 pp.
6. Richard A. Pierce, *Russian Central Asia 1867–1917: A Study in Colonial Rule* // Berkeley: University of California Press, 1960.
7. Richard Wortman, *Scenarios of Power: Myth and Ceremony in Russian Monarchy*, 2 vols. // Princeton: Princeton University Press, 1995, 2000.
8. Richard Wortman, Scenarios of Power, vol. 1 and Mark Bassin, “Russia between Europe and Asia: The Ideological Construction of Geographical Space,” *Slavic Review*, 50, 1 // Spring 1991: 1–17.

9. Robert P. Geraci, Window on the East: National and Imperial Identity in Late Tsarist Russia // Ithaca, NY: Cornell University Press, 2001.
10. Robert P. Geraci and Khodarkovsky, eds., Of Religion and Empire: Missions, Conversion, and Tolerance in Tsarist Russia // Ithaca, NY: Cornell University Press, 2001.
11. Sahadeo Jeff. Conquest, Colonialism, and Nomadism on the Eurasian Steppe. *Kritika: Explorations in Russian and Eurasian History*, Volume 4, Number 4, Fall 2003 (New Series), pp. 942-954.
12. Sataeva S. Zhurnalista bez vizy (o poezdke amerikanca Mak-Gahana po kazahskoj stepi) // Mysl'. – 2000. – № 8–9. – S.70–72. Satayeva S. Zhurnalista bez vizy (o poezdke amerikantsa Mak-Gakhana po kazakhskoy stepi) [Sataeva S. Journalist without a visa (about the trip of an American McGahan on the Kazakh steppe)] // Mysl'. – 2000. – № 8–9. – S.70–72.
13. Semencov O.Ju. SShA i politika Rossii v Central'noj Azii v pervoj polovine 1870-h godov // Vestnik Volgogr. gos. un-ta. Ser. 4, Ist. 2010. – №1 (17). – S. 84-92. Sementsov O.Yu. (2010) SShA i politika Rossii v Tsentral'noj Azii v pervoy polovine 1870-kh godov [USA and Russia's policy in Central Asia in the first half of the 1870s] // Bulletin of Volgograd. state. University. Ser. 4, East. – 2010. – № 1 (17). – Pp. 84-92.
14. Slezkine Yuri, Arctic Mirrors: Russia and the Small Peoples of the North / Ithaca, NY: Cornell University Press, 1994.
15. Schuyler E. Turkistan: Notes of a Journey in Russian Turkistan, Kokand, Bekhara, and Kildja. L., 1876. Vol. II. R. 356–359.
16. Theodore R. Weeks, Nation and State in Imperial Russia: Nationalism and Russification on the Western Frontier, 1863–1917 // DeKalb: Northern Illinois University Press, 1996.
17. Esmagambetov K.L. Dejstvitel'nost' i fal'sifikacija. Anglo-amerikanskaja istoriografija o Kazahstane. Alma-Ata, 1976. Yesmagambetov K.L. (1976) Dejstvitel'nost' i fal'sifikatsiya. Anglo-amerikanskaya istoriografiya o Kazakhstane [Reality and falsification. Anglo-American historiography about Kazakhstan]. – Alma-Ata, 1976.
18. Esmagambetov K.L. Kazahstanvtrudahzapadnoevropejskihavtorov. Alma-Ata, 1979. Yesmagambetov K.L. (1979) Kazakhstan v trudakh zapadnoyevropeyskikh avtorov [Kazakhstan in the writings of Western European authors]. – Alma-Ata, 1979.

4-бөлім

**ЭЛЕКТРОНДЫ АҚПАРАТ
ҚҰРАЛДАРЫ**

Раздел 4

**ЭЛЕКТРОННЫЕ СРЕДСТВА
ИНФОРМАЦИИ**

Section 4

**ELECTRONIC MASS
MEDIA**

K. Myssayeva

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan,
Almaty, e-mail: myssayeva.kn@gmail.com

POLITICAL NEWS IN KAZAKHSTAN'S TV

This study examines the impact of television during the democratization process in Kazakhstan. Television plays a significant role as a public watchdog in Kazakhstan. The analysis examines whether the political news and information on television in Kazakhstan leads to support for democracy and increases public interest in the democratization process. Television have had much greater success in dispersing a range of perspectives, information, and commentary in Kazakhstan. The author of this study are discussed in detail the utility and its implications of the role of television in the democratization process.

Key words: television, political news, democratization process, Kazakhstan.

Қ. Мысаева

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
e-mail: myssayeva.kn@gmail.com

Қазақстан телеарналарындағы саяси жаңалықтар

Бұл мақалада Қазақстандағы демократияландыру үдерісіне телевизияның ықпалы қарастырылады. Қазақстанда теледидар қоғамдық бақылаушы ретінде маңызды рөлге ие. Автор Қазақстандағы телеарналар саяси жаңалықтарды тарату барысында демократияны қолдайды ма, демократияландыру үдерісіне қоғамның қызығушылығын арттыруға ықпалы қандай деген сұрақтарға талдау жасайды. Қазақстанда телеарналар ақпарат таратуда жоғары сұранысқа ие. Бұл ғылыми зерттеуде автор демократия үдерісіндегі теледидардың рөлін жан-жақты талдайды.

Түйін сөздер: телевидение, саяси жаңалықтар, демократизация үдерісі, Қазақстан.

К. Мысаева

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Республика Казахстан, г. Алматы,
e-mail: myssayeva.kn@gmail.com

Политические новости на казахстанском телевидении

В исследовании рассматривается влияние телевидения на процесс демократизации в Казахстане. Изучается роль телевидения как общественного наблюдателя. Автор задается вопросом, приводят ли телевизионные политические новости и информация к поддержке демократии и повышению общественного интереса к процессу демократизации. Телевидение добилось гораздо больших успехов в распространении в Казахстане ряда перспектив, информационных процессов и комментариев.

Ключевые слова: телевидение, политические новости, процесс демократизации, Казахстан.

Introduction

This study examines the relationship between the use of political news on television and support for democracy since the independence of Kazakhstan. It also analysis whether the political news and information on television in Kazakhstan leads to support for democracy and increased public interest in the democratization process. In terms of a 'transition to democracy', the dissolution of the

Soviet Union is considered a major component of a wider global shift towards democracy at the end of the twentieth century, and this includes an independent Kazakhstan. This political transition has had tremendous impact on the country's media. In the circumstances of transition from the Soviet system, individuals' constitutional rights and freedoms are only gradually being established and there is still insufficient check on abuse of authority,

therefor the media can play a critical role [1]. In Kazakhstan the methods used are less tyrannical than those of the Soviets, but control over the flow of information is strict and ownership is restricted. Most media including TV, radio stations and newspapers are owned or controlled by members of the president's family [2]. However, private independent media has emerged and is a source of tension. According to the Europe and Eurasia Media Sustainability Index, Mass media is the epicenter of social and political turbulence in Kazakhstan [3]. Several scholars argue that television is the most prevalent form of media in Kazakhstan, as well as the most trusted [4] (B.Junisbai, A. Junisbai, N. Ying Fry, 2015; O.Nikolayenko, 2011; M. Laruelle, 2015).

Frederick Starr (1999) points out: 'By the late 1990s tens of millions of dollars, pounds, marks, and francs had been spent on the development of "civil society" in Central Asia' [5]. That investment is part of what scholars argue is the hope of Western democracies, non-governmental organizations (NGOs) and human rights groups for democratic mass media systems to be stabilizing, modernizing and nation-building tools. However, there remain significant obstacles to the development of functional and effective press systems able to maintain economic and political autonomy [6].

In view of those challenges, television in Kazakhstan as a tool of soft power to communicate with citizens controlled by state-run structures should not obscure the authorities' relative lack of investment in prestige developments of media has resulted in the public resources away from their "basic" services [7]. Television journalists' primary goals have been the promotion of democratic journalism as a foundation of civil society, advocacy of press freedom and journalists' rights, and advancement of independent, sustainable media outlets in an environment hostile to those principles [8]. The assumption here is that being the most powerful medium in most of Central Asia, television should sensitize and accelerate the democratic process among the voting public.

The analysis is based on the Baltic Surveys/The Gallup Organization research conducted on behalf of the International Republican Institute. Field work was carried out by the Institute for Comparative Social Research- Kazakhstan. The national representative survey was conducted from February 17-28, 2011. The eligibility criteria was based on age (18 years and older). A sample of 1,527 Kazakh participants were interviewed face-to-face in their homes. Kazakhstanis were asked about their political views, media choice for political news,

their opinion about impact of mass media, plus other variables related to support for democracy and political news use.

Political News Use

The main theoretical assumption of this research is that some individuals use television for exposure to political news and to engage their political interests as citizens; and this sensitivity to, and engagement with, the political process leads to supporting democracy. This argument is supported by Nicholas Garnham (1992), Lawrence Grossberg et al. (2006), Kevin Howley (2007) Mark Poster (1997) and other scholars who discuss the role of media as an important discursive site for political information within the public sphere.

McQuail (1992) says this line of argument calls for measures to strengthen the media's independence from government, to ensure sufficient resources, and to provide access rights to information as a form of media accountability. The relationship between television news and support for democracy in Kazakhstan has not been empirically examined. While there is scholarly work detailing the relative strengths and weaknesses of Post-Soviet and post-communist media, the work does not specifically address Kazakhstan [9].

Historical Perspective

In June 1989 the current president of Kazakhstan, Nursultan Nazarbaev, served as chairman of the Kazakh Soviet Socialist Republic's Council of Ministers when the Communist Party of the Kazakh S.S.R. appointed him first secretary; subsequently, the republic's Supreme Soviet conferred upon him the title of republican president in April 1990. In 1991 he was elected for a five year term by popular vote. 'Kazakhstan's first multi-party elections, held in 1991, returned a parliament considered favourable to Nazarbayev, but were judged unfair by foreign observers. Complaints included arbitrary barring of some candidates, ballot stuffing and media distortion. After independence President Nazarbayev's market-oriented economic policies won popularity, and aid from western governments' [10]. In 1999 Nazarbaev was reelected for a seven year term. It was extended to 2000 via a nationwide referendum. Thus, the 1999 presidential election was held preterm. He was again reelected in 2005. According to the article 'Primer on presidential election in Kazakhstan' (2011) Nazarbayev's performance at the polls evoked debate as election monitors decried elections in Kazakhstan as far from free and fair and certainly not a competitive contest. That being said,

President Nazarbayev's strong performance in 2011 was clearly attributable in part to the fact that the ruling Nur Otan party carried out an effective and disciplined campaign. The president's rivals and the opposition factions were not helped by the fact that the opposition ranks in Kazakhstan were divided and failed to rally round a single candidate. 'Moreover, experts have noted that no one-opposition candidate had the standing to wage a competitive race against President Nazarbayev, who has been in power for more than 20 years. Television news programs and current affairs talk shows debated pros and cons of a one-party movement system and backed the opposition politicians', who supported for a return to multiparty systems' (<https://www.irex.org/region/europe-eurasia/kazakhstan>). Instead of supporting a return to electoral democracy, Kazakhstani's sided with the authoritarian government in support of the president, who won the referendum by 97.7 % of the vote. «... Our understanding of democratic processes is based on two main points. First, it is a presence of some universal principles of democracy. Secondly, existence of national-cultural features in mechanisms of implementation of these principles», – the President of Kazakhstan Nazarbaev has defined «the Kazakhstan way» of advancements to a democratic society.

The OSCE/ODIHR has observed the elections in Kazakhstan since 1991. The OSCE/ODIHR Election Observation Mission for the 2011 early presidential election found that 'needed reforms for holding genuine democratic elections still have to materialize as this election revealed shortcomings similar to those in previous elections. While the election was technically well-administered, the absence of opposition candidates and of a vibrant political discourse resulted in a non-competitive environment' (<http://www.osce.org/odihr/elections/kazakhstan>). Kazakhstan's independent TV channels, led by political commentators, journalists and talk-show hosts, debated the issue and publicly supported the opposition by calling on voters to support independent candidacy or multiparty politics.

Television in Kazakhstan

As of 2015, there were 1,367 newspapers, 531 magazines, 260 online media outlets, 95 television stations, and 58 radio stations registered in Kazakhstan. The main source of political information in Kazakhstan is television, ahead of newspapers and radio. State owned electronic media is operated by the Kazakhstan Radio and Television Corporation. Most media outlets are privately

owned, but only a few are seen as independent and as providing well-balanced and fair coverage of political developments. Several critics from the media and NGO sector indicate that media freedom is limited by a strong concentration of media ownership with owners controlling the editorial policy of their media outlets. Furthermore, legal provisions concerning the honor and dignity of the President, the violation of which may lead to up to three years imprisonment, reportedly contribute to an environment with generally limited freedom of expression in which journalists exercise self-censorship (<http://homepage.divms.uiowa.edu/~jones/voting/KazakhOSCE.pdf>).

All media in Kazakhstan were state owned until the late 1990s and were subject to censorship and direct political control immediately after independence. In this sense Kazakhstan's initial independence produced a relationship between media and government that retained some authoritarian principles; 'A trusted, respected, and independent mass media system is a major indicator of a country's development of democracy and civil society' [11]. The emergence of press freedom in Kazakhstan started by Gorbachev's "perestroika" and then accelerated in the years after independence. Newspapers were the first to develop an independent media. 'In the beginning of the 1990s, new private newspapers appeared almost every day, inspired by the spirit of freedom and criticism displayed by the rapidly changing Russian press' [12]. The first independent television stations were launched in 1990 and by the end of 1996 there were over fifty private TV stations in Kazakhstan. These private TV stations were 'airing programs about issues of real concern to their audiences is a significant step away from standardized state programming' [13]. These independent TV stations created public affairs programs, talk shows, political news coverage and according to Katsiev (1999) these stations: – KTK in Almaty, Efir in Astana, RIKA-TV in Aktubinsk were quite independent as they exposed human rights violations and launched investigative journalism (Katsiev, 1999). Zhunisbai points out: 'Although the country's image (Kazakhstan's image) as a liberal polity during these early years was marred by retaliation against individual media outlets for including stories considered too critical of the government, a number of those working in television and radio recall the idealism of this period' [14]. Barbara Zhunisbai's case studies demonstrate that the independent TV channel Tan in Almaty and regional television stations like Rika TV in Aktobe, Irbis in Pavlodar 'which before late 2001 had not

aired opposition political views, suddenly became sharply critical. The stations began broadcasting program calling for the acceleration of unrealized democratic reforms that the president had promised for a number of years' [15]. The public affairs programs and special interviews generated popular debates between politicians and audience. From a theoretical perspective, this is an indicator of growing interest in political news which could lead to public support for the democratization process.

Journalists investigated the dominance of financial-industrial groups in media, corruption, and abuse of power by government. However, the successes achieved by independent broadcasters by late 1996 led the authorities to undertake steps which are now radically changing the television market in Kazakhstan. The chief device, which someone in the government invented, is what came to be called the 'tender on radio and television frequencies' [16]. In the beginning of 1997 President Nazarbaev announced the tender competition. The tender competition requires that private stations wishing to broadcast pay the state for a license since air frequencies were now to be considered a national resource from which the state should legitimately gain a profit (Katsiev, 1999). The tender competition was one of the tools to regulate broadcast frequencies, control broadcasting by a committee of the Council of Ministers of Kazakhstan, and control the excess of demand for frequencies. According to Katsiev this competition was "merely to close down private broadcasting" [17].

One would expect the use of political information on television station to lead to support for democracy in Kazakhstan if there is any interest in politics, particularly since earlier case studies in several Central Asian countries have shown television's potential to mobilize the masses. However, the recent political developments in Kazakhstan tell a different story, particularly in instances where the president mobilized the tender competition. Private stations wishing to broadcast paid the state for a license since air frequencies were now to be considered a national resource from which the state should legitimately gain a profit. The legal and political environment in Kazakhstan raises questions about how the media and democratic principles operate, particularly for a newly established country with an authoritarian past. Does the use of political news lead to support for democracy within a restricted legal and political environment? To what extent does political interest account the relationship that exists between television news use and democratic support? Three specific research questions are asked

to help us understand the relationship between media and politics.

RQ1: Is there a relationship between Kazakhstani voters' use of televised political news and their interest in politics?

RQ2: Do Kazakhstani voters who access political news on television have strong support for democracy?

RQ3: Do Kazakhstani's with higher levels of political interest have greater levels of support for democracy?

Media and Politics

Answers to these questions are found in reports and monitoring data produced during presidential elections. Report data shows how media was used in the election process. Cross tabulation and regression analysis using.... From this analysis the relationship between Kazakhstan's media and democratic processes begins to emerge. A survey commissioned by the Eurasian Council on Foreign Affairs (ECFA) and conducted by UK market research agency Ipsos MORI found that nearly eight out of ten (79%) respondents agree with the statement that 'Kazakhstan is ready to hold the Presidential Election on 26th April 2015' and only 3% 'disagreed', with the remainder (9%) stating 'don't know'. A further 82% of respondents stated that they were 'certain' or 'very likely' to vote at 26 April 2015 Presidential Election [18]. Considering the ongoing intimidation of journalists and suppression of information, the question arises as to whether important political campaigns and interactive discourse about current affairs aired on TV leads to significant support for democracy.

Since 1999 Organization for Security and Co-operation in Europe Office for Democratic Institutions and Human Rights (OSCE/ODIHR) an Election Observation Mission (EOM) conducted qualitative and quantitative monitoring of national TV stations – state-owned and the private television and newspapers, including two which are state-owned. The EOM analyzed the quantity of the time/space allocated to candidates and election officials, as well as the tone of their coverage in prime-time programs and print publications. (www.osce.org/documents/odihr/2005/12/17259_en.pdf). According to the OSCE monitoring in four presidential elections 'Time or Space (%) for Each Candidate During the Total Time Dedicated to Politics' all monitored broadcast media the biggest part of their candidate-related news coverage dedicated to Mr. Nazarbayev. On 28 March, 2015, the OSCE/ODIHR EOM commenced quantitative and qualitative monitoring

of seven television channels: Kazakhstan TV and Khabar TV (state-funded), First Eurasian Channel (mostly state-funded), Astana TV, Channel 7, Channel 31 and KTK (private); radio station, Kazakh Radio (state-funded); three online media, www.nur.kz, www.tengrinews.kz, and www.zakon.kz; and five newspapers, Egemen Kazakhstan, and Kazakhstanskaya Pravda (state-funded), Karavan, Vremya and Zhas Alash (private). According to the OSCE/ODIHR EOM media monitoring results, the broadcast media's coverage Candidates were given nominally equal coverage, but the incumbent was also extensively covered in his official capacity, thus contributing to an uneven playing field. Altogether, the coverage of the incumbent was approximately twice as much as that of other candidates. The state-funded Kazakhstan TV and Khabar TV dedicated a comparable portion of political prime time news coverage to all three candidates, with 20% and 18% to Mr. Syzdykov, 19% and 18% to Mr. Kusainov and 15% and 14% to Mr. Nazarbaev. However, the coverage differed in its tone; for Mr. Nazarbaev it was overwhelmingly positive, regularly featuring expressions of support from citizens while the tone was mostly neutral for the other two candidates. In addition, both channels almost always started their prime time news programs with reports about the President in his official capacity, devoting to him an additional 26% and 31% of political news coverage in a positive and neutral tone. Most monitored television channels, as well as two official state-funded newspapers, had a similar pattern in their election coverage with information on the incumbent's official activities visibly prevailing (most notably on First Eurasian Channel with 37%). In addition, the CEC interpreted the Election Law in a manner that any airtime given to a candidate outside the news was considered campaigning and should be paid for by the candidates. This, in combination with the media's perception of their role to strictly comply with the principle of equal opportunity, restricted editorial freedom and did not encourage analytical coverage or critical public debate. The lack of comprehensive campaign information considerably limited the opportunity for voters to make a well-informed choice. The Election Law could be amended to encourage media to provide more diverse and analytical campaign information to voters. The observer's final report suggested, 'Formats of election coverage and decisions on paid election-related material should depend solely on the media's own editorial policy' (Early Presidential Election, 26 April 2015, OSCE/ODIHR Election Observation

Mission Final Report). According to the OSCE, the strongest result of their monitoring of candidate-related news coverage shows that Nazarbayev was more frequently portrayed in his capacity of President than as a candidate, and predominantly in a positive light [19].

Monitoring conducted by the OSCE/ODIHR EOM in 2015 systematically measured public opinion on democracy, governance, quality of life, as well as media news use. Data collection was timely because Kazakhstan was conducting referenda to presidential election. Complete data and the results were released to the public for independent verification and replication periodically before the election. In Kazakhstan the OSCE/ODIHR EOM commenced quantitative and qualitative monitoring of television channels: state-funded and private, radio station (state-funded), online media, and newspapers (state-funded & private). Data represented media monitoring results. The results indicated that broadcast media's coverage candidates was nominally equal while the incumbent was also extensively covered in his official capacity, thus contributing to an uneven playing field. Altogether, the coverage of the incumbent was approximately twice as much as that of other candidates. As Table 2 shows, a number of monitored media dedicated their attention almost exclusively to official information on the work of the authorities (president, government, local governments, and the CEC). Although the campaign was visible in nationwide and local media, there were no debates or interviews and virtually no in-depth analysis. The monitoring analysis sought to determine the relationship between television news and political interest and ran tests on whether television news use has a direct influence on the TV viewers' support for democracy. Also assessed was whether political interest is a moderating variable for the relationship between television news use and democratic support.

Results

This study questioned whether public consumption of television news on political affairs leads to support for democracy in the complicated context of Kazakhstan. Also examined was political interest; whether it is a moderating indicator of television news use and support for democracy. On the question political news use, 75% of respondents indicated that they use the media, especially television, to get news about politics and government. Overall, 50.5% said they use the media for political information every day, while 24.9% use a medium of choice a few times a week.

Cross-tabs results showed that respondents are interested in politics, discuss politics, and hold strong beliefs about the impact of their votes on their leaders. With all key indicators of political interest entered in the model, 86% of respondents said they were interested in what was going on during the democratization process.

Regarding democracy, Kazakhstani's were asked how strongly they are committed in their expressed support of democracy. Overall, 83% strongly supported democracy. Likewise, 70.3% of Kazakhstani's expressed active involvement in politics while a slim majority favored a change from the autocratic system created by President Nazarbayev, «the Kazakhstan way» of advancements to a democratic society. New research commissioned by ECFA and conducted by UK market research agency Ipsos MORI, shows that an overwhelming majority of Kazakhstani adults (89%) believe that, when thinking generally about quality of life in Kazakhstan, on balance the country is moving in the right direction. This is in striking contrast to what television news and current affairs had consistently opposed to be detrimental for democracy.

In order to further examine the relationship between media and politics regression analyses were performed using data from the OSCE/ODIHR EOM in 2015 stepwise regression analysis was run to test the relationship between Kazakhstani voters' use of television for political news and their interest in politics (RQ1). The regression showed that the more Kazakhstani's get political news from television, the more they are interested in politics. This is consistent with other research. The "television news use" values in that model produced a strong relationship. The stepwise model was also used to examine the relationship between Kazakhstani voters access coverage of political news on television and their support for democracy. The survey results indicated that television news use was not a strong predictor of the voters' support for democracy.

Analysis of the relationship between level of political interest and the level of democratic support found a positive relationship. This indicates that overall political interest is perhaps more powerful than media attention. This important correlation indicates the impact of

political interest as a moderating variable between television news and politics.

Conclusion

The more Kazakhstan voters access news coverage of political information on private television accounting for their interest in politics, the higher their support for democracy. Kazakhstanis also see democracy as a political activity through which they fulfill an obligation of answering the president's call to support his ideology and regime legitimacy. As a result, the president periodically gets away with changing his political ideologies in referenda despite television news coverage, which oppose such unconstitutional political maneuvers. Without addressing presidential hegemony through which the government imposes despotic policies that undermine multiparty democracy, stifle political contestation, suppress a free press, and curtail political mass mobilization on private television, a reversal to full autocracy is inevitable. The limitations of this study are primarily grounded in some of the unanswered questions that emerge from these findings. It remains unclear whether Kazakhstani voters truly recognize presidential hegemony in undermining the democratization process; this matter needs further exploration. Could there be other reasons that explain why the direct influence of television to support democracy is not more strongly supported by the general public? As an ideological tool, could the national television also build support for anti-democratic sentiments of those in power? Are there some underlying cultural institutions that are more important than democracy?

What we learn from this endeavor is just a first step toward understanding television use of political information disseminated through news and public affairs programs for the process of democratization in this part of the transitioning world. The implications from this study add considerably to what we know about media and politics in a developing third world country like Kazakhstan: that if civil society gets citizens interested about politics, television can play a major role at fostering public debate and sensitizing society through their news and public affairs programs to mobilize citizens to support democracy.

References

- 1 Katsiev, O. (1999). "Prospects for Development of an Independent Media in Kazakhstan." In M.Holt Ruffin (ed), Daniel C. Waugh (ed.), Civil Society in Central Asia, Washington DC: Center for Civil Society International, p 123.
- 2 Alexander Wolters, 2011

- 3 IREX Index, 2013
- 4 Frederick Starr (1999, (p.29).
- 5 Shafer, R. (2011). "Soviet Foundations of the Post-Independence Press in Central Asia." In E. Freedman (ed.), R. Shafer (ed.), After the Czars and Commissars // Journalism in Authoritarian Post-Soviet Central Asia, Michigan State University Press.
- 6 Junisbai, B. & Junisbai, A. (2005). "The Democratic Choice of Kazakhstan: A Case Study in Economic Liberalization, Intra-Elite Cleavage and Political Opposition." *Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization*, 13: 373-392.
- 7 Androunas, E. (1993). Soviet Media in Transition: Structural and Economic Alternatives. Praeger.
- 8 Arel, D. & Wilson A. (1994). "Ukraine under Kuchma: Back to Eurasia?" RFE/RL Research Report. Vol. 3 no (32).
- 9 Benn C., Chitty, C. (1996). Thirty years on: is comprehensive education alive and well or struggling to survive? David Fulton Publishers.
- 10 Brown, R. (1995), Prejudice: It's Social Psychology. Oxford: Blackwell.
- 11 Christians, Glasser, McQuail, Nordenstreng, & White. (2009). Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies. University of Illinois Press.
- 12 King, J., Noble, J. & Humphreys, A. (1996). Central Asia.: Kasachstan, Usbekistan, Turkmenien, Kirgisien, Tadschikistan. Lonely Planet Publications. (pp. 179-80)
- 13 Freedman, E. (2011). "Theoretical Foundations for Researching the Roles of the Press in Today's Central Asia." In E. Freedman (ed.), R. Shafer (ed.), After the Czars and Commissars. Journalism in Authoritarian Post-Soviet Central Asia, Michigan State University Press.
- 14 Katsiev, O. (1999). "Prospects for Development of an Independent Media in Kazakhstan." In M.Holt Ruffin (ed), Daniel C. Waugh (ed.), Civil Society in Central Asia, Washington DC: Center for Civil Society International, p.124.
- 15 Katsiev, O. (1999). "Prospects for Development of an Independent Media in Kazakhstan." In M.Holt Ruffin (ed), Daniel C. Waugh (ed.), Civil Society in Central Asia, Washington DC: Center for Civil Society International, p.125.
- 16 Junisbai,B.,Junisbai A., & N. Ying Fry. (2015). "Mass Media Consumption in Post-Soviet Kyrgyzstan and Kazakhstan: The View from Below," *Demokratizatsiya: The Journal of Post- Soviet Democratization*, 23 (3).
- 17 Junisbai, A. (2010). "Understanding Economic Justice Attitudes in Two (formerly similar) Countries: Kazakhstan and Kyrgyzstan." *Social Forces* 88(4): 1677–1702.
- 18 Katsiev, O. (1999). "Prospects for Development of an Independent Media in Kazakhstan." In M.Holt Ruffin (ed), Daniel C. Waugh (ed.), Civil Society in Central Asia, Washington DC: Center for Civil Society International, p.124.
- 19 Katsiev, O. (1999). "Prospects for Development of an Independent Media in Kazakhstan." In M.Holt Ruffin (ed), Daniel C. Waugh (ed.), Civil Society in Central Asia, Washington DC: Center for Civil Society International, p.128).
- 20 <http://www.eurasiancouncilforeignaffairs.eu>
- 21 www.osce.org/documents.

Ж. Әбдіжаділқызы

Филология ғылымдарының кандидаты, доцент
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail: journalist_teoretic@mail.ru

АҚПАРАТ ӘЛЕМІ ЖӘНЕ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКАДАҒЫ РЕЖИССУРА ӨНЕРІ

Мақалада тележурналистикадағы режиссура өнерінің негізгі мәселелері қарастырылып, «телекелбет», «телеңүмкіндік» және «телеңеңістік» ұғымдарына түсініктеме беріледі. Автор телевизияның қоғамдағы роліне талдау жасап, қазіргі заманғы теледраматургия классификациясын ұсынады. Негізінен, телевизиядағы деректі – көркем, яғни, көркем-публицистикалық туындылар болып табылатын теледебаттың, ток-шоу мен реалитишоудың, телесараптама мен журналистік зерттеулердің, сондай-ақ, интерактивті бағдарламалардың режиссуралық құрылымына ғылыми-теориялық түрғыда сипаттама беріледі. Теледраматургиядағы журналистік тіл, актерлік шеберлік, режиссерлік шеберлік, көсемсөз қысындары, медиадизайн, музыкалық шешім тәрізді кәсіби қызмет қырлары туралы баяндалады. Теледраматургияның психологиялық, аспектілері тәртіп пен тіл түрғысынан жүйеленіп, тәртіп – денсаулық, мінез, интуиция, эмоция құбылыстарын, тіл – дикция, интонация, үн әуезділігі, сөз салтауы, ұттық үн үрдісі құбылыстарын қамтиды. Телевизиялық драматургиядағы тіл мәдениеті екі бағытта дамиды. Бірінші бағыт – көркем телетұндылардағы көркем тіл. Ал екінші бағыт – тікелей эфирде өтетін журналистік хабарлар мен бағдарламалардағы көсемсөз тілі. Түтеп келгенде, автор: «тележурналистикадағы режиссура – экрандағы халықтық трибуна, саясат алаңы, қоғамдық көзқарас кешені болып табылатын кәсіби-шығармашылық құбылыс» деген тұжырым жасайды.

Түйін сөздер: «телекелбет», «телеңүмкіндік», «телеңеңістік», «тедедрама», «телеқұбылыс», «телевизиялық ықпал».

Ж. Абдижадилқызы

кандидат филологических наук, доцент, Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы, e-mail: journalist_teoretic@mail.ru

Мир информации и искусство режиссуры в тележурналистике

В статье рассматриваются основные вопросы искусства режиссуры тележурналистики, дается интерпретация понятиям «телеобраз», «телевозможность» и «телепространство». Автор анализирует роль телевидения в обществе и предлагает классификацию современной теледраматургии. В основном дается научно-теоретическая характеристика структуры теледебатов, ток-шоу и реалитишоу, теланалитики и журналистского расследования, а также интерактивных программ, которые считаются документально-художественными, то есть художественно-публицистическими произведениями. Рассказывается о профессиональных аспектах теледраматургии как актерского мастерства, режиссерских навыках, публицистическом стиле, медиадизайне и музыкальном решении. Психологические аспекты теледраматургии включают в себя дисциплину и язык. Дисциплина предполагает здоровье, поведение, интуицию, эмоцию, а язык – интонацию, гармонию звуков, словарный запас и национальный эталон голоса. Языковая культура в телевизионной драматургии развивается в двух направлениях: первое – художественный язык в художественных телепроизведениях, второе – язык журналистских программ прямого эфира. В конечном счете автор приходит к выводу, что «режиссура в телевизионной журналистике представляет собой профессионально-творческий феномен, который является публичной трибуной, политической платформой, общественным видением на экране».

Ключевые слова: «телеобраз», «телевозможность», «телепространство», «тедедрама», «телеявление», «телеэвлияние».

Zh. Abdizhadilkizi

Филология ғылымдарының кандидаты, доцент
Әл–Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.
E-mail: journalist_teoretic@mail.ru

The world of information and art directing in television journalism

The article discusses the main reason of directing television journalism, provides interpretation of the concepts of "TV image", "TV opportunity" and "Television". The author analyzes the role of television in society and proposes the modern classification of TVdramaturgy. In general, scientific and theoretical characteristics are given to the structure of the TV debate, talk shows and reality show, television analytics and journalistic investigation, as well as interactive programs that are considered documentary and artistic, that is, artistic and publicism works. It tells about professional aspects of TV drama as acting, directing skills, publicistic style, media design and musical decision. Psychological aspects of tele-dramaturgy include discipline and language. Discipline presupposes health, behavior, intuition, emotion, and language – intonation, harmony of sounds, vocabulary and national standard of voice. Language culture in television drama develops in two directions: the first is the artistic language in the artistic television productions, the second is the language of the journalistic programs of the live broadcast. Eventually the author comes to the conclusion that "the direction in television journalism is a professional and creative phenomenon, which is a public platform, a political platform, a public vision on the screen."

Key words: "TV image", "TV opportunity", "Television", «Teledrama», «Influence in TV», «Phenomenon in TV».

*Сөз бен қылық жылы көңілді сүйтады,
сүйк көңілді жылытады.*

Габиден Мұстафин

Кіріспе

Тележурналистикадағы режиссура өнері туралы айтпас бұрын телевизияның театр, радио, кино іспетті салалардың басын қосып, өнер мен журналистиканы ұштастырган синтездік дүние, сонымен қатар, шешендік өнер, актерлік шеберлік, интерактивті телекөпір тәсілі арқылы әлемдік масштабтағы қала мен қаланың, ауылдағы көпшіліктің, билік пен халықтың арасын байланыстырып, ақпараттық, мәдени-агартушылық, әлеуметтік-басқарушылық, ұйымдастырушылық, рекреативті, интеграциялық, білім берушілік сынды жеті бірдей функцияны атқарып, жер мен көктің аясындағы барлық тіршілікті алаканына сыйғызып, алдымызға тосатын БАҚ-тың алпауыт бір арнасы болып табылатынын ескерсек, сол сан-салалы кең ауқымды құбылыстар түндейтін өзіндік өнер тармактарының қалыптасып, даму үстінде екенине көз жеткіземіз. «Телевизияның адамдардың басын қосудағы, оларды бір-бірімен ұштастырып, кездестірудегі ролі мен қызметі барған саяын қарыштап дами береді, өрісі кеңейіп, ауқымы арта түседі» [1] деп жазған еken осыдан бұрын қазақ телевизиясының негізін қалап, көсіби деңгейде өркендеуіне тікелей атсалысқан қайраткер-журналист Камал Смайылов. Телевизия, кино саласының келешегін көрегендік-

пен кесіп айтқан кеменгер-қаламгердің айтқаны уақыт аясындағы ақықатқа айналуда. Өйткені, «телевизия – экран мен көрермен, ақпарат пен тұтынушы қарым-қатынасын жүзеге асыратын қарапайым нәрсе емес, ол – шалғай жерлер мен шартараңтағы арақашықтықтың алтын көпірі іспетті қозғалыстағы бейне мен дыбыс арқылы тікелей трансляцияны қамтамасыз ететін бүтін бір байланыс жүйесі» деген тұжырым жасайды зерттеуші Константин Ковалев-Случевский[2]. «Телевизия – орасан зор ықпал ету алаңы»[3] деп дәріптейді атақты ресейлік тележүргізуіші Андрей Максимов. Телевизиялық драматургияның режиссурасы – ерекше күрделі кәсіби процесс. Теледраматургия көркем шығарманы экрандық түндиға ұластырудагы қындықтарымен ерекшеленіп қана қоймайды, сонымен қатар, телешоу шенберіндегі тікелей эфир кезінде өлшеп-пішүге, алдын ала есептеуге келмейтін қайталанбас құбылыс ретінде айрықшаланатын журналистік қызмет. Сондықтан да бұқаралық телешоу драматургиясында режиссерлік шешім айрықша роль атқарады.

Негізгі бөлім

Телетүнди – ең алдымен, идея, жоба авторы еңбегінің жемісі. Телесценарий – телетүндиның қағазға түсірілген нұсқасы. Тележурналистикадағы режиссураның түп төркіні «телесценарий» ұғымынан бастау алады. Ал «сценарий» ұғымының өзі театр саласынан келгені белгілі. Сол қағазға түсірілген нұсқаның шығармашылық процесі екі кезеңнен

тұратындығына байланысты екі түрі болады. Бірінші кезеңде журналист шынайы болмысты, яғни, өмірлік материалдарды ой елегінен өткізіп, шығармашылық тұрғыда өндеп, болашақ экрандық туындының мәтіндік сипаттамасын баяндап шығады. Сценарийдің бұл түрі теориялық тұрғыда әдеби, ал тележурналистиканың кәсіби тілінде **журналистік сценарий** деп аталады. Ал екінші кезеңде сол мәтіндік сипаттаманы экрандық нұсқаға айналдыру процесін көріністік тұрғыда кадрлер желісінің тізбегімен және кейіпкерлердің қымыл-қозғалыс, іс-әрекетімен суреттеп беретін сценарий жазылады. Әдетте, бұл сценарий жұмыс сценарийі болып есептеледі. Ал тележурналистика теориясы тұрғысында **режиссерлік сценарий** деп аталады. Теледраматургияның жанрлық-пішіндік ерекшеліктері акпараттық технология аясында сан алуан өзгерістерді бастаң кешіріп, әрдайым даму үстінде. Біріншіден, телевизиялық драматургияның жанрлық ерекшеліктері бұқаралық сипаттымен дараланды. Екіншіден, интерактивтілігімен, яғни, кері байланысқа құрылатындығымен ерекшеленеді. Үшіншіден, пікір алуандығымен, яғни, әртүрлі көзқарастар аясындағы дауга құрылатындығымен сипатталады. Демек, бұқаралық телешоу теледебат, телевизиялық баспасөз мәслихаты жанрлары мен ток-шоу, дөңгелек стол басындағы әңгіме пішіндерін қамтиды. Телевизиялық драматургия көгілдір экрандағы тақырыптық, әлеуметтік және жарнамалық роликтерден бастап, ток-шоуларды, теледебаттарды, сатиralық бағдарламаларды, ақыр аяғында телевизиялық көркем фильмдерге дейін қамтиды. Теледраматургия аясында журналистік тіл, актерлік шеберлік, режиссерлік шеберлік, көсемсөз кисындары, медиадизайн, музикалық шешім біртұтас құбылысқа айналуы – шарт. Сондықтан да телевизиялық драматургия – өнер өрісі, оның сан-салалы тармақтары бар. Соның бірі – рольде ойнау, екінші – теледрама шенберіндегі тірелген түйіктан шығу, тележурналистиканың кәсіби принциптері бойынша дұрыс шешім қабылдау. Рольде ойнау құбылысын екіге бөліп қарастыруға тұра келеді: 1) Журналистін рольге енуі; (Бағдарлама тақырыбына, зерттеу объектісіне байланысты орындалатын рольдер); 2) Кейіпкердің рольде ойнауы; а) (Қоғамдағы саяси ахуал аясындағы атқаратын қызметіне байланысты: мысалы, сайлау алдындағы имиджін қалыптастырып, жүртты дүрліктіру мақсатында Фани Қасымовтың ваза сындырғаны); ә) реалити шоудағы бастаң кешетін оқиғалар желісінде т.с.с. телеви-

зиялық драматургия аясында сөз бостандығын иелену мүмкіндігі орасан зор.

Нәтиже

Кәсіби принцип тұрғысынан бұқаралық телешоу негізінен тікелей эфирде өтеді. Ал тікелей эфирде өткен бағдарлама аясында сөз бостандығын иелену журналистің кәсіби деңгейі мен шығармашылық шеберлігіне байланысты. Бірінші қисын: Бұқаралық телешоу жүргізуі «БАҚ туралы» заң мен «Тіл туралы» заңды, тележурналистиканың кәсіби заңдылықтарын басшылыққа алуы – шарт. Екінші қисын: Телешоу кері байланысқа құрылатын болғандықтан тікелей эфир аясында халық өкілі қолма-қол сауал қойып, жауап алып, пікір білдіре алады, ұсыныс жасай алады. Теледраматургиядағы режиссерлік позиция біріншіден, кәсіби этиканың сақталуынан, яғни, шындықты көрсете білу тапқырлығынан, екіншіден, саяси сауаттылығынан сөз бостандығын иелене білу кисындарын қалай менгергендігінен, үшіншіден, ұлттық мұддені ұстана білу мен ұлттық құндылықтарды насиҳаттай білу шеберлігінен көрініс табады. Бұқаралық телешоу аясындағы экран этикасы біріншіден, телешоу жүргізуінің психо-лингвистикалық қызмет аясында, екіншіден, студиядағы көрермендер мен тікелей эфирге шыққан көрермендердің тіл қату процесінде сақталуы – шарт. Экран этикасын сақтаудағы бірінші басшылыққа алатын мәселе – тіл мәдениетін сақтау. Екінші мәселе – қымыл-қозғалыс, мәнердегі – әдептілік, сыпайлық, ізет. Телешоу міндепті түрде студиядағы көрермендердің қатысуымен өтеді. Сондықтан да телешоу аясында студиядағы көрермендердің атқаратын функциясы мен ролі бар. Сондықтан да телешоу көпшіліктің көкейінде жүрген мәселені қозғап, солардың көніл түкпіріндегі ой-пікір, ұсыныстарды ортага салуға арналады. Тікелей эфирдегі телешоу уақытқа тәуелді. Сондықтан да телешоу ұйымдастыру кезінде студияға шақырылатын көрермендердің тақырыпқа сай таңдаған дұрыс. Сонымен қатар, көрермендерді эфир этикасы мен экран эстетикасы тұрғысынан іріктеу қажет. Бұқаралық телешоудың тақырыптық жоспары мен сценарлық жобасы алдын ала жасалғанмен, тікелей эфирде өтетін болғандықтан аяқ астынан өзгертуі мүмкін. Өйткені, тікелей эфирге қатысуышылардың күрамы, теледебатқа шығатын кейіпкер күнделікті оқиға аясында сан алуан себептермен телешоуға қатысу мүмкіндігінен айырылып қалуы немесе аяқ астынан қатысадан бас тартуы мүм-

кін. Осындай ерекшеліктерді ескере отырып, тақырыптық жоспар мен сценарлық жоба үш деңгейде (нақты сол күнге жоспарланған; балама негізде белгіленген; резервтік, яғни, алдын ала түсіріліп, монтаждалып қойған) жоспарланып, жобалануы – шарт.

Ойталқы

Телевизиялық драматургиядағы тіл мәдениеті екі бағытта дамиды. Бірінші бағыт – көркем телетуындылардағы көркем тіл. Өзге тілден аударылатын фильмдердегі аударма тілі, т.с.с. Ал екінші бағыт – тікелей эфирде өтетін журналистік хабарлар мен бағдарламалардағы көсемсөз тілі. Әлбетте, екеуі де әдеби нормага бағынатын көркем тіл аясында дамитыны белгілі. Бірақ, екі бағыттың да телевизия табиғатына тән заңдылықтары бар. Теледраматургияның психологиялық аспектілері тәртіп пен тіл тұрғысынан қарастырылады. Тәртіп деңсаулық, мінез, интуиция, эмоция құбылыстарын, тіл дикция, интонация, үн әуезділігі, сөз саптауы, ұлттық үн үрдісі құбылыстарын қамтиды. Телевизиялық драматургияның бір бағытына алдын ала жазылып, түсірілген, актерлер ойнаған көркем туындылар топтастырылса, екінші бір бағытында адамзат өміріндегі құнделікті болып жатқан оқиғалар аясындағы фактілер мен құбылыстарды талқылауға арналған журналистік туындылар қамтылады. 1. Әдеби-көркем туындылар: а) көркем фильм. (**монтаж**) ә) телеспектакль (**сценарий**); б) мультфильм (**тележурналистиканың бейнелеуаші құралдары**).

2. Деректі-көркем, яғни публицистикалық туындылар: а) Интерактивті (көркем топтастырылған) бағдарламалар; ә) Теледебат; б) Ток-шоу; в) Реалити шоу; г) Деректі фильмдер; д) Журналистік зерттеулер; е) Телесараптама т.с.с.

Телевизиялық драматургия аясында жүзеге асатын аудиториямен қарым-қатынастың айрықша тәсілі, яғни көркем топтастырылған жолға қоятын кәсіби процесс. Бірінші қисын: БАҚ пен халық арасындағы алшақтықты жойып, тікелей тілдесу мүмкіндігіне жол ашады. Әсіресе, телевизиялық баспасөз мәслихаты кезінде қалың бұқара өзінің көптен жауабын таба алмаған сұрақтарын қойып, қолма-қол нәтиже-ге қол жеткізуі ықтимал. Екінші қисын: аудиториямен айрықша қарым-қатынас арқылы үйымдастырылған сауалнама нәтижесі мен рейтингтік көрсеткішті салыстыру арқылы мақсаттық аудиторияның ауқымы мен деңгейін анықтау жүзеге асрылады. Телевизиялық драматургияның халықтық сипаты оның көпші-

лікке бағытталатындығымен, қалың аудиторияға арналатындығымен ерекшеленеді. Сондықтан да, теледраматургияның аудиториясы ауқымды, шексіз. Телешоу аясындағы тақырыптар қоғамдағы маңызды, өзекті, өткір проблемаларға арналатын болғандықтан әрдайым көпшілікті елең еткізетіні ақырат. Оның устіне, телешоулар көркем топтастырылған жаңа аудиторияның қаралыптық тікелей эфир арқылы қоғамдық маңызы бар мәселелерге үн қоса алады. Телешоу табиғаты халықтық трибуна, саясат аланы, қоғамдық көзқарас кешені, қызы пікірталас ретінде танылатын журналистік құбылыспен сипатталады. Телешоуға студиядағы көрермендер ғана қатысып қоймайды, телевизияның интерактивтілігі негізінде экрандағы құбылысты сырттай қадағалап отырған қалың бұқара да өз ой-пікір, ұсыныстарымен қатыса алады.

Көріткінді

«Желілер жаңа құбылыс емес, жаңалық болып табылатын жағы олардың қоғамды үйымдастырудың ескі түріне жаңа мүмкіндіктерді тарату технологияларына негізделуі»[4] деген тұжырым ақпараттық технология ағымында ғаламтордың аясына еніп кететін **теле-көркем топ телемүмкіндік** құбылыстарына тікелей қатысты. Бұрын арнайы қол қойылып, мөр басылған хаттармен, бірнеше адамға қонырау шалып, арнайы рұқсат қағазды санаулы үннеге ғана алып, сол уақыт аясында мемлекеттік мұрагаттан тауып, көргө болатын тарихи оқиғалар мен танымал тұлғалардың телекорпорацияларын қазір интернет желісінен санаулы секундтар аясында тауып алып, қажетінізге қарай пайдалануыңызға әбден болады. Әлбетте, қайдан алғаныңызды сілтеме арқылы көрсете де аласыз. Бұл ретте, «интерактивті тележурналистика жаңа мүмкіндіктермен қатар жаңа талаптар қоюда. Мультимедиалық технологияны менгеру әрбір журналист үшін маңызды қажеттілікке айналды»[5]. Сондықтан да, заманауи журналист (тек ғана телерадиожурналист емес, кез келген саладағы журналист) үшін журналистиканың кәсіби өнімін, әсіресе, бейнелі, дыбыстық ақпаратты тарату тәсілдерін мультимедиасыз елестету мүмкін емес. Ал телемүмкіндіктің шегі жоқ (медицинадағы телекөпір арқылы әр қаладағы мамандардың қатысуымен жасалатын операциялар), халық пен биліктің арасын жалғап, айтулы мәселе-лердің шешілүіне жол ашатын интерактивті телебағдарламалар, қайырымдылық шарасын

жүзеге асыратын телекциялар, т.с.с. Осындай орасан зор телевизиялық оқиғаларға алдын ала жасалатын дайындық пен оларды жүзеге асыру барысында қалтқысыз қадағалап,

алға қойған нақты мақсатқа жетудің өзі тележурналистикадағы режиссура өнерін менгерген маманның кәсіби шеберлігі нәтижесінде мүмкін болатын жемісті еңбек.

Әдебиеттер

- 1 Смайлов К. «Өнегелі өмір». – Алматы: «Қазақ университеті», 2012. 79-б.
- 2 Ковалев-Случеский К. Тележурналистика XXI века. – М., 2012. – С. 7.
- 3 Максимов А. Журналист ТВ? Это просто! – СПб., 2017. – С. 36.
- 4 Саудбаев М. Әлеуметтік жөлілер ұғымы мен оның заманауи желілік қоғамдағы алар орны» // ҚазҰУ хабаршысы журналистика сериясы. – Алматы: «Қазақ университеті», 2017, № 2 (44) 52-б.
- 5 Барлыбаева С. Мультимедийная журналистика. «БАҚ мамандарын даярлау бастаулары және жана бағыттары» атты республикалық ғылыми-әдістемелік конференция жинағы. – Алматы, 2015. – С.19.

References

- 1 Smayilov. K. “Onegeli Omir”. – Almaty: “Kazakh Universiteti”, 2012. 79-b.
- 2 Kovalev-Sluchevsky K. Telejurnalystika XXI veka. – Moskva, 2012. – s.7.
- 3 Maksimov A. TV Journalis? Etoprosto! Sankt-Petersburg. 2017. – s. 36
- 4 Saudbaeb M. Aleymettik jeliler ygimi men onin zamanayı gelilik kogamdagı alar orni//KazYU Xabarchysy jurnalystika seriası. – Almaty: «Kazax yniversiteti»,2017. № 2 (44). 52-b.
- 5 Barlibaeva S. Myltimedinaiajornalistika «BAK mamandarindaiarlaybastaylorijanejanabagittari» attirespyblikalikgilimi – adistemelikkonferensiajinagi. – Almaty, 2015. – s.19

¹А.А. Мусинова, ²А. Оразбай

¹Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы, e-mail: asselm97@gmail.com

²Коммерческий телевизионный канал, Республика Казахстан, г. Алматы, e-mail: erika.nishikido@mail.ru

СПЕЦИАЛЬНЫЙ РЕПОРТАЖ В ПРОГРАММЕ «ГЛАВНАЯ РЕДАКЦИЯ» НА КОММЕРЧЕСКОМ ТЕЛЕВИЗИОННОМ КАНАЛЕ

Статья посвящена изучению специального репортажа в информационно-аналитической программе «Главная редакция» на Коммерческом телевизионном канале (Казахстан) с целью показать возможности работы репортеров в данном жанре на казахстанском телевидении. С этой целью рассмотрена история создания проекта «Главная редакция», выявлена четкая ориентированность контента передач на целевую аудиторию, раскрыты журналистские методы работы по сбору информации и над композицией специального репортажа, критически оценены вопросы, связанные с созданием объективного, оперативного, актуального специального репортажа. Дан прогноз развитию жанра специального репортажа на Коммерческом телевизионном канале.

Ключевые слова: специальный репортаж, телевидение, жанр, репортер, программа.

¹Ә. Мусинова, А. ²Оразбай

¹Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы,
Алматы қ. e-mail: asselm97@gmail.com

²Коммерциялық телевизиялық арна, Қазақстан Республикасы,
Алматы қ. e-mail: erika.nishikido@mail.ru

Коммерциялық телевизиялық арнада «Главная редакция» бағдарламасында арнайы репортаж

Бұл мақала Коммерциялық телевизиялық арнасындағы (Қазақстан) «Главная редакция» ақпараттық-талдамалық бағдарламасында арнайы репортажды зерттеуге арналған. Мақсат – қазақстандық теледидарда осы жанрдағы журналистердің жұмысының мүмкіндіктерін көрсету. Осы мақсатпен «Главная редакция» жобасының тарихы зерттелді және арнайы репортаж объективті, оперативті, дәл, болжамды жасаумен байланысты мәселелер сынға ұшырады. Коммерциялық телеарнада арнайы репортаж жанрының дамуына болжам жасалды.

Түйін сөздер: арнайы репортаж, теледидар, жанр, репортер, бағдарлама.

¹A.A. Moussinova, ²A.Orazbay

¹Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,
e-mail: asselm97@gmail.com

²Commercial television channel, Kazakhstan, Almaty,
e-mail: erika.nishikido@mail.ru

Special reportage in the «Glavnaya redakciya» programon Commercial TV channel

The article is devoted to the research of a special reportage in the information analytical program «Glavnaya redakcia» on the Commercial Television Channel (Kazakhstan) in order to show the work opportunities of reporters in this genre on Kazakhstani television. For this purpose, the history of the «Glavnaya redakcia» project has been examined, a precise orientation of the content to the target audience has been revealed, journalistic methods of collecting information have been uncovered and the story of a special reportage has been criticized, the issues connected with the creation of an objective, operative, accurate. Showed how will develop the genre of the special reportage on the Commercial TV channel.

Key words: special reportage, television, genre, reporter, program.

Введение

Репортаж на современном казахстанском телевидении – не просто трехминутный сюжет в выпуске новостей. Это стремление к более глубокому, аналитическому подходу при изучении актуальных социально значимых проблем, что отвечает возрастающей потребности аудитории в аналитике. Поэтому можно говорить о переходном этапе СМИ Казахстана от оперативной информации к аналитической, в соответствии с запросами целевой аудитории, несмотря на то, что аналитических программ еще мало, а жанры специальный репортаж (далее – СР) и документальный фильм недостаточно развиты.

Телевизионный репортаж достаточно распространен по сравнению с его гибридной формой СР, которая подразумевает, по мнению А. Колесниченко, смешение репортажа и расследования, но «под расследованием имеется в виду не разоблачение чьих-то проступков, а просто глубокое исследование темы» (Колесниченко 2008: 42). В республиканский телевизионный эфир сегодня выходят только две программы, созданные на отечественном телевидении в жанре СР: «Главная редакция» на Коммерческом телевизионном канале (далее – КТК) и «Бюро расследований» на телеканале «Хабар». Цель СР – выявить действительно актуальную или назревающую проблему в обществе, выявить причинно-следственные связи события, понять единичный это случай или тенденция, к которой нужно привлечь внимание общества и государства.

В связи с актуальностью выбранной темы в статье мы попытаемся раскрыть тему СР на казахстанском телевидении через призму программы «Главная редакция» и дать прогноз развитию СР как жанра в рамках редакционной политики КТК, так как данная тема еще не была исследована в отечественной теории журналистики. Новый опыт современного телевидения Казахстана должен быть исследован не только в новых условиях социальной, политической и экономической жизни страны, но и в ситуации изменяющихся моральных, этических норм общества и, соответственно, потребностях целевой аудитории. Поэтому актуален вопрос объективности подачи информации, который всегда остро стоит в журналистике. При подготовке СР журналисту приходится постоянно перепроверять факты. При этом каждый очевидец события имеет свою точку зрения, собственное мнение, и журналисту сложно оставаться в ситуации, не принимая ни одну из сторон конфликта. Мно-

гие репортеры приходят к выводу, что в такой обстановке практически невозможно достичь максимальной объективности, порой это даже заставляет их забывать об истинном назначении журналистики – информировании общественности о реальных фактах.

Объектом исследования стали выпуски программы «Главная редакция». Выборку составили передачи 2013 - 2017 годов, подготовленные журналистами-репортерами Адилей Норузовой, Алексеем Рыловым, Анной Яломенко, Ажар Оразбай, Екатериной Потягиной. Передачи изучены методом контент-анализа на предмет выбора темы, методов сбора информации, разработки композиции программы с целью выявить основные тенденции и проблемы становления жанра СР на КТК, дать прогноз возможностей развития жанра.

С этой целью в статье рассмотрена история создания проекта «Главная редакция» на канале КТК, выявлены зависимость контента передач от потребностей целевой аудитории; раскрыты журналистские методы работы над композицией СР; критически оценены вопросы, связанные с созданием объективного, оперативного, актуального специального репортажа; дан прогноз развитию жанра СР на КТК.

Жанр телевизионного репортажа рассмотрен А. Князевым в «Основах тележурналистики и телерепортажа». Хрестоматийный «эффект присутствия» Клаудия Маст описывает как «прикрепить свою голову рядом с головой журналиста» (Mast 2008: 279). Говоря о работе репортера над сбором информации, Михаэль Халлер утверждает, что «хорошая репортажная тема должна содержать преодоление дистанции или барьера, а еще лучше – одновременно и того, и другого» (Haller 1997: 33). Важность работы репортера с деталями подчеркивает американский медиаконсультант Рой Питер Кларк. Он отмечает, что «детали персонажа и обстановки воздействуют на ощущения читателя, приводя к пониманию. Когда мы говорим «я вижу», мы чаще всего имеем в виду «Я осознаю». Неопытные журналисты часто отбирают очевидные детали» (Roy Peter Clark 2006; 32). Акцент на необходимости достижения полной коммуникации с героями делает английский журналист Брюс Джей Эвансен, подчеркивая, что «журналисты должны быть проницательными слушателями» (BruceJ. Evencen 2008: 118). Если репортер не уделяет достаточно внимания речам респондентов, в которых могут звучать профессиональные жаргонизмы, незнакомая терминология, его расследование

может быть направлено по ложному пути. Этическую сторону работы журналиста проанализировала казахстанский исследователь Е.И. Дудинова, отмечая, что «реформирование медиасфера привело к снижению или размытости некоторых нравственных императивов, ранее закрепленных в корпоративном сознании работников СМИ» (Дудинова, 2016: 1).

Жанр СР непосредственно на телевидении изучен недостаточно глубоко. Мало трудов, посвященных композиции сценария СР. Подчеркивает малую разработанность темы российский профессор М.Н. Ким в работах, посвященных структуре репортажа.

«Главная редакция» на КТК

Информационно-аналитическая программа «Главная редакция» впервые вышла в эфир Коммерческого телевизионного канала в 2013 году. Проект стал этапным событием не только на родном телеканале, где он составил достойную альтернативу популярному «Портрету недели». «Главная редакция» стала явлением на современном отечественном телевидении в целом.

Автор идеи создания телевизионного цикла – продюсер, заместитель генерального директора КТК Даурен Меркеев в tandemе с Адилей Норузовой, лучшим корреспондентом КТК в Алматы, привлекли в команду самых опытных репортеров новостной службы КТК из регионов: Алексея Рыблова – корреспондента из Усть-Каменогорска и Анну Яломенко – корреспондента из Тараза.

Создание проекта пришлось на момент переезда редакций телеканалов Казахстана в Астану, в «Қазмедиа орталығы». Остро встал вопрос о передислокации КТК, но головной офис остался в Алматы – культурном и информационном центре страны. Чтобы подчеркнуть особый статус города Даурен Меркеев предложил назвать программу «Главная редакция».

Еще одной причиной выбора названия стало желание продюсеров сделать «Главную редакцию» примером работы журналистов. Опытные новостные репортеры всегда хотят расширить рамки трехминутного сюжета. В новом проекте им представилась возможность попробовать себя в жанре СР, который требует не просто умения точно информировать о событии, но и анализировать факты, писать сценарии, вести программы.

С 2013 года в эфир вышло более ста выпускков программы. Работы репортеров А. Норузовой, которая возглавила редакцию, А. Рыблова и

А. Яломенко удостоились высокой оценки коллег-журналистов и зрителей. У каждого автора выработался узнаваемый аудиторией язык и стиль сценарных текстов, манера подачи информации в кадре.

В третьем сезоне 2016-2017 года авторский состав «Главной редакции» изменился. Адиля Норузова осталась только на административной позиции руководителя проекта, так как параллельно была назначена шеф-редактором ретродетектива «Было дело». Поэтому творческую команду пополнили новые репортеры: Екатерина Потягина – продюсер программы КТК «Наша правда» и Ажар Оразбай – корреспондент и обозреватель муниципального телеканала «Алматы». В сезоне 2017-2018 года к команде присоединился Рашид Ильясов – экс-ведущий новостей муниципального телеканала «Алматы».

Программа выходит один раз в неделю, в понедельник, в «прайм-тайм» – 21.40, после выпуска вечерних новостей. Каждый репортер по очереди выдает в эфир авторскую 30-40 минутную программу, самостоятельно находя и разрабатывая актуальные темы. Каждая передача основана на анализе социально значимой проблемы. Поиск героев и съемки одной программы занимают минимум две недели, еще неделя дается на написание сценария и монтаж программы.

Репортеры «Главной редакции» пробуют себя в качестве стрингеров (стрингер – журналист, работающий как правило в «горячей точке»), рейнджеров, способных переключаться с освещения светской жизни на проблемы нуждающихся слоев населения. Зачастую автор программы совмещает функции репортера и продюсера. Обычно продюсер предлагает идею и концепцию передачи. Затем репортер занимается сбором и обработкой информации, организовывает съемочный процесс. Совмещение же двух профессий требует от автора владения навыками не только творческой, но и организационной работы.

Жанровые формы в проекте «Главная редакция»

Событийные СР

Программы «Главной редакции» выходят в эфир в трех жанровых формах: событийные СР, тематические СР-обозрения, портретные очерки. В основе событийного СР актуальный информационный повод, который вызвал широкий общественный резонанс.

Алексей Рыблов создал ряд событийных СР. «Дом в котором меня убили» посвящен громкому преступлению в Астане. Сын крупного бизнесмена Аян Мейрбаев подозревался в удерживании насильно и убийстве студента медицинского колледжа Ерасыла Аубакирова (<https://www.youtube.com/watch?v=dPVvfnnMZH8>). Приговор, по которому Аяна Мейрбаева освободили из-под стражи в зале суда в связи с отсутствием состава преступления, вызвал неоднозначную реакцию в обществе. Тогда А. Рыблов решил провести собственное журналистское расследование и, сопоставив ряд фактов трагического события, выявил ряд несостыковок. По итогам передачи полиция вторично пересмотрела эпизоды с участием сестры Мейрбаева, обнаружившей труп в багажнике автомобиля брата.

«Любимая, я убью тебя» – анализ причин убийства, в центре которого оказались девушки с нетрадиционной ориентацией. Суд над Александрой Ли, больше известной как Каролина Кан, убившей свою возлюбленную Кристину Чернышову, стал одним из самых обсуждаемых процессов 2014 года в Казахстане (<https://www.youtube.com/watch?v=-mU-xE4I1Uc>).

В ряде передач А. Рыблов активно применяет метод индукции: отталкиваясь от частного случая он рассматривает общие тенденции в социуме.

«Я купила ребенка» посвящен случаям торговли новорожденными бандой «черных акушеров» (https://www.youtube.com/watch?v=-Bb_vKpgstc). Единичное преступление – медицинская сестра продала младенца за 4,5 тысяч долларов – вывело репортера на след «черных акушеров». Разоблачение и откровения участников аморального бизнеса не только потрясли аудиторию, но и стали причиной начала реформ в сфере медицины. История одной сделки выявила проблему сотен людей, которая долгие годы замалчивалась, скрывая преступления работников медицины, лишившихся совести в погоне за наживой.

В основу СР «Опасный вызов» лег вопиющий случай нападения на фельдшера скорой помощи в Алматы. Получив тяжелую черепно-мозговую травму, фельдшер впал в кому. И хотя его удалось спасти, сейчас Нарескен уже не может работать в скорой помощи из-за подорванного здоровья. Этот драматический случай натолкнул репортера на разработку темы о трудностях профессии медицинского персонала скорой помощи. Для того чтобы показать зрителю сложности, с которыми сталкиваются медицинские бригады

во время работы, А. Рыблов провел сутки в медицинской карете.

Метод интродукции стал основой композиции сценария СР «Мучат в школе» (<https://www.youtube.com/watch?v=amr69QfOjd0>). В социальных сетях был распространен видеоролик о том, как учительница одной из школ наносила побои своим ученикам. Общественность была крайне возмущена. Началось уголовное расследование. Случай в одной школе стал отправной точкой для анализа причин неблагополучной ситуации в казахстанском образовании в целом.

Для изучения причин отдельных явлений А. Рыблов применяет метод маски или метод перемены профессии. Например, СР «Нагорело» посвящен участвовавшим в Алматы массовым пожарам (https://www.youtube.com/watch?v=66iomq8d5_s). Для выяснения причин обвинения пожарных в регулярных воспламенениях крупных торговых точек со стороны торговцев-арендаторов репортер два дня работал под маской сотрудника Пожарной службы города Алматы.

К событийным СР относятся выпуски А. Яломенко «Хватит заливать» – о наводнениях в Казахстане. Репортер была непосредственным свидетелем последствий разрушающей стихии 2016 года, когда многие населенные пункты страны пострадали от наводнений, оставив без крыши над головой сотни людей. Не обошлось без человеческих жертв. «В эпицентре теракта» – о нападении террористов на военную часть в Актобе, куда репортер отправилась на следующий день после трагического события.

В этом же ряду событийных СР «День террора» А. Норузовой. В июле 2016 года Алматы потряс расстрел сотрудников полиции и одного мирного жителя Русланом Кулебаевым, который завладел оружием постового в здании Алмалинского РУВД. Преступление было квалифицировано как «акт терроризма». Репортер попыталась восстановить хронологию события и разобраться в мотивах, подтолкнувших «калматинского стрелка» на убийство.

«Трещим по швам», «Казахстанские пленницы», «Любовь без границ» А. Оразбай. Первый – о событиях в поселке Шахан Карагандинской области, где в 1 января 2017 года произошел взрыв в котельной пятиэтажного жилого дома, унеся жизни девяти человек.

Второй СР о похищении невест в Казахстане. Одно из них закончилось трагедией, когда в Алматинской области в автомобильной катастрофе погибли три молодых человека. Девушке удалось чудом выжить.

Продолжил тему СР «Любовь без границ». На это раз речь шла о волне протеста активистов движения, выступающих против заключения браков казахстанских девушек с иностранцами, в частности, гражданами Китая. Автор СР развила тему, исследовав ситуацию с межнациональными браками в стране.

Актуальную тему суицидов среди подростков подняла в СР «Одиночество в сети» Е. Потягина. Причиной послужила волна трагедий в России и Казахстане: подростки стали жертвами сетевой игры «Синий кит», цель которой была зомбировать психологически незрелого игрока и довести его до самоубийства.

Специальные репортажи-обозрения

Данный вид СР составляет большую часть программ «Главной редакции». Основная характеристика СР-обозрения – изучение актуальных социально значимых событий, связанных одной темой для выявления характерных тенденций.

Так, 8 сентября 2014 года в эфир вышла передача «Проклятие Медеи» А. Норузовой о трех историях жестоких убийств детей собственными родителями (<https://www.youtube.com/watch?v=1zZ4GpQCJZI>). Трагедии объединяет ни время и ни место, а психологическое отклонение, при котором родители не могут объяснить причину своего преступления. Этот вид патологии психологи называют «Синдром Медеи».

Аналогичную композиционную структуру имеет сценарий СР «Пункт назначения – смерть» А. Яломенко (<https://www.youtube.com/watch?v=cDlMNSXVMNE>). Опасность поездки в такси, причины, которые толкают таксистов на убийство пассажиров – это сомнения и страхи большинства жителей страны, особенно девушек, которые ежедневно вынуждены пользоваться услугами частного извоза в силу его относительной дешевизны и скорости. Репортер не только представила ряд трагических случаев, но и дала зрителям несколько советов о том, как вести себя, если вы неожиданно попадете в опасную ситуацию. Передача набрала высокий рейтинг в силу своей однозначной актуальности.

Метод эксперимента лег в основу передачи «Куда уходят дети?» А. Рыблова. Родительская беспечность нередко сегодня приводит к потере или краже ребенка. Для того, чтобы понять, насколько дети подготовлены родителями к разговору с незнакомцем, репортер попросил четыре семьи принять участие в эксперименте. Родители под разными предлогами оставляли своего ребенка одного в торговом центре. Ак-

тер в роли похитителя знакомился с ребенком и пытался войти к нему в доверие, уговаривая сладостями. Затем звал ребенка на прогулку. Из четырех участников эксперимента только один ребенок отказался от «прогулки». Основной посыл программы – в случаях похищения или пропажи ребенка зачастую виноваты сами родители, которые не учат ребенка мерам безопасности.

СР-обозрения создаются, чтобы проанализировать тенденции в мире преступности Казахстана, предупредить зрителей об опасности, призвать к бдительности. Несколько историй с одной проблематикой демонстрируют масштаб происходящего. Этого в СР «Живут же люди» добивался А. Рыблов. Журналист показал, проблему простых жителей Казахстана – заложников своего жилья, построенного вблизи железных дорог, кладбищ, свалок и других районов, которые своим соседством причиняют дискомфорт и таят потенциальную опасность для людей.

В жанре СР-обозрения А. Яломенко подготовила «Семейный ад» – о насилии в семье и «Особые приметы» – хронику случаев исчезновения без вести людей, отправившихся на прогулку, учебу, работу; А. Норузова сняла «Кровные узы», где разобрала трагическую череду убийств 2015 года, когда отцы убивали всех членов семьи; «Маленькие монстры» А. Рыблова посвящены подростковому насилию и выявлению причин жестокости. К СР-обозрениям также относятся «В постели с ребенком» о педофилии в Казахстане, передачи «Этапом на родину» о гражданах Казахстана, осужденных за рубежом, и передача о людях, попавших в рабство – «Исповедь раба».

Большая часть передач, к сожалению, посвящена негативным тенденциям в обществе. Но есть примеры подачи позитивной информации: СР Аиды Норузовой «Герои» – это три истории о людях, совершивших смелые, мужественные поступки. Автор создала сложную композиционную структуру репортажа, переплетя три сюжетные линии между собой. «Натворили» – о людях с необычными творческими способностями.

Для съемок СР-обозрение репортер должен знать актуальные тенденции и настроения в обществе, что бывает не просто. Нужно увидеть тонкую связь между событиями, которые происходят в разное время с незнакомыми друг с другом людьми в разных регионах страны. И, проведя аналогию между фактами на первый взгляд разных событий, необходимо определить основные мотивы идентичных поступков и явлений.

Портретные очерки

Передачи «Главной редакции» – это не только расследования преступлений и анализ во- пиющих фактов в жизни общества. Большой блок выпусков посвящен личностям, чья жизнь стала яркой запоминающейся страницей в истории страны. Сущность характера человека, его профессионализм раскрываются в портретном очерке (далее – ПО). Жанр всегда был востребован зрительской аудиторией, так как позволяет узнать о разных гранях жизни и творчества, а журналисту помочь раскрыть социальный смысл деятельности личности (Кузнецов, Цвик, Юровский 2009: 65).

Героями ПО цикла «Главная редакция» стали Шакен Айманов в передаче «Наш милый Шакен», который был снят А. Норузовой к 100-летию первого казахстанского кинорежиссера, герой Великой Отечественной войны Алия Молдагулова в фильме «Алия», оперная певица Бибигуль Тулегенова в передаче «Ода женщине».

Жизнь и профессиональная судьба космонавта Айдына Аимбетова вдохновили А. Рыболова на фильм «В невесомости». Космонавт рассказал о годах учебы в школе космонавтов на Байконуре, о своем полете, интересна была его экспертная оценка состояния и планов Казахстана в сфере космонавтики.

Чтобы восстановить некоторые яркие события из жизни героев, в ПО «Главной редакции» часто используется сценарный прием реконструкции событий прошлого. Для этого специально подбираются актеры, в кадре с помощью костюмов, реквизита, бутафории воссоздается атмосфера определенного исторического периода. В масштабной работе над кинореконструкцией занята вся съемочная группа: от администратора до режиссера передачи.

Как правило, передачи в жанре ПО приурочены к определенным датам: юбилеям героев, профессиональным праздникам, а иногда и к трагическим страницам календаря. Поэтому работа над ПО требует оперативности. Если передача выйдет с опозданием, то моментально потеряет свою актуальность.

В качестве примера профессиональной оперативной работы над передачей можно привести создание фильма «Твои шаги», посвященного популярному эстрадному певцу, любимцу казахстанской публики Батырхану Шукенову (<https://www.youtube.com/watch?v=zJDNNWEY4B4>).

Поводом для съемок стала безвременная и невосполнимая кончина певца в Москве в мае

2015 года. В тот день тысячи казахстанцев по всему миру собирались вместе, чтобы петь песни Батыра, провожая его в последний путь как близкого родного человека. Горе объединило людей разных возрастов и социального положения.

Для эффективной работы над фильмом были привлечены все силы редакции. Авторами сценария стали А. Норузова, А. Рыболов, А. Яломенко. В результате передача, в которую каждый член команды вложил не только свое профессиональное мастерство, но и душу, получился очень эмоциональным и вышел в эфир вовремя. Дедлайн был важен, так как несмотря на трагедию, фильм, показанный через неделю или месяц после нее, потерял бы свою актуальность.

Перспективы развития телевизионного проекта «Главная редакция»

Политический распад СССР логично повлек за собой децентрализацию информационного пространства и начало формирования блоков информационных программ на республиканских каналах. Жанр комментария событий в текстах дикторов пришел на смену простому информированию аудитории о текущих событиях. Начинают появляться первые информационно-аналитические программы (далее – ИАП), в которых ведущие начали выражать собственную позицию на происходящее в жизни общества.

Особенность нового республиканского телевидения – повышение требования к профессиональному мастерству журналистов и конкурентная борьба за зрителя посредством создания авторитетных ИАП (Гострова 2005: 87). Этот период на телевидении Казахстана отмечен выходом таких ИАП, как: «Портрет недели», «Слуги народа», «Горячая студия», «Неотложка», «Шесть суток», «Горячая студия», «Күн дерек», «Черный ящик», «Своя неделя», «Прямой разговор» с Вадимом Вдовиным.

В 2000-х в эфир выходят ИАП «Аналитика», «Апта», «Жеті күн», «Вместе», «Избранное за неделю». В рассматриваемый период в информационно-аналитическом вещании наблюдается персонификация программ – важным фактором становится роль ведущего как выразителя точки зрения телеканала, журналиста высокой квалификации, образ и манера подачи и анализа фактов которого влияют на выбор зрителей той или иной ИАП (Гострова 2006: 123).

Качественный и количественный рост ИАП привел к расширению рынка ТВ-информации. Зритель получил возможность выбирать не телеканалы, а ИАП, которые выходили в эфир,

знакомя аудиторию со своим видением мира. То есть у телеканалов в лице ИАП появился самый эффективный инструмент формирования общественного мнения. При этом ведущие ИАП старались сохранить объективность и беспристрастность при анализе действительности.

На каждом телеканале Казахстана ИАП отличалась формой подачи новостей, их последовательностью и комментариями к ним. Современные ИАП на республиканских каналах выходят в эфир примерно в одно и то же время. Благодаря этому зритель имеет возможность, переключаясь с канала на канал, сопоставлять комментарии разных обозревателей и формировать свое собственное мнение о процессах, произошедших в стране и мире (Гострова 2005: 34).

Рассмотрение тенденций развития программы «Главная редакция» проходит в разрезе «телевидение – общество», где телевидение педантично планирует удовлетворение потребностей, интересов, запросов общества – своей потенциальной и реальной аудитории.

«Главная редакция» с момента появления и до сегодняшнего дня пользуется большим доверием зрителей за счет работы в жанре СР. Именно СР рождает в зрителе то зерно доверия, которое так ценится в современном мире информации, построенном в большинстве случаев на манипуляции сознанием аудитории через дезинформацию, замалчивание фактов или их фабрикацию.

Когда программа только появилась, ей не предвещали большого будущего. Критики и эксперты, в том числе сами основатели проекта, которые долго работали на КТК, сомневались в правильности выбора формы подачи информации посредством СР, так как разбирая житейские проблемы простых людей репортеры будут вынуждены выявлять несостоительность властных структур и отдельных чиновников, чтобы может привести к конфликтам с властью, ведь на формирование развития программы «Главная редакция», безусловно, накладывает свой отпечаток то, что канал, на котором она выходит, имеет статус государственного. Однако это и обязывает создателей ИАП к более пристальному отслеживанию информации о работе институтов власти. Поэтому риск оказался оправданным, так как месседжи создателей программы не остаются без внимания со стороны государства.

Перед программой стоит задача стать медиатором – посредником между зрителем и властью: донести информацию до зрителя, дать

поворот для размышлений, попытаться разобраться в том, что происходит в стране и за ее пределами. Поэтому «Главная редакция» еще длительный период времени будет незаменимой в глазах зрителя и будет развиваться дальше, так как является необходимой возможностью честно и профессионально информировать общественность об актуальных или назревающих проблемах.

Конечно, во многом на развитие телевизионной программы влияет редакционная политика канала вещания – КТК. Но пока телевизионный канал не планирует закрывать проект, и репортеры «Главной редакции» беспрепятственно выполняют свою профессиональную работу.

Заключение

Причины популярности «Главной редакции» заложены в стремлении репортеров соответствовать главным критериям проекта: профессиональной работе журналиста по сбору, объективному анализу, обработке и распространению информации. Дезинформация, умалчива-ние либо искажение фактов недопустимы. Вопреки злободневной проблеме объективности современной журналистики репортеры «Главной редакции» стараются держать планку распространения проверенной информации, оставаясь над ситуацией и не занимая позицию одной из конфликтующих сторон. Иначе теряется смысл журналистики как метода информирования общественности о реально происходящих событиях.

При сборе информации журналисты «Главной редакции» активно используют метод перемены профессии или метод маски и эксперимент. При обработке фактов и выстраивании композиции программы репортерами часто прибегают к теоретическому методу исследования действительности – индукции. Он позволяет журналисту, изучив локальную проблемную ситуацию, рассмотреть ее далее в масштабах страны.

Контент-анализ программ «Главной редакции» показал, что передачи выходят в эфир в трех жанровых формах: событийные СР, тематические СР-обозрения, портретные очерки. Событийные СР освещают только одно событие – историю, которая вызвала широкий общественный резонанс.

Тематические СР-обозрения программы представляют собой обозрение событий, объединенных одной темой. Такие программы создаются для того, чтобы выявить тенденции какого-либо явления в обществе. Тематические СР составляют большую часть выпусков проекта.

Портретные очерки, хотя и не освещают злободневные проблемы общества, востребованы зрителями, так как в них авторы прослеживают обстоятельства жизни своего героя, обнаруживают мотивы поступков, стараясь вскрыть глубинные личностные свойства, а также социальный смысл его деятельности.

Проведенный анализ ИАП «Главная редакция» показал, что успех программы связан с планомерным движением к важной цели – быть объективным медиатором – посредником между зрителем и властью не смотря на сомнения самих создателей проекта в правильности

выбора подачи информации посредством СР. Связано это было с осознанием опасности того, что, разбирая житейские проблемы простых людей, репортёры будут выявлять несостоительность властных структур и отдельных чиновников, что потенциально грозило проекту закрытием.

Но пока, несмотря на то, что на развитие программы «Главная редакция» оказывает влияние редакционная политика КТК, программы выходят в эфир. Причина – высокие рейтинги, которые показывают уровень доверия и интереса к программе со стороны целевой аудитории.

Литература

- 1 Bruce J. Evansen (2008) The Responsible Reporter: Journalism in the Information Age // Адрес URL:<https://books.google.kz/books?id=UlZPZEVtnB4C&pg=PA219&lpg=PA219&dq=%E2%80%9CThe+Responsible+Reporter%3A+Journalism+in+the+Information+Age%E2%80%9D> (Дата обращения 18.10.2017).
- 2 Clark R.P. (2006) Writing Tools: 50 Essential Strategies for Every Writer. – London, Little, Brown and Co, 2006. – P. 32.
- 3 Дудинова Е.И. (2016) Этика Журналиста. – Аламты: Қазақ университеті. ISBN 978-601-04-1858-5. 170 с.
- 4 Гострова Е.В. (2005) Информационно-аналитические программы на советском и казахстанском ТВ: исторический аспект // Труды аспирантов и соискателей Ростовского государственного университета. – Ростов н/Д. – 0,4 п.л.
- 5 Гострова Е.В. (2006) Особенности информационно-аналитических программ на государственном телевидении // Relga. №1 (123). //www.relga.ru – 0,6 п.л.
- 6 Гострова Е.В. (2005) Тенденции в подаче информации в телевизионной информационно-аналитической программе «Намедни» // Журналистика, реклама, связи с общественностью: новые подходы. – Воронеж. - 0,1 п.л.
- 7 Гострова Е.В. (2006) Роль ведущего информационно-аналитической программы // Журналистика в 2005 году: трансформация моделей СМИ в постсоветском пространстве. – М., 2006. – 0,1 п.л.
- 8 Haller M. (1997) Die Reportage. Ein Handbuch für Journalisten. – Konstanz: UVK Medien. – S. 33.
- 9 Колесниченко А.В. (2008) Прикладная журналистика: учебное пособие. – М.: Изд-во Моск-го ун-та. – 180 с. – ISBN 978-5-211-05510-0.
- 10 Mast C. (2008) ABC des Journalismus. – Konstanz: UVK. – S. 279.
- 11 Телевизионная журналистика (1994): учебник / под ред. Г.В. Кузнецова, В.Л. Цвики, А.Я. Юровского. Адрес URL: http://evartist.narod.ru/text6/32.htm#z_16 (Дата обращения 02.04.2017).

References

- 1 Bruce J. Evansen (2008) The Responsible Reporter: Journalism in the Information Age // Адрес URL:<https://books.google.kz/books?id=UlZPZEVtnB4C&pg=PA219&lpg=PA219&dq=%E2%80%9CThe+Responsible+Reporter%3A+Journalism+in+the+Information+Age%E2%80%9D> (Дата обращения 18.10.2017).
- 2 Clark R.P. (2006) Writing Tools: 50 Essential Strategies for Every Writer. – London, Little, Brown and Co, 2006. – P. 32.
- 3 Dudinova E.I. (2016) Jetika Zhurnalista. – Alamty: Kazak universiteti. ISBN 978-601-04-1858-5. 170 с.
- 4 Goctrova E.V. (2005) Informacionno-analiticheckie programmy na covetckom i kazaxstanckom TV: ictoricheckij acpekt // Trudy aspirantov i coikkatelej Roctovckogo gocudarctvennogo univerciteta. – Roctov n/D. – 0,4 p.l.
- 5 Goctrova E.V. (2006) Ocobennosti informacionno-analiticheckix programm na gocudarctvennom televidenii // Relga. №1 (123). //www.relga.ru – 0,6 p.l.
- 6 Goctrova E.V. (2005) Tendencii v podache informacii v televizionnoj informacionno-analiticheckoj programme «Namedni» // Zhurnalictika, reklama, cvjazi c obshhectvennoj: novye podxody. – Voronezh. - 0,1 p.l.
- 7 Goctrova E.V. (2006) Rol' vedushhego informacionno-analiticheckoj programmy // Zhurnalictika v 2005 godu: trancformacija modelej CMI v poctcovetckom proctractve. – M., 2006. – 0,1 p.l.
- 8 Haller M. (1997) Die Reportage. Ein Handbuch für Journalisten. – Konstanz: UVK Medien. – S. 33.
- 9 Kolesnichenko A.V. (2008) Prikladnaja zhurnalistika: uchebnoe posobie. – M.: Izd-vo Mosk-го un-ta. – 180 s. – ISBN 978-5-211-05510-0.
- 10 Mast C. (2008) ABC des Journalismus. – Konstanz: UVK. – S. 279.
- 11 Televizionnaja zhurnalistika (1994): uchebnik / pod red. G.V. Kuznecova, V.L. Cvika, A.Ja. Jurovskogo. Адрес URL: http://evartist.narod.ru/text6/32.htm#z_16 (Дата обращения 02.04.2017).

5-бөлім
БАСПА ICI ЖӘНЕ ДИЗАЙН

Раздел 5
ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО И ДИЗАЙН

Section 5
PUBLISHING AND DESIGN

***Г.К. Муканова, К.К. Мергенбаева, Б.Ф. Серикбай**

Казахский национальный университет им. аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы, *e-mail: Gulnar_mukanova@mail.ru

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПЕРЕПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ ИЗДАТЕЛЬСТВА И РАСПРОСТРАНЕНИЯ КНИГ

В статье изложены предложения по вопросам повышения квалификации и переподготовки кадров в сфере издательского дела и книгораспространения. Авторы считают, что отрасль является социально значимой и обеспечивает внутренний духовный стержень общества. Эта задача особенно актуальна в контексте статьи Президента «Взгляд в будущее: модернизация общественного сознания». Цель исследования заключается в изучении потребностей читательской аудитории в Казахстане и Центральной Азии, компетентности специалистов и менеджмента отрасли. Идея исследования заключается в создании проекта курсов переподготовки, в том числе дистанционных (МООК КазНУ им. аль-Фараби), для специалистов книжного дела. Прикладная значимость исследования не вызывает сомнений. Научная значимость темы исследования лежит в дискурсе роли книги в условиях Интернет-пространства. Методология исследования опирается на законы диалектики и основные принципы гуманитарных исследований, принцип историзма, анализа и синтеза и др. Ценность проведенного исследования измеряется практическим учебно-методическим вкладом в развитие издательской отрасли и духовно-нравственного воспитания молодежи. Практическое применение итогов – курсы на базе Института повышения квалификации Университета и через массовые открытые онлайн-курсы (МООК).

Ключевые слова: книга, Казахстан, Центральная Азия, модернизация, дизайн, массовые онлайн-курсы (МООК), безопасность.

***Г.К. Муканова, К.К. Мергенбаева, Б.Ф. Серикбай**

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы,
Алматы қ., *e-mail: Gulnar_mukanova@mail.ru

Кітаптарды басып шығару және тарату саласындағы мамандарды қайта даярлаудың өзекті мәселелері

Мақалада кітап жариялау және тарату саласында қасіби дамыту және қайта даярлау мәселелері бойынша ұсыныстар қаралған. Авторлар бұл саланың әлеуметтік маңызы бар және қоғамның ішкі рухани негізін қамтамасыз ететініне көміл сенеді. Бұл Президенттің «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» мақаласының түрғысынан, әсіресе өзекті болып табылады. Зерттеу мақсаты – Қазақстан мен Орталық Азия оқырман аудиториясының қажеттіліктерін зерттеп, баспа ісі мамандардың сапасын күшейтуге бағдарларды анықтау. Зерттеу идеясы – кітап өнеркәсібінің мамандары үшін, қашықтықта (МООК Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетті), оның ішінде біліктілікті арттыру курстар жобасын жасау. Зерттеудің қолданбалы мәні еш күмән туғызбайды. Зерттеу тақырыбының ғылыми маңыздылығы – Интернет кеңістігіндегі кітап рөлі болып табылады. Ғылыми-зерттеу әдіснамасы: диалектика және гуманитарлық зерттеулердің заңдарына, историзм, талдау және синтез принциптері және т.б. негізделген. Зерттеудің практикалық мәні – баспа өнеркәсібінің дамуына әдістемелік үлес қосу, жастардың рухани-адамгершілік білімін толықтыру. Нәтижелерді тәжірибелік қолдану – Университеттің біліктілігін арттыру институтының базасында және бұқаралық, ашық, онлайн курстар арқылы (МООК) жаңа курстар үйімдестіру.

Түйін сөздер: кітап, Қазақстан, Орталық Азия, жаңғырту, дизайн, жаппай онлайн-курстар (МООК), қауіпсіздік.

***G.K. Mukanova, K.K. Mergenbaeva, B.F. Serikbai**

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,

*e-mail: Gulnar_mukanova@mail.ru

Actual questions of retraining of specialists in the field of publishing and distribution of books

The article contains proposals on questions of professional development and retraining of personnel in the field of publishing and book distribution. The authors believe that the industry is socially significant and provides the inner spiritual core of society. This task is especially relevant in the context of the President's article "Looking into the Future: Modernizing Public Consciousness." The purpose of the study is to study the needs of the readership in Kazakhstan and Central Asia, the competence of specialists and management of the industry. The idea of the research is to create a project of retraining courses, including distance learning (MOOK KazNU named after al-Farabi), for book specialists. Applied significance of the study is beyond doubt. The scientific significance of the research topic lies in the discourse of the role of the book in the conditions of the Internet space. The methodology of the research is based on the laws of dialectics and the basic principles of humanitarian research, the principle of historicism, analysis and synthesis, etc. The value of the research is measured by the practical educational and methodological contribution to the development of the publishing industry and the spiritual and moral education of youth. Practical application of the results - courses based on the Institute for Advanced Studies of the University and through mass open online courses (MOOK).

Key words: book, Kazakhstan, Central Asia, modernization, design, mass online courses (MOOK), security.

Выбор темы исследования обусловлен актуальностью проблемы духовной модернизации казахстанского общества. В выступлениях и статье Главы государства «Взгляд в будущее: модернизация общественного сознания» (2017) прямо сказано о наличии вопросов в нравственном воспитании подрастающего поколения. Образование и воспитание молодежи должны зиждаться на исторических примерах подвигов предшествующих поколений, знании и пропаганде сакральной географии региона, биографиях выдающихся деятелей прошлого и настоящего (проект «100 имен») и т.д. Мы исходили из того факта, что с момента распада Союза не проводилось системных исследований в области книгоиздательства и книгораспространения в Казахстане и Центральной Азии. В частности, появление рыночного мышления как ответ на нынешнюю экономику требует обновления номенклатуры книжных изданий. Далее, появление Интернета как абсолютно нового объекта и субъекта массовых коммуникаций, значительно активизировало работу социальных сетей. Читатель XX века коренным образом отличается от пользователя коммуникациями в XXI веке. Эти особенности современного спроса и предложения на информацию не только определяют актуальность темы, но и обращают внимание на отсутствие порой исчерпывающих ответов на имеющиеся вопросы: Как будет развиваться отрасль? Насколько конкурентоспособны книгоиздательство и книгораспространение в Казахстане и Центральной Азии перед

вызовами глобализации? Особенно в окружении книжно-газетных вопросов (Интернет не в счет) из соседних государств (РФ, в частности). Все это лишний раз доказывает теоретическую и практическую значимость выбранной темы.

Объектом, или предметом, исследования выбрана отрасль книгоиздания в Казахстане и Центральной Азии в динамике 25-летнего суворенного развития государств, социальные потребности читательской аудитории и перспективные направления качественного подъема работников отрасли. Цель исследования заключается в изучении потребностей читательской аудитории в Казахстане и Центральной Азии, компетентности специалистов и менеджмента отрасли. Идея исследования заключается в создании проекта курсов переподготовки, в том числе дистанционных (МООК КазНУ им. аль-Фараби), для специалистов книжного дела. Прикладная значимость исследования не вызывает сомнений. Научная значимость темы исследования лежит в дискурсе роли книги в условиях Интернет-пространства. Методология исследования опирается на законы диалектики и основные принципы гуманитарных исследований, принцип историзма, анализа и синтеза и др. Ценность проведенного исследования измеряется практическим учебно-методическим вкладом в развитие издательской отрасли и духовно-нравственного воспитания молодежи. Практическое применение итогов исследования – прикладные тематические

курсы на базе Института повышения квалификации Университета и через массовые открытые онлайн-курсы (МООК). Целевая аудитория слушателей: послевузовский уровень, выпускники вуза прошлых лет по специальности «Издательское дело», «Дизайн (книжный)», «Журналистика» и смежных гуманитарных «Экономика», «Филология», «История», «Библиотечное дело», «Социология» и др., без возрастных ограничений.

Ожидаемый результат курсов: сертификация слушателей и расширение интеллектуального багажа работников отрасли в соответствии с требованиями времени.

Объем курсов: 1-й обычный (месяц) и 2-й продолженный (полгода – семестр). Возможны и желательны выездные семинары для ознакомления с книжным рынком, зарубежными издательствами, совмещенные с познавательными экскурсиями.

Тип учебного курса (поствузовский) и его назначение весьма значимо: обучающиеся получают современные данные по истории развития отрасли книгоиздания в мире и Казахстане, Центральной Азии.

Материалы и методы

Материалом для исследования послужили полевые исследования, проведенные путем бесед, интервью и опросов работников книжной отрасли региона, обучающихся и преподавателей высшей школы, опубликованные ранее материалы по теме, публикации в СМИ и др. Новизна материалов по неисследованной теме подтверждает актуальность темы, в частности, ряд материалов был получен путем телефонных анонимных опросов и посещения библиотек гг. Алматы, Петропавловска, Астаны, издательств «Жібек жолы», «Қазақ университеті» и др. Собран уникальный новый полевой материал, отражающий срез мнений разных социальных возрастных страт, во время книжного фестиваля «*KitapFest Almaty-2017*». В опросах принимали участие студенты 3 курса специальности «Издательское дело» факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби.

Научная методология исследования обнаруживается в дискурсе роли и дизайна печатной книги в условиях Интернет-пространства и опирается на законы диалектики и основные принципы гуманитарных исследований: принцип историзма, анализа и синтеза и др. Определенно, книга имеет право на существование даже в условиях всесилия Интернета, вместе с тем,

национальный контент книг должен выдержать мощную конкуренцию: как со стороны масскультуры, так и рекламы. Модернизация общественного сознания не представляется без книг с национально-культурным содержанием (сказки, фольклор, словари, искусствоведение, исторические хроники). Поэтапность проведенного исследования состояла в постановке проблемного вопроса, изучения литературы, проведения соцопросов и полевых практик, обобщения и синтеза результатов, апробации выводов во время обсуждений на заседаниях кафедры издательско-редакторского и дизайнерского искусства. Результаты исследования будут в полной мере реализованы через практический научно-методический вклад в развитие издательской отрасли и духовно-нравственное воспитание молодежи.

Для обзора имеющейся в мире литературы по теме исследования мы постарались охватить фундаментальные труды зарубежных и отечественных авторов. Публикации имеют определенный разброс в части учебных пособий и альманахов по графическому и книжному дизайну, а также по теории и практике модернизации сознания.

Надо честно признать, что до сих пор в вузах опираются на разработки советских и российских авторов: Чихольд Я. (Чихольд, 2009), Герчук Ю.Я. (Герчук, 1984), (Герчук, 2000), Келейников И. (Келейников, 2012). Важно разрабатывать учебники на материалах региона. Интересный пример показали ученые Казахстана и Таджикистана в совместном издании – авторы М.Х. Абусеитова и Л.Н. Додхудоева (Абусеитова, 2010).

Изящество восточного орнамента, широко использовавшегося в шиитских странах в средние века, привлекает к теме интересы искусствоведов. Так, книга о персидских миниатюрах (Adamova, 2016) выполнена с целью познакомить читателя с ранее неизвестными и недоступными широкому кругу произведениями персидского (иранского) искусства. Проделана большая работа экспертов с целью осмыслить исламское и персидское искусство, в частности, в историческом контексте. Авторы – Адель Адамова и Маниджи Баяни – известные ученые, специализирующиеся на персидской живописи и эпиграфике, составители каталога аль-Сабахской коллекции персидской миниатюрной живописи и переплетной книги. Адель Т. Адамова является сотрудником Эрмитажа (Россия, Санкт-Петербург), автором многих книг и статей о персидской живописи. Маниех Баяни (Иран) яв-

ляется специалистом в персидской эпиграфике. Данная монография хорошо иллюстрирована и служит ценным вкладом в библиографию персидских рукописей и надписей. Вместе с тем, территория Казахстана исторически остается зоной суннитского ислама; соответственно, живопись и вообще изображения людей здесь были запрещены. Это сказалось на истории дизайна казахской книги, в частности. Монографию Адамовой и Баяни рекомендуется использовать в целях сопоставительного анализа и отражения богатства красок и сюжетов оформления книг на Востоке.

Книга Эскильсона из Йельского университета (Eskilson, 2007) рассматривает дизайн с точки зрения искусства, и это импонирует нам как серьезная заявка. Эскильсон передает историю графического дизайна со времен печати Библии Гутенбергом и до периода современных цифровых дизайнерских эскизов на сайтах и в социальных сетях. В издании Йельского университета много иллюстраций, что делает его рабочим пособием как для дизайнеров, так и для искусствоведов. Именно таких изданий не достает в Казахстане в качестве рабочих пособий при преподавании дизайнерского мастерства и повышении квалификации работников книжной сферы. Думается, что дизайн необходимо совершенствовать и при издании национальной журнально-газетной продукции. Специфику восточной ментальности необходимо передавать средствами дизайна. Это повысит конкурентоспособность отечественной полиграфии.

Об издании американских коллег можно сказать, что оно является плодом коллективной работы (Rob, 2014). Роб Картер – почетный профессор Университета Содружества Вирджинии (США), приглашенный профессор Академии им. Геррита Ритвельда (нидерланды), автор исследований «Американская типография сегодня», «Типографический дизайн: Великие шрифты», соавтор «Истории графического дизайна». Филипп Б. Меггс – профессор Школы искусств в Университете штата Вирджиния; приглашенный профессор Национального колледжа искусств и дизайна (Дублин, Ирландия), сотрудник редакции журнала Print. Автор более десятка книг и 150 статей и статей по дизайну и издательскому делу, раздела о графическом дизайне в Encyclopedia Britannica. Бен-Дэй – также почетный профессор Университета штата Вирджиния (США), преподавал в Бостонском университете и был приглашенным дизайнером в Университете Коннектикута. Сандра Макса является ди-

ректором программы подготовки бакалавриата по графическому дизайну в Колледже искусств штата Мэриленд. Визуальная коммуникация и брендинг – прикладные аспекты совместного творчества данной группы авторов. К сожалению, их труды в Казахстане почти не изучаются в вузовской практике, такого уровня издания желательны и в нашей стране. Авторы не осведомлены о практике восточного дизайна, что составляет явный пробел в мировой библиографии. К примеру, работы Сергея Калмыкова и других алматинских театральных художников-оформителей достойны быть предметом изучения за рубежом.

Bringhurst, Robert (Bringhurst, 2013) – автор учебного пособия об элементах книжного дизайна. Книга имеет более двадцати переизданий, что подтверждает ее популярность среди студентов. Возможности отечественной полиграфии достаточны для издания учебников по дизайну книг, предназначенных для студентов и магистрантов вузов РК.

Тема модернизации заставляет нас искать ответы на вопрос, происходили ли ранее модернизации сознания в развитых государствах. Так, Инглхарт и Вельцель (Inglehart, 2005) в своей книге приводят убедительные примеры развития человеческого выбора, а также политической свободы и демократии в результате экономического развития и культурных изменений.

Весьма содержательная и информативная книга Майкла Латхама (Latham, 2000) об идеологии модернизации развития в начале 1960-х годов является примером того, как «теория модернизации» повлияла на идеологические положения о внешней политике США во время правления Кеннеди. Этот посыл для казахстанской интеллектуальной парадигмы полезен как более ранний опыт модернизации.

Таким образом, даже краткий поверхностный обзор зарубежной историографии и тематических альманахов выпукло обозначают географические пределы изучения, когда центральноазиатские достижения книгоиздательства в них не охвачены абсолютно. Наступает момент истины: символы тюркского мира, орнамент и другие сакральные ценности Азии могут составить конкуренцию западному представлению о красоте и вырисовать абрисы созворчества.

Результаты и обсуждение

Комpetентный кадровый состав, тесные связи с практическими организациями (издательства и издающие организации, Национальная го-

сударственная книжная палата РК, Ассоциации издателей и книгораспространителей Казахстана и др.) позволяют готовить высококвалифицированных специалистов в области издательского дела, понимающих высокую миссию книгоиздания, важность подготовки и выпуска литературы, информационных и нормативных материалов с целью обеспечения качественного научного и литературного уровня изданий.

Именно поэтому наше исследование акцентирует те особенности регионального искусства графического (книжного) дизайна, которые должны изучаться в высшей школе. Многие десятилетия тема была под гнетом запретов, как и этнография и фольклор тюрков и других народов. Основы художественного оформления книг на Востоке были ремеслом, которое постигали избранные лица, духовное наполнение профессии требовало концентрации и самоотдачи. Художник-оформитель изучал профессию через наставников, путешествовал по духовным храмам в поисках красок, идей, замыслов, обретая понимание сути бытия и роли в нем художественного промысла. Книжная печатная продукция пользовалась спросом у просвещенных людей, а технологии ее изготовления динамичны.

Главное в условиях глобализации, как подчеркивалось нами выше, – не утерять национальную специфику в оформлении: орнаменте, традиции тюркской книги, а также символы и знаки, близкие кочевой цивилизации. Данное исследование является пионерским, ранее на эту темы авторы не публиковались и надеются, что их труд окажет влияние на публикаторскую активность коллег. Также мы предлагаем организовать курсы повышения квалификации и переподготовки для работников издательской отрасли с учетом национально-культурной специфики и углубленным изучением истории мирового и тюркского искусства, истории и дизайна рукописей, книг и т.д.

Казахстан как транзитное государство в центре Азии, Евразии, безусловно, впитывал достижения соседних обществ и государств, а традиции Великого Шелкового пути только закрепили дух толерантности и миролюбия, взаимодополнений, в плане оформления и переплета книг и рукописей.

Восточные рукописи и книги были целью путешествий Шокана Уалиханова в Кашгар, где он добывал их с риском для жизни (Валиханов, 2015), этнография была предметом изысканий С. Пржевальского и П. Семенова-Тяншанского (Семенов-Тяншанский, 1946-1947), А. Диваева

(Байтанаев, 2004), В. Бартольда (Бартольд, 1968), Е. Поливанова и многих других исследователей Центральной Азии XIX-XX вв. Оригинальные шедевры книг Востока ныне хранятся в государственных музеях КНР, Великобритании, Франции, Швейцарии, России, Ирана, в отделах редких книг по всему миру, выставляются в экспозициях музеев мира и на книжных выставках, в которых участвует КазНУ им. аль-Фараби и издательство «Қазақ университеті».

В ходе изучения предлагаемого курса слушатели получат видение мировой картины и региональной специфики оформления печатной продукции, развиваются свои способности и знакомятся с традициями и достижениями казахского искусства в этой сфере.

Цель курса: понять смысл и уважать труд издателей и оформителей, дизайнеров, сохраняя традиции профессии и творчески перерабатывая накопленный мировой опыт – это и есть ожидаемый результат обучения в контексте квалификационных требований образовательной программы переподготовки и повышения квалификации, сформировать систему профессиональных компетенций в контексте квалификационных требований специальности «Издательское дело», «Дизайн», «Графика», «Искусство», «Востоковедение»:

А. Когнитивные. Обучающийся должен быть способным:

- продемонстрировать полученные знания из истории оформления и изготовления книги и специфики ремесла на Востоке и их применение на практике, духовность и понимание основ;

- демонстрировать понимание общей структуры книгоиздательства, роли и места художественного начала и технологических инструментов в ней.

Б. Функциональные. Слушатели должны научиться самостоятельно находить литературу и сравнивать техники оформления, а также уметь включать новое знание в практику работы и контент базового знания специальности, интерпретировать его содержание.

В. Системные. Быть способным:

- обобщать, интерпретировать и оценивать полученные результаты обучения;

- анализировать динамику решения насущных проблем отрасли;

- делать анализ результатов изучения курса, обобщить их в виде эссе, презентации, рецензии, научного обзора и т.д.).

Г. Социальные. Быть способным:

- к конструктивному учебному и социальному взаимодействию и сотрудничеству в группе;
- предлагать к рассмотрению проблему, аргументировать её важность;
- работать в команде.

Д. Метакомпетенции. Быть способным:

- осознавать роль прослушанного курса в реализации индивидуальной траектории обучения.

Предусмотреть активные и интерактивные методы (индивидуальные тематические исследования, групповые проекты, метод кейсов и др.).

Прикладной аспект исследования требует конкретных рекомендаций. ниже мы предлагаем пояснительный текст к буклету или презентации (примерный), который для наглядности лучше сопроводить анимацией из казахских мультфильмов, кинематографии).

Книга – источник знаний и предмет коммуникации, это непреложная истина. Формат печатного издания (книга, брошюра, журнал, газета, буклет, открытка и т.п.) присутствует в окружении индивида достаточно давно, чтобы выработалась привычка обращаться к нему при необходимости (учеба, досуг, справка и т.д.).

Глубинные корни появления Книги (условно назовем так средства коммуникации) на Востоке указывают на специфические формы изготовления вспомогательных средств для обучения и передачи полезных знаний. Войлок, кожа (кочевники), бамбук и шелк (Китай), глина, керамика (напр. изразцы медресе и дворцов Самарканда), холст (Иран), древесная кора и собственно древесина, даже податливые виды металла (ювелирные изделия) и горной породы (эпитафии, наскальные рисунки) применялись древними наследниками Центральной, Северо-Восточной и Юго-Восточной Азии и Дальнего Востока для закрепления символов (памятники Тамгали-тас в Казахстане или Ленские писаницы в Республике Саха-Якутии) и текстов (Орхено-енисейские руны), др.

Великий Шелковый путь и географические факторы (сухой климат, песчаный ландшафт, суховеи-ветра) обозначенного ареала, основу наследников которого составляли в известные периоды тюркские племена, позволили выявить: а) специфику производства книги в обществах и государствах Востока и б) зафиксированную человеческой рукой на природных объектах информацию.

К примеру, историками обнаружен факт составления свода медицинских рецептов на основе знания свойств лекарственных растений задолго до изобретения печатного станка (см. це-

литель Отейбайдак, XIII век). Большинство (ал) химических опытов ставились в средние века в пределах духовных мусульманских храмов, последователями суфизма и учащимися медресе. Были накоплены колossalные знания в области философии и познания свойств материи. И все эти сведения фиксировались, письменно, то есть будут найдены источники.

Транзитный стержень коммуникации – Шелковый путь и его ответвления (северная ветка, кавказская), позволил затем переложить встреченную на протяжении магистрали информацию в печатной (книжной) форме, к которой мы привыкли настолько, что ведем отсчет цивилизаций от момента изобретения печатного станка. В действительности, история степной книги гораздо глубже, как и сама интеллектуальная история Центральной Азии.

Заключение, выводы

Обобщая и подводя итоги работы на данном этапе, мы убеждаемся в том, что подлинное искусство невозможно истребить, как и желание читать и познавать через печатные символы. Для подтверждения истинности нашего утверждения достаточно обернуться в историю нации, осмыслить роль книг, которые формировали мировоззрение (труды Абая, Шакарима, Шокана, книги М.О. Ауэзова, Ш.Т. Айтматова и др.). Мы глубоко убеждены, что наука Казахстана и Центральной Азии обогатится с учетом полученных результатов.

В нашем случае мы бы обратили внимание на перспективы издательского дома «Қазақ университеті» КазНУ имени аль-Фараби, которое, согласно независимым рейтингам, за короткий срок вышло на уровень ведущих в республике. Именно здесь, на площадке вузовского издательства, можно воплощать передовые достижения интеллектуальной мысли.

На наш взгляд, надо исходить из знаний психологии социума, традиций восточных обществ, основанных на народной демократии и коллективизме. «Слово» – «информация» для кочевника было синонимом «безопасности» (информирован, значит предупрежден), потому и путников принимали на Востоке радушно и оставляли на ночлег, чтобы узнать новости. Отсюда, и распространять информацию было делом почетным, степенным. Известно, что для почетных гостей казахи распределяют дары, используя понятие «жол» («Жолы ұлкен», «жол есептелеңді»). То есть, учитывается то расстояние, которое преодолел путник, чтобы донести новое знание...

Цена и весомость книги в традиционном казахском обществе беспрецедентна, в свете выше описанных фактов. Общинники понимали, какой путь преодолела книга, чтобы донести мысли и слог автора до слушателей. Умеющий читать и толковать книгу у степняков пользовался особым уважением. В восточных общинах, которые, в отличие от традиционного Запада, весьма активны в выражении собственного мнения, книга считалась сокровищем, прикасаться к Книге можно было только после

омовения и молитвы. Храли ее в специальных чехлах, берегли. Вернуть пиетет отношения к книге и качеству ее прочтения – задача интеллектуального поколения XXI века. Точно так же актуально менять отношение к отрасли, насыщая ее квалифицированными кадрами, полиглотами, владеющими технологиями дизайна и менеджментом. Только системная работа выведет сегменты национальных полиграфий в поток мировых трендов. Вузы Казахстана и Центральной Азии сыграют в этом преимущественную роль.

Литература

- 1 Абусеитова М.Х., Додхудоева Л.Н. История Казахстана в восточных миниатюрах: X-XIX вв. – Алматы: «Дайк-Пресс», 2010. – 450 с.
- 2 Байтанаев Б.А. А.А. Диваев – очерк жизни и деятельности. – Шымкент: ЮКГУ, 2004. – 230 с.
- 3 Бартольд В.В. Работы по истории и филологии тюркских и монгольских народов. В. Бартольд. Сочинения в 9 томах. Том 5. – М.: Издательство восточной литературы. 1968. – 759 с.
- 4 Валиханов Ч.Ч. Собрание сочинений в восьми томах. – Алматы: Дайк-Пресс, 2015. Т. 6. – 568 с.
- 5 Герчук Ю. Я. Художественная структура книги. – М.: Книга, 1984. – 207 с.
- 6 Герчук Ю. Я. История графики и искусства книги. М.: Аспект Пресс, 2000. – 320 с.
- 7 Келейников И. Дизайн книги: от слов к делу. – М.: Рип-Холдинг, 2012. – 299 с.
- 8 Семенов-Тяньшанский П.П. Мемуары. Т. 2. Путешествие в Тянь-Шань в 1856–1857 гг. – М., 1946–1947.
- 9 Чихольд Я. Облик книги: избранные статьи о книжном оформлении. – М.: ИЗДАЛ, 2009. – 228 с.
- 10 Adamova, Adel T., Bayani, Manijeh. Persian Painting: The Arts of the Book and Portraiture. Thames & Hudson, 2016. – 552 p.
- 11 Bringhurst, Robert. The Elements of Typographic Style: Version 4.0: 20th Edition. Hartley and Marks Publishers, 2013. – 382 p.
- 12 Eskilson, Stephen J. Graphic Design: A New History. Yale University Press, 2007. – 464 p.
- 13 Inglehart, Ronald and Welzel, Christian. Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence. – Cambridge University Press, 2005. – 344 p.
- 14 Latham, Michael E. Modernization as Ideology: American Social Science and “Nation Building” in the Kennedy Era (The New Cold War History). The University of North Carolina Press, 2000. – 304 p.
- 15 Rob, Carter; Meggs, Philip B.; Day,Ben; Maxa, Sandra; Sanders, Mark. Typographic Design: Form and Communication. Wiley, 2014. – 352 p.

References

- 1 Abuseitova M.H., DodhudoevaL.N. Istorija Kazahstana v vostochnyh miniatjurah: H-HIH vv. – Almaty: «Dajk-Press», 2010. – 450 s.
- 2 Bajtanaev B.A. A.A. Divaev – ocherk zhizni i dejatel'nosti. – Shymkent: JuKGU, 2004. – 230 s.
- 3 Bartol'd V.V. Raboty po istorii i filologii tjurkskikh i mongol'skikh narodov. V. Bartol'd. Sochinenija v 9 tomah. Tom 5. – M.: Izdatel'stvo vostochnoj literatury. 1968. – 759 c.
- 4 Valihanov Ch.Ch. Sobranie sochinenij v vos'mi tomah. – Almaty: Dajk-Press, 2015. T. 6. – 568 s.
- 5 Gerchuk Ju. Ja. Hudozhestvennaja struktura knigi. – M.: Kniga, 1984. – 207 s.
- 6 Gerchuk Ju. Ja. Istorija grafiki i iskusstva knigi. M.: Aspekt Press, 2000. – 320 c.
- 7 Kelejnikov I. Dizajn knigi: ot slov k delu. – M.: Rip-Holding, 2012. – 299 c.
- 8 Semenov-Tjan'shanskij P.P. Memuary. T. 2. Puteshestvie v Tjan'-Shan' v 1856–1857 gg. – M., 1946–1947.
- 9 Chihol'd Ja. Oblik knigi: izbrannye stat'i o knizhnom oformlenii. – M.: IZDAL, 2009. – 228 c.
- 10 Adamova, Adel T., Bayani, Manijeh. Persian Painting: The Arts of the Book and Portraiture. Thames & Hudson, 2016. – 552 p.
- 11 Bringhurst, Robert. The Elements of Typographic Style: Version 4.0: 20th Edition. Hartley and Marks Publishers, 2013. – 382 p.
- 12 Eskilson, Stephen J. Graphic Design: A New History. Yale University Press, 2007. – 464 p.
- 13 Inglehart, Ronald and Welzel, Christian. Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence. – Cambridge University Press, 2005. – 344 p.
- 14 Latham, Michael E. Modernization as Ideology: American Social Science and “Nation Building” in the Kennedy Era (The New Cold War History). The University of North Carolina Press, 2000. – 304 p.
- 15 Rob, Carter; Meggs, Philip B.; Day,Ben; Maxa, Sandra; Sanders, Mark. Typographic Design: Form and Communication. Wiley, 2014. – 352 p.

Ж.Ә. Батырханова, Г.А. Саяқбаева

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республика, Алматы қ.
e-mail: zhazira.batyrikhanova@mail.ru,gulzhayna_sayakbaeva@mail.ru

ОРАП-ҚАПТАУ ЖӘНЕ ОНЫҢ ДАМЫ ТЕНДЕНЦИЯСЫ

Орап-қаптау саласы әлемдік экономикада маңызды орындардың біріне ие. Мақалада өндірістің және қоғамның дамуына байланысты, орап-қаптау технологияларының дами түскендігі және жаңа класификациялық белгілері пайда болғандығы туралы жазылған. Дегенмен, тәжірибе көрсетіп отырғандай, отандық, бұйымдарды орап-қаптау көбіне халықаралық стандарттарға сәйкес келмейді. Сол себепті, қазақстандық тұтынушылар мен өндірушілер үшін, орап-қаптау үдерісі кекейкесті мәселелердің бірі болып отыр. Авторлар Қазақстандағы қазіргі тұтынушылық орап-қаптау нарығын және оның мәселелерін, артықшылықтары мен кемшіліктерін дамыған алып елдердің тәжірибесіне сүйене отырып, кешенді зерделеуді басты мақсат тұтқан. Сонымен қатар, аталған қызыметтерді Қазақстанда одан әрі дамыту бойынша бірнеше ұсыныстар қарастырған.

Мақала ЖОО оқытушыларына және студенттер мен жас ғалымдарға, сондай-ақ, полиграфия саласының мамандарына таптырмас құрал бола алады.

Түйін сөздер: кітап, орап-қаптау өнімі, баспа өнімдері, 3D-принтер, Corel Draw, дизайн.

Ж.А. Батырханова, Г.А. Саяқбаева

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Республика Казахстан, г. Алматы,
e-mail: zhazira.batyrikhanova@mail.ru,gulzhayna_sayakbaeva@mail.ru

Процесс упаковки и тенденции развития

Сфера упаковочной продукции является одной из важных в мировой экономике. В статье описана эволюция упаковочных технологий, появление новых признаков ее классификаций в связи с развитием общества и производства. Однако, как показывает опыт, упаковочный процесс отечественной продукции не соответствует международным стандартам, что и является одной из актуальных проблем для казахстанских потребителей и производителей. Главной целью статьи является исследование нынешнего потребительского уровня упаковочной продукции, опыта развитых стран, изучение преимуществ и отрицательных сторон. А так же предложены некоторые рекомендации для улучшения развития вышеуказанной услуги в Казахстане.

Статья может являться вспомогательным материалом для пособия для студентов вузов, молодых ученых, а так же специалистов в сфере полиграфии.

Ключевые слова: книга, упаковочная продукция, печатная продукция, 3D-принтер, Corel Draw, дизайн.

Zh.A. Batyrkhanova, G.A. Sayakbaeva

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,
e-mail: zhazira.batyrikhanova@mail.ru,gulzhayna_sayakbaeva@mail.ru

Packaging process and its development trends

The sphere of packing process is one of the most important in the world economy. In this article you can read about development of packing technologies, appearance of its new indications of its classification in development of society and production. However, the packing process of home-produced production is do not conform with international standards. That is why it is one of the actual problems of Kazakhstani consumers and producers. The main aim of the author is searehing of nowadays market of packing production, searching of its advantages and disadvantages reiying on experience of developing countries. Also, there are some offers for development of this problem in our country. This article can be irreplaceable textbook for students of universities and young scientists, also can be used for experts in printing industry.

Key words: book, packaging products, printed products, 3D-printer, Corel Draw, design.

Kіріспе.

Орап-қаптау саласы әлемдік экономикада маңызды орындардың біріне ие. Дамыған елдерде орап-қаптау бизнесі өндіріс көлемі сияқты, ондағы халықтың жұмыспен қамтылуы жағынан ірілердің қатарына кіреді. Орап-қаптау тауардың қауіпсіздігін және қоршаған ортаны ластаудың, сондай-ақ тауардың бүлінуі мен жоғалуының қауіпсіздігін қамтамасыз ететін әдіс. Орап-қаптаудың қосымша функциясы – бұл тауарлардың түрлі-түсті безендірілуі. Бұл жағдайда ол тұтынушылардың және маркетологтардың өз алдына қызығушылығын тудырады.

Эксперименталды ғарнір. Орап-қаптауға көшпес бұрын, ең алдымен, оның қай мақсатта қолданылатынын анықтаған жөн. Өте бағалы, құнды ірі форматтағы басылымдарды орап-қаптауга келгенде әр данаға ерекше көніл болліп, оларды жеке-жеке қаптау керек. Мейлі ол ірі тапсырыс берушіге арналын, мейлі қоймаға апарылса да оған аса ыждағаттықпен келген жөн. Жекелеп қаптаудың ерекшелігі, ол тапсырыс берушіге дейін баар жолда басылымның еш кедегісіз, жаңа күйінде сақталып, жетуіне ықпал етеді. Бірден көптеп орап-қаптаудың да өз артықшылықтары бар, мысалы, ол оңай әрі жылдам атқарылады. Себебі, оларды топтастырып алып, өндірушінің қоймасынан тапсырыс берушінің қоймасына дейін бірден жібереді. Ал шетелге өнімді асыру үшін олардың орап-қаптауга деген талаптары өте күрделі әрі қаталдау, сол кезде гана қындықтар туындауы мүмкін.

Баспа өнімдерін безендірудің әрі оларды орап қаптаудың теориясы мен тәжірибесін мен-герген әрбір маман XX ғасырдан қазіргі кезеңге дейінгі дизайн түрлерін, оның қалыптасу үлгілерін біліп, баспа өнімдерін безендірудегі композиция негіздерінің тарихын, қалыптасуы мен дамуына қатысты теориялық білім қажеттіліктерін игеруді талап етеді. Қазақстандағы баспа өнімдерін орап-қаптаудың дамуы, оның ішіндегі түрлі кітаптар мен қағаз немесе журнал, түрлі тамақ өнімдерін даярлау, көне дәстүрлі тәсілдермен орындалатын арнайы озық техникалардың болмауынан туындаған еди. Уақыттың жеткілікіздігі мен жұмысшы санының шектелулігі көптеген қыншылықтарды тудыратын. Оларға нақты тоқталар болсақ, осыған дейін өткен замандарда барлық жұмыстар қолмен атқарылды. Түрлі сапалы принтерлердің жоқтығы, түстік гаммалардың қолжетімсіздігі баспа өнімдерін механикалық жолмен дайындауға мәжбүр етті. Ал қазіргі көптеген техникалық үздіксіз даму сатыларының нәтижесінде көптеген мүмкіндік-

терге ие болып отырмыз. XXI ғасыр заманауи техникалардың қалыптасуына байланысты, түрлі баспа машиналары озық технологиялармен қамтамасыз етіліп, баспаханаларда қолданысқа жіберілген болатын. Олардың алғашқы қолданысқа шыққан түрлері әуелі техникалық сауаттылығы едәуір дамыған Германия, Франция, Жапония сияқты озық мемлекеттерден жасалынып шыққан. Қағаз өнімдерін орап-қаптау техникаларының нарығындағы негізгі басымдылық – бұл Германия, Франция, Швеция болып табылады. Швейцарияның жетекші жабдықтаушыларының заманға сай, жоғары технологиялық жабдықтарына тиесілі. Оған қоса, біздің отандық мамандарымыз өндөлген талышқа негізделген ең үздік шығыс-европалық өндіріс практикаларын қолдануда. Осыған байланысты ескі дәстүрлі тәсілдердің қындықтары техникалардың дамуына байланысты женілдеп роботтық тиімді оңай жолдары шешімін тапқан болатын. Сонымен қатар Дизайн бағыттарындағы компьютерлік бағдарламалар да жаңа негізде қалыптаса бастады. Олардың ішіне компьютерлік графикалық corel draw, adobe photoshop, adobe indesign бағдарламалары енеді. Бұл атальған бағдарламалар арқылы баспа өнімін безендіріп, олардың көлемін, сапасын, түрі мен түсін реттеуге болады. Әрі баспа шығармашылығын зерттеп, кітап безендірудің түрлі ерекшеліктерін айыра білу тәжірибелік қажеттіліктерді игеріп, олардың ішіндегі орап-қаптаудың ерекшеліктерін менгеріп, теориялық шенберде практикалық негіздерін біліп алушың маңызы орасан зор.

Нәтижелері.

Орап қаптаудың негізгі техникалары мен жасалу тәсілдері баспахана кеңселерінде жүргізілетін болғандықтан, баспаханалардағы техникалардың жұмыстарын менгере отырып баспа өнімін дайында жолдары жүзеге асырылады. Олардың ішіндегі кітап мұқабасының сыртқы қабы “супер обложка” немесе түрлі тұрмыстық жабдықтардың және тамақ өнеркәсібінің қаптарын орап қаптаудың сыртқы пішіні мен эргономикасы түрлі көркемдік тартымды талаптарға сай болуы қажет. Сондықтан да, оларды дайындағы жасаудағы қажеттілік туғызатын басты техника компьютерлік графикалық Corel Draw бағдарламасы айырықша қызмет атқарады. Мұндағы ішкі композиция негіздерінің үлгілері, оның көркемдігін арттырударғы дизайннер сауаттылығы, эстетикалық талғамы, мұқабаның тәрbiелік

көзқарасын қалыптастырады. Орап қаптауға қатысты орындалатын бағдарламалардың бірі – Corel Draw компьютерлік бағдарламасы. Бүгінде ол үлкен сұранысты талап ететін графикалық бағдарламалардың бірі болып есептеледі. Сол үшін де орап-қаптаудың түрі, түрлі пішіндердегі өнімдердің көлемін даярлап, математикалық дәлдік пен компьютерлік бағдарламалар тәсілімен өлшеніп дайындалады. Дәл қазіргі уақытта Corel Draw бағдарламасы түрлі графикалық суреттерді түрлендіріп, көптеген фирмаларға немесе басқа да газет-журналдарға өзіндік таңба (логотип) дайындаған құрастырады. Сонымен қатар, Corel Draw кез келген шақыру қағаздар мен жарнамалық билеттерді және кітап мұқабаларын және көптеген өнімдердің сыртқы қаптарын бір фирмалық стильде жасайды. Бағдарлама ерекшелігі кез келген форматта сурет көлемін кішірейтпей сапалы дайындауды.

Corel Draw – көптеген беттерден тұрады. Оны түрлі сзықтармен қатар, суреттермен толтырып немесе жойып, оның орындары мен атын өзгертуге болады. «Свиток – вкладка» арқылы эффектерді: бұрылыштарды, айналуларды, түсте өзгертуді, кішірейтіп және үлкейтуді, сондай-ақ түзу сзықтармен қисық сзықтарды құрастырып құру үшін, аспаптардың қосымша панелі қызметті атқарады.

Бүгінгі таңда Corel Draw бағдарламасы отанымызда дизайнерлер арасында кеңінен пайдаланылады. Мәселен, белгілі бір тамақ өнеркәсібіне байланысты келіп түскен тапсырысты дайындау барысында, көркемдеуши дизайннер аталған бағдарламамен әуелі оның көркемдік жағын дайындаған алуы тиіс. Содан кейінгі орындалатын басты технологиясы полиграфиялық өнім ретінде дайындалып, оның орап-қапталуы жүзеге асырылады. Арнайы принтерлермен толық орындалып болғаннан кейінгі қорап пен қорапшасының үлгісі дайын өнім болып қолданысқа беріледі. Сондықтан, оның көркемдік қызметін атқаратын аталмыш бағдарлама – Corel Draw бағдарламасы болғандықтан, әуелі әрбір баспа өнімі басылымға дейін осы бағдарламаның қызметіне жүгінеді. Бірақ заман талабына сай көптеген қол жетімді бағдарламалар пайда болып, соның арқасында дизайннерлерге үлкен қолжетімділік туындаған отыр. Тағы бір айта кетерлік маңызды қызметтердің негізгі заңдылықтары композицияның көркем қалыптасуы есепке алынады, оның толық пішінін қалыптасуы жүзеге асырылуы тиіс. Қазіргі кезеңдегі даму жағдайын қамтитын маглұмматтар орап қаптаудың өзіндік

ерекшеліктерін айқындауды қажет деп табады. Мәселен, композициялық ерекшеліктерін негізге алатын болсақ, мысал ретінде көптеген орап қапталатын өнімдердің, оның ішінде шоколад қаптарының дайындалуын мысал етіп қарастыруға болады. Аталған бағдарламалар олардың көркемдік жобаларына қызмет ететін болса, ал кейінгі қалған тапсырмалар олардың пішініне жауапты қызметтерді жүктейді. Яғни, олардың қағаздары мен материалдарына жауапкершілік жұмыстарын жүзеге асырады.

Орап-қаптаудың Қазақстандағы, тіпті әлем нарығындағы ең үлкен қол жеткен жетістігі озық дамыған техникалардың сонғы үлгісі «3D-принтер» деген атпен белгілі болған құралдың бүкіл әлемде үлкен жаңалық тудырып, қоғамдық талқыға айналуы және оның сонғы жылдары қарқынды түрде дамуы, ғылым жетістіктерінің біріне айналды. Бұл технология әлемдік экономикада ірі жаңалықтар жасап, қалыптаскан мануфактура тәртібі мен әлемдік саудадағы тепе-тендікті өзгертіп жіберуі мүмкін екенин ғалымдар алға тартып отыр. 3D-принтер компьютердегі уш өлшемдік суреті бар файлдарды қабылдап, пластик, смола, керамика, металл, тағы басқа материалдардың қабаттарын бір-бірінің үстіне жинап, одан тауар жасап шығарды. Инженерлер мен дизайнерлер автоматтандыру түпнұсқаны жасау үшін осы технологияны ондаған жылдардан бері пайдаланып келеді. 3D-принтер арқылы жасалған көптеген құрамалы бөлшектер және біз негізге алып отырган орап қаптауға қатысты баспа өнімдерін даярлау, ғылымның ең озық ойлап тапқан жетістігі осы аталмыш 3D-принтер арқылы қолданылады.

Орап-қаптауға бояуларды безендіріп жағу үшін, Ресейдің Минздрав органдарымен рұқсат етілген бояғыштары қолданылады. Ең қауіпсізі – әйнекті және маталы тара, ал қауіптісі – металдық және полимерлі таралар болып саналады. Ораманың сенімділігі – механикалық қасиеттердің сакталу қасиеті немесе белгілі уақыт аралығында герметикалығы. Осы қасиетке байланысты орама тауарлардың сакталуын қамтамасыз етеді.

Орап-қаптау үйимын құру бойынша әлемдік тәжірибелі талдауды орап-қаптаудың сәтті дамып отырган нарығы бар бірнеше ел мысалында қарастыруға болады. Ол – Үндістан, Германия, Польша, Турция, сондай-ақ бірқатар ТМД елдері. Бұл бума нарығын дамытуда ұқсас бастапқы шарттарға ие Ресей, Белоруссия мен Украина. Үндістанның орап-қаптау индустрисы даудың үлкен перспективаларына

ие болып отыр. WPO зерттеулерінің нәтижесі бойынша Үндістан орап-қаптау нарығы прогресивті түрде дамып отырган 15 өтө сәтті мемлекет қатарына кіреді. Үндістан орап-қаптау индустриясының тым қарқынды дамуын 1993-2014 жж. оның қалыптасу кезеңі аяқталғанда алды. Кейінгі 5 жыл ішінде ол қарқынды түрде дами бастады және 2013 ж. қорытындысы бойынша бұл ел орап-қаптау нарығындағы 15 әлемдік лидер-елдерінің қатарына кіріп үлгерді. Одан бөлек, Үндістанның орап-қаптау индустриясы қарқынды түрде даму үстінде – зерттеліп отырган нарықтың өсу үрдісі бойынша Үндістан тек Туркиядан қалыс қалуда және Польшадан сәлғана ілгері келе жатыр. Ал орап-қаптау өндірісінің қолемі бойынша осы екі елді айтартықтай озып келеді. Үндістанда орап-қаптауға қатысты әр түрлі заңнамаларды қабылдауы тұтынушылардың құқықтарын қорғауға бағытталған. Үндістанның орап-қаптау индустриясын реттеу жүйесі міндетті нормаларға және ерікті стандарттар болып бөлінеді. Үндістанның орап-қаптау индустриясындағы реттеуші мемкүрлімдарға Тағам және азаматтық қамтамасыз ету министрлігі, Тағам өндеуші өнеркәсіп министрлігі, Ауылшаруашылық министрлігі, Денсаулық сақтау және отбасылық ауқаттылық министрлігі, Сауда министрлігі, сондай-ақ Тұтынушылар істер министрлігі жатады. Орап-қаптаудың үндістандық стандарттарына сайжеке тауарлар тек белгілі күйде өлшеннегі және сатылуы тиіс. Балалар тағамы, печенье, май, маргарин, ботқалар, бұршақтар сынды тағамдар тек белгілі мөлшердеған буып-түйіледі. Сонымен қатар, әр түрлі нормативтік-құқықтық актілер бөлшек саудаға келіп түсетін тауардың бұмасында немесе этикеткасында орналастырылатын ақпарат сапасына қойылатын қосымша талаптарды қояды. Сөйтіп, әр өнімде өндіруші және орап-қаптаушы, түрі және тауар саны, сондай-ақ өндіру және жинау орны мен уақыты қөрсетілуі тиіс. Үндістанда орап-қаптау саласына қатты қоңіл бөлінеді. Елде қызметі тиісті индустрияны қолдауға бағытталған жеткілікті ұйымдар бар. Үндістанның орап-қаптаушы негізгі бірлестіктеріне мына қауымдастықтарды жатқызуға болады: Үндістан картон бұмасын өндірушілер қауымдастыры, гофрокораптарды өндірушілердің федеративті қауымдастыры, Жалпыұндістандық тегіс ленталар өндірушілер қауымдастыры, Гуджар пластмасс өндірушілерінің мемлекеттік қауымдастыры, Жалпыұндістандық шыны өндірушілер федерациясы, Қанылтыр буманы дамыту жөніндегі кеңес, Батыс Үндістан гофрокораптар

өндірушілер қауымдастыры, сондай-ақ Үндістан орап-қаптау Институты.

Үлкен партиялардағы жекелеп орап-қаптау үдерісі арнайыландырылған қаптамаға оралуы мүмкін. Олардың түрлері: колдан жасалған қаптар, картоннан жасалған қаптар, термоқапталған пленкалар, екі жағы ленталармен бекітілетін арнайы ашықхаттар сәйкесінше басылым қолемдеріне байланысты әр түрлі болып келеді.

Термоқапталған пленкалар кітапты жанжағынан орап қызырылады, салқындаған кезінде кітаптың пішініне сәйкестендіріліп бекітіп тастайды. Қаптаудың бұл түрі кітапты сыртқы эсерден болатын закымдаулардан сактайдын жақсы материалдардың бірі. Дегенмен, бұл пленкалар қатты мұқабамен шыққан басылымдардың корешогын қорғауға әлсіз. Термоқапталған пленкалар кітап дүкендерінің сөрелерінде тұратын кітаптарға арналған. Тұтынушының саусақтарынан келетін ластан, шантозданан қорғап тұрады.

Колдан жасалған және машиналық қаптамалар өздерінің атына сайжеке қызмет етеді. Бірақ, көп партияларға арналған қаптамалар кезінде орап-қаптаудың бұл түрі біркелкілікті қажет етеді. Қолмен жасалған болғандықтан, барлық кітаптарға бірдей қаптамалар жасау мүмкін емес, сондықтан колдан жасалған қаптамаларды тек жекеленген, арнайы кітаптарға жасау керек.

Шыққан өнімді тапсырыс берушіге жеткізегінде өрт немесе суға кеткен жағдайдағы алдын алу үшін ароматтандырылған картонды қаптама қолданылады. Олардың ішіндегі коспалар күрамы өнімді аман алып қалуға көмектеседі. Сондықтан, баспағерлердің енбегі еш кетпеуі үшін орап-қаптауға аса көніл бөлген жөн.

Томдалған кітаптарды тапсырыс берушіге жіберу үшін әр данаға жеке қаптама жүргізген жөн. Содан кейін ірі жәшіктерге орналастырып жан-жағынан мықтап бекіту қажет. Ал шетелге жіберілетін тапсырыстарға ірі контейнерлер колданылады.

Қорытынды. Әлемдік тәжірибелі зерделеу, орап-қаптау саласы сенімді түрде «аяққа тұратынын» қөрсетті. Оны дамыту мемлекет тарапынан реттелуі және бақылануы керек. Орап-қаптау саласы даму кезеңіндегі барлық елдің ерекшелігі болып табылады. Орап-қаптау нарығы дамыған елдерде мемлекеттік деңгейде араласу жоқ десек те болады. Себебі, барлық мәселелерді арнайы мемлекеттік емес үәкілдегі ұйымдар – Сауда Өнеркәсіп Палаталары мен орап-қаптау қауымдастықтары айналысып отыр. Қазақстандық орап-қаптау индустриясы

ның негізгі проблемалары: жергілікті шикізат базасын тиімсіз және жеткіліксіз пайдалану; жаңа технологиялар туралы нашар хабардар болуы және оларды бума өндірушілері мен тұтынушыларының пайдалануы; салада жоғары білікті мамандардың және мемлекеттік қолдаудың болмауы.

Саланы дамыту үшін шешуді талап ететін бірінші дәрежелі міндеттер мыналар болып табылады:

1. Қазақстандық заңнаманың әлемдікпен үйлесуі, Қазақстанның нормативтік базасын өзірлеу және жетілдіру, қолда бар МЕСТ-тер мен стандарттарды өзірлеу және түзетулер енгізу. Бұл бағыттағы жұмыстарды Қазақстандық Стандарттау және Сертификаттау Институты жүргізіп отыр. Дегенмен, мемлекет тараپынан қызығушылық аталған үдерісті жылдамдатып қана қоймай, сонымен бірге аталған нормалар мен стандарттардың болашақ пайдаланушылары мәлімдеген басымдықтарға сәйкес оның тәртібін реттеуге мүмкіндік береді.

2. Халықаралық орап-қаптау үйымына және қауымдастырына кіру. Бұл қарқынды түрде тәжірибе алмасуға, біздің мамандардың біліктілігін арттыруға, өндіріп отырған буманың сапасын жақсартуға септігін тигізетін еді. Халықаралық қоғамдарға және қауымдастықтарға қатысу республика және басқа қатысушылар арасындағы жақын әріптестік байланысты орнату, әр түрлі елдердегі өндірушілер мен тұтынушылар арасындағы байланыстар арқылы Қазақстанның орап-қаптау бизнесінің дамуын ынталандыруы мүмкін, жаңа іскери мүмкіндіктерге жол ашатын болады. Халықаралық ықпалдастыру үшін

жауапкершілікті, сонымен қатар, орап-қаптау бойынша құрылған ұйымға жүктеуге болады.

3. Отандық өндірушіні қолдайтын арнайы бағдарламалар мен жеңілдіктер өзірлеу, өз шикізат базасын игеруге көмектесу, сондай-ақ онымен жұмыс істейтін жергілікті өндіруші өнімінің баға тұрғысынан бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін, импорттық шикізатты кіргізген кезде жұмсақтық таныту. Тұтынушылық бума өндірушілері мен тұтынушыларының көбісі мемлекет оларға тиісті көмек көрсетпей отырғанын айтады. Сөйтіп, сұралғандардың 75% мемлекет отандық өндірушілерді қолдамайтынын білдірді.

Бірнеше жылдан соң орап қаптаудың жаңа әдістері қолданылады, бұл дегеніміз мәселен кез келген тұтынушы өзінің тұрақты мекенінде отырып, баспаханаларға бармай-ақ, кез келген бұйымды жасай беруге болатындығы туралы елестетуге болады. Ең әуелі сіз өзінің қажет деп тапқан пішініңізді сканерге түсіріп аласыз да, ол ақпараттан сіз қажет деп тапқан бұйымды принтерден шығарып беретін аппаратқа жібереді. Осылайша, өзінің қалаған үлгіні жасатып аласыз. Арнайы аппарат сіз қалаған түсті де сол сәтте көшіріп береді. Барлық адам тұрмысына қажетті және басқа да заттарды дәл осылай жасай алатын болады.

Әлемдік баспа нарығындағы орап-қаптаудың жаңа технологиялары қарқынды дамудың нәтижесінде, барлық қызмет түрі сапалы түрде жүзеге асырылады. Орап-қаптаудың жаңа түрлері Қазақстандағы отандық қолданыстарға қол жеткізген соң, баспа өнімдерінің жаңа тәсілдері қарқынды дами түсетініне кәміл сенеміз.

Әдебиеттер

- 1 Джон Пикок. Книга – от замысла до упаковки. – М., 2000. – 351 с.
- 2 Акулич И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 3-е изд. – Мн.: Выш. шк., 2008. – 463 с.
- 3 3D принтер технологиясы дамып жатыр. //azattyq.org. 2012 жылы.
- 4 Иванов А.В. Настольная книга маркетолога. -Баканов М.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебник для торговых вузов. – М.: Экономика, 2008. – 352 с.
- 5 «Тара и упаковка» журнал. – №5. – 2008.

References

- 1 Dzhon Pikok. Kniga – ot zamysla do upakovki. – M., 2000. – 351 s.
- 2 Akulich, I.L. Marketing: uchebnik / I.L. Akulich. – 3-e izd. – Mn.: Vysh. shk., 2008. – 463 s.
- 3 3D printer tehnologijasy damyp zhatyr. //azattyq.org. 2012 zhly.
- 4 Ivanov A.V. Nastol'naja kniga marketologa. – SPb.: Piter, 2004. – 256 s.
- 5 Bakanov, M.I. Analiz hozjajstvennoj dejatel'nosti v torgovle: uchebnik dlja torgovyh vuzov. – M.: Jekonomika, 2008. – 352 s.
- 6 «Tara i upakovka» zhurnal. – №5. – 2008.

6-бөлім
ЖАС ҒАЛЫМДАР МІНБЕРІ

Раздел 6
ТРИБУНА ДЛЯ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

Section 6
TRIBUNE FOR YOUNG SCIENTISTS

A.K. Оразова

Қоркыт Ата атындағы Қызылорда мемлекеттік университеті,
Қазақстан Республикасы, Қызылорда қ.
E-mail: asyl.777777@mail.ru

ХАТ – ТАРИХИ ДЕРЕККӨЗ

Мақалада хаттың тарихи дереккөзі екендігі жан-жақты талданады. Оның адамдар арасын байланыстыратын дәнекер болуымен қатар, тарихтағы өзіндік орны да сараланады. Автор осы ретте зерттеуші ғалымдардың пікірімен санаса отырып, өзіндік пікір айтады. Аталмыш жаңардың әр дәуірдегі ерекшелігіне мән беріледі. Сонымен қатар, қазақ, әпистолярлық жаңрының әлі де толық зерттеліп болмағандығын тілге тиек етеді. Осы орайда алғашқы гректің хат үлгілері, орыс және қазақ, даласында жазылған хаттар мысалға алынады. Алаш көсемдерімен бірге Шоқан, ыбырай, Абай әпистолярлық мұрасы талданады. Хаттың өзіндік табиғаты, айтары мен берері сөз болады. Тарихта ойып алар өз орны бар хаттың бөлекше жанр екендігі қарастырылып, оның қоғамдық, тарихи мәні мен маңызына айрықша көніл бөлінеді. Әпистолярлық дүниелердің маңызын жіті саралап, тарихи деректілігіне аса ықжадагаттылықпен мән беру, оның уақыт еншісіндегі маңыздылығы айтылады.

Түйін сөздер: әпистолография, жанр, тарихи дерек, хат.

A.K. Уразова

Кызылординский государственный университет имени Коркыт Ата,
Республика Казахстан, г. Кызылорда, e-mail: asyl.777777@mail.ru

Письмо – источник истории

В статье дается всесторонний анализ жанру письма как источнику исторических сведений и фактов. Наряду с тем, что данный жанр является средством связи между людьми, он ещё имеет и историческое значение. Автор ссылается на точки зрения ученых, а также высказывает и свое мнение по данному вопросу. Обращается внимание на то, что названный жанр в каждую историческую эпоху имеет свои особенности. Эпистолярный жанр в казахском языке изучен не полностью. Приводятся примеры образцов первых греческих писем, писем, написанных на русском и казахском языках. Анализируется эпистолярное наследие лидеров Алаша, Шокана Валиханова, ыбрай Алтынсарина, Абая. В статье анализируется своеобразие жанра письма, отмечается, что данный жанр имеет общественное, историческое содержание и значение. Дается детальный анализ произведений эпистолярного жанра, обращается особое внимание на то, что они являются источником исторических сведений и отражают ту эпоху, в которую были созданы.

Ключевые слова: әпистолография, жанр, исторический источник, письмо.

A.K. Yrazova

Kyzylorda State University Korkyt Ata
Kazakhstan, Kyzyl-Orda
E-mail: asyl.777777@mail.ru

Letter-source of the History

The article gives a comprehensive analysis of the genre of letters as a source of historical information and facts. Along with the fact that this genre is the means of communication between people, it still has a historical significance. The author refers to the point of view of scientists, as well as voices and their opinions on the matter. Attention is drawn to the fact that the said genre in every historical epoch has its own characteristics. The epistolary genre in the Kazakh language is not fully understood. The author gives examples of the first specimens of Greek letters, Iwritten in Russian and Kazakh languages. We analyze the epistolary heritage of Alash leaders, Shokan Valikhanov,

Ybray, Altynsarın Abay. The article analyzes the uniqueness of writing genre, notes that this genre has a social, historical content and meaning.

The article gives a detailed analysis of the works of the epistolary genre and draws attention to the fact that they are a source of historical information and reflect the era in which they were created.

Key words: epistolografiya, genre, historical source, a letter.

Kіріспе

Хат – адамдар арасындағы дәнекер. Оның жазылуы мен жеткізілуі талай заман бедерінде уақытпен үндесіп, өзінің айшықты қолтаңбасын қалдыра алды және елу жылда ел жанаңса да хаттың сол маңыздылығы жойылған жоқ. Ол – ғасырдан ғасырға бабалар аманатында өміршендігімен жетіп, өзінің құпиялышының сақтап келе жатқан бірден бір жәдігер. Кезінде ешкімнің білуіне жол берілмеген, шек қойылған көп хаттың бүгінгі күні ғылыми айналымға түсіп, ұрпақтар қажетіне жарап жатқандығын да айтудымыз керек. Жер амандығы мен келешек қамы үшін жазылған, халықтың мұнын арқалаған қайраткерлер хаттары қазіргі күнге дейін өзінің саяси да әлеуметтік, ғылыми да құқықтық, т.б. мәнін жойған жоқ. Сол маңыздылығы ескірмеген, қайта күн өткен сайын өз өміршендігімен зерттеуді талап етіп отырған хаттардың қаншалықты қажеттілігін көзі қарасты оқырман жақсы біледі әрі түсінеді. Бұл, әрине, хаттың кімге жазылып, кімнен келетіндігіне де байланысты екендігін жоққа шығара алмаймыз. Дегенмен, екі адамның ғана емес, күллі бір елдің өткені мен келешегін сарапқа салған, хабар беретін хаттар ерекшелігін, оның табиғаты мен мәнін зерттеудің маңыздылығы зор десек, артық айтқандық емес. Сонысьмен де ол тарихи дереккөз бола алады.

Негізгі бөлім

Хаттың тарихи дереккөз болуымен қатар, хат жанрының басқа жанrlарға қарағанда өте аз еске алынатындығы және көркемдігіне мән беріле бермейтіндігі туралы мынадай дәйек келтірген зерттеуші толғамы әлі күнге мәнін жоймай отыр: «... Когда пишут письма, забота о художественности обычно стоит на последнем месте; и получаются произведения, интересные и важные для пишущего и для получателя, но более ни для кого»[1, 3]. Осындай пайым жасай келе, тіпті, атақты Толстой мен Чехов хаттарының өзі біз үшін тарихи және библиографиялық қана рөл атқаратындығын айтады. Солай бола тұрса да аталмыш дүниенің тарихиының ешкім жоққа да шығара алмайды. Жоғарыдағыдан пікірлердің ұшқарылышына көз жеткізе отырып, жазу-

шы немесе қоғам қайраткерлерінің арасында жазылған, тіпті, олардың отбасына жолдаған хаттарының өзінен әлеуметтік-саяси маңызы орасан зор жаңалықтар табылып, халық қажетіне жарап жатқандығына мысалдар келтіруге болады әрі бұл өзінше бөле-жара зерттеуді қажет етеді. Соңдықтан да жазылған хаттардың тарихи өшпес мұраға айналып, халықтық мәнге ие болып жататындығын да ұмытпауымыз керек.

Хат жазып немесе оны оку үстінде адам психологиясына әсер етуші небір құбыльстар болады. Мәселен, куану, мұнаю, жылау, жабырқау, тіпті, мән-маңызы теренді қаузайтын хаттарды оку арқылы адам бойында қоғамдық пікірдің қалыптасуы да ғажап емес әрі хаттың тарихилығы дәл осы жерде де басты рөл атқарады. Бұл – хаттың қандай түріне болса дерлік тән. Бұған мысалды қазақ ұнпараптарының шығуынан бастау алатын баспасөзден («Тәржіман», «Дала үәләятының газеті», «Түркістан үәләятының газеті», т.б.) және қазіргі тәуелсіз басылымдардан көпtek келтіруге мүмкіндік бар.

Хаттың эпистолярлық сипаты, тарихы тым тереңде жатыр. Алғашқы хат үлгілерін ежелгі грек ойшылдарының жазбаларынан табуға болады. Мәселен, Амасидтің Поликратқа, Повсанияның Ксерксе, Фелистоклдің Артакеерске жазғандарымен Сенеканың, Цицеронның, Горацийдің хаттары да эпистолографияның қалыптасуына алғашқы баспалдақ болған. Ал орыс әдебиеті мен журналистикасының бастауында аталмыш жанрда алғаш Ф. Достоевский 1845 жылы «Бейшара адамдар» романын жазған. Бұдан біз эпистолярлық жанрдың тарихы тым тереңде жатқандығын байқаймыз. Хат түрінде жазылған шығармалардың қатарында эпистолярлық романдар да көп. Олар тарихта көбінесе жауынгерлік рух пен махаббат тақырыбында берілген. Мұны былайша түсіндіруге болады, яғни, әдебиет пен публицистиканың басқа жанrlарында адамның көніл-күйі, эмоциясын беру көбіне үшінші жақтан айтылса, хатта ол бірінші орында тұрады. Жазушы хат жолдаушысына өзінің бүкіл сезімін тіkelей жеткізе алады. Ал Еуропа әдебиетіндегі эпистолярлық жанрдың алғашқы нұсқасы ретінде «Португалиялық хаттар» ауызға ілігеді. Бұл жанрда еуропалық

жазушы Г.Ж. Гийерага алғашқы рет жазып, 1669 жылы бұқараға паш еткен екен. Мұнда да ғашықтық хаттар негізгі нысана етіп алынған. Әлемдік әдебиеттегі жанрлар дамуына көз жіберсек, эпистолярлық роман түріндегі екінші бір шыгарма XVII ғасырда, яғни, 1684 жылы «Дворян мен оның әпкесі арасындағы махабbat хаттары» атты А. Беннің еңбегі саналады. Сонымен аталмыш жанр антика дәуірінен бастап, XVIII ғасырда әдебиеттегі ең көп қолданатын жанр ретінде танылды. Бұл ретте орыс жазушысы Н.М. Карамзиннің 1789-1792 жылдар аралығында жазып шыққан «Орыс саяхатшысының хаттары» атты еңбегін атауымыз қажет [2, 34]. Осындай тұжырымдарды зерттеуші Е. Прохоровпен бірге Н. Соколов, Р. Абдуллина, С. Александров, А. Прохватилов, П. Карасев сынды ғалымдар да толықтыра түседі. Ал ғалым Б. Жақып хаттың тарихи мәніне былайша дәйек келтіреді: «Ежелгі замандардағы жазба мәдениеттің көп таралған ертедегі көріністерінің бірі – шаруашылық, дипломатиялық және жеке жолдаулар мен хаттар болды. Бұл тарихи ескерткіштердің бір тобы – ресми сипаттағы қызметтік құжаттар болса, енді бір парасы – тұрмыстық, отбасылық, достық сипаттағы жеке адамдар арасындағы хаттар болды»[3, 17]. Зерттеуші әлемдік және өзіміздің қазак жерінде де дәл осындай жолдаулардан келіп, публицистикалық эпистолографияның көріністері туғандығын айтады. Ал жогарыдағы біз келтірген мысалдарға ғалым: «Публицистикалық үнге суарылған көне эпистолярлық текстер ретінде Аристотельдің өз шекірті Александр Македонскийға, Платонның Дионды жақтаушыларға, Исократтың Спартак патшасы Архидамға, Македон патшасы Филиппке жазған хаттарын атауға болады. Әйгілі філософ Эпікур (б.э.д. 341-270 жж.) өз шекірттерімен хаттар арқылы тіл қатысты. Мұның өзі ғылыми-публицистикалық эпистолографияның сол кездегі үлкен ғалымдар, әйгілі філософтардың әлемдік мектебінің қалыптасуына ықпал еткенін айфақтайды. Біздің әрамызға дейінгі дәуірлерден басталған хат жазысу мектебі XVIII ғасырдағы ғылыми ойдың қалыптасуына дейінгі аралықты қамтиды» деп тұжырымдайды[3, 17].

Нәтиже

Әдебиет сыншысы Т. Йыдырысовтың: «Публицистиканың мақсаты – жүртты иландыра, сендірумен бірге белгілі бір оқиғаны шебер суреттей де, түсіндіре білу. Міне, осы тұста үлкен білімдарлық, дербес, ұшқыр ой, саяси ұстамдылық керек» деген пікіріне сүйенер болсақ, бұл

орайда хаттардың да публицистика мен әдебиет әлемінде алар орнының ерекшелігіне және оның тарихи дереккөз бола алатындығына талас туа қоймас[4, 71].

Әдебиеттануда өзіндік орны бар хаттар эпистолярлық әдебиет түрінде 1916 жылғы «ұлтазаттық көтеріліс» деп аталған кезеңде де халық поэзиясынан көрініс береді. Мәселен, «Құбаша ақынның Әбдірахман Иманқұлұлына жазған хаты», т.б. Бұл жыр-хаттар ақ патшаның бүйрығына наразылық, ыза-кек білдіріп, тікелей көтеріліске шығуға, Амангелді Иманов бастаған топқа қосылуға үндейді»[5, 19]. Ал бұдан кейінгі эпистолярлық дүниелер: «Майданнан жазылған хаттарда жауызыңың пен әділетсіздікке қарсылық білдірсе, майданға жазылған хаттарда ел-жүрттың сағыныш сезімі, амандық-саулық баяндалады. Эпистолярлық әдебиет кеңестік дәуірде кең өріс алып, айрықша дамыды (С. Сейфуллин, И. Жансүгіров, Б. Майлин, т.б.). 1916 жылғы сәлем хат жырлары екінші дүниежүзілік соғысы жылдарында туған эпистолярлық әдебиетке келіп жалғасты. Бұл кезде жазылған хаттарда патриотизм, Отанды қанқұйлы жаудан қорғап қалу, дүшпанға деген өшпендерілік сезімі басым. <https://kk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C.%D3%98%D1%83%D0%B5%D0%B7%D0%BE%D0%B2C>. Мұқанов, Ф. Мұстафин, Қ. Аманжолов, т.б. жазысқан хаттар эпистолярлық әдебиеттің көрнекті үлгілері болып табылады»[6, 22].

Хат – өзіне тән құпияға толы әдеби мұра. Көбіне полемикалық сарынмен жазылатын тарихи дереккөзді хаттардың қазіргі таңда да, бұрын да атқарған, атқарар қызметі де, көтерер жүгі де ауыр. Ғалымдар пікіріне сүйенсек, бұл саладағы зерттелуге тиіс материалдардың қатарына қүнделікті тұрмыска, үй ішіне, қара басына қатысты жайларды сөз еткен хаттар емес, белгілі қоғам қайраткерлерінің, қалам иелерінің ғана мұралары жататындығын бұрын да дәйек етіп келтіргенбіз. Дегенмен, зерттеу барысында көптеген ғұлама ғалымдардың, шайырлар мен жыраулардың, жазушылар мен интеллігентция өкілдерінің, тіпті, отбасына жазған хаттарында да әлеуметтік маңызы зор мәселелердің қалыс қалмағандығын аңғарамыз. Ал қазақ тіліндегі жеке адамдардың бір-біріне жазысқан хаттарына келер болсак: «... XIX ғасырдың 30-жылдарынан бастап табылады», – дейді ғалым Р. Сыздықова: «Олар, әрине, санаулы ғана. Дегенмен, әзірге бізге жеткендерін сөз етуге болады. Бұлар: атақты жауынгер ақын Махамбет Өтемісұлының 1839 жылы жазған хаты, ол бұл хатты Жем, Сағыз, Қайнар бойын жайлаған Әлім, Шөмен рулары-

нын бірнеше беделді адамдары – Баубек, Нәдірқұл, Сәли, Жармұхамбет, Амантай батырларға жолдаған»[7, 257].

Ойталқы

Осы сияқты хат үлгілерін қазақ әдебиетінің алтын қорынан көтеп кездестіруге болады. Ш. Уәлихановтың (Ф.М. Достоевский, А.Г. Майковке, т.б.), Ы. Алтынсариннің (Н.И. Ильминскийге, В.В. Катаринскийге, т.б.), А. Құнанбаевтың («Абайдың сенатқа жазған хаты», інісі Халиуллаға, ұлы Мағауияға хаттары, т.б.) өз туыстары мен орыс достарына жазған хаттарынан сол кездің көкейкесті мәселелеріне қынғамыз. Мәселен, Ш. Уәлиханов хаттары тақырыбы, маңыздылығы жағынан сан алуан. Бұл туралы зерттеуші М. Фетисов: «Эпистолярное наследие Чокана Валиханова не сохранилось полностью: до нас дошло только два десятка его писем. Но все они за очень редким исключением представляют документы большой историко-литературной ценности, в которых отчетливо выражен публицистический характер, и отличаются глубокой идейностью и широким социальным диапазоном... новаторство Чокана Валиханова в эпистолярном жанре состояло в том, что он сумел придать ему публицистическую силу и остроту» деген ой айтады[8, 2]. Фалым ойы да біздің хаттың тарихи дереккөз екенін дәлледеуімізге бірден бір себепкер бола алады. Ол Шоқанның бір ғана эпистолярлық мұрасының өзінен тендересіз тарихи-әдеби құндылықтарды табуға болатындығын тілге тиек етеді.

Ағартушы, педагог Ы. Алтынсарин – қазак ұл-қыздарының ешкімнен кем емес, олардың да әріп танып, қоғамға тигізер пайdasының маңыздылығын үнемі есте ұстап, қазақ даласында ағартушылықпен айналысқан алғашқы ұстаз. Қазақ жеріне мектептерді көтеп салу, оған өз ұлтының балаларын тарту және мектеп құрылышының қандайлық болғанда тиімділігі, ағарту саласымен айналысатындарды терендете оқытуды өзінің азаматтық парызы санаған Алтынсарин өз хаттарында үнемі: «Құдай басыма не салса да мен күшімнің жеткенінше туған еліме пайдалы адам болайын деген негізгі ойымнан, талабымнан еш уақытта да қайтпаймын», – дейді[9, 123]. Ыбырайдың соңғы хаты 1889 жылы жазылып, ол оның орыс досы В.В. Катаринскийге арналды. Ол хатта ұстаз: «Аса қадірлі Василий Владимирович! Сізге соңғы хатымды жазғаннан кейін мен тағы да ауырып қалдым. Бұл жолы бұрынғыдан анағұрлым қатты ауырдым, жүрт мени жаны қалса болар еді деп қауіптенеді. Әлі де

аурумын, үйқым жоқ десем де болады, тاماқ ішпеймін, жүргімнің соғуы құшті, ентіге беремін. Троицкіден үшінші доктор шақыртқанымнан кейін, қазір тәуіріексің деседі, ол маған 10 июльге дейін ішетін дәрі беріп кетті. Өзімді бір құдайға тапсырдым, тағдырда жазылғаннан артық ештеңе болмайды фой...», – деп өзін де, досты да сабырға шақырады[10, 74].

Шоқан мен Ыбырай тағдыры ұқсас. Екеуі де өз дерпттеріне дауа таппай жүріп, халықты ойлайды. Өз қара басының жағдайынан гөрі қазақтың жоғын жоқтап, мұның күйттейді. Мұны екеуінің де орыс достарына жазған хаттарынан анық аңғаруга болады. Екеуінің де хаттарында дерлік сыйпайлықтың, қарапайымдылықтың, ізгіліктің лебі есіп тұрады. Олардың хаттарының тілі шүрайлы, майда, жағымдылығымен есте сақталады. Оның үстіне екі ғұламаның да хаттарын актара отырып, тарихи маңызды мәселеғе жолығып, қоғам үшін әлі күнге пайдаласын жоймаған дүниелерді табасыз.

Абай шығармашылығы бізге көбіне ақындық, кара сөздің шебері ретінде таныс. Ал оның әлеуметтік маңызы жоғары хаттарына көз жіберсең, ақынның нағыз қоғам қайраткері екендігіне көз жеткіземіз әрі небір деректерге жолығамыз. Мәселен, оның Сенатқа хаты – Ресейдің үкіметтік мекемесі – Сенатқа 1900 жылы жазған шағымпікірі. Бұл жайында: «Абай шығармалары қазақ жеріне ғана емес, әлемнің талай түпкіріне кеңінен мәлім болғанымен, ақынның қолжазбалары, архив деректері ретінде оқырманына түгелдей жетпеген. Осы тұрғыдан алғанда, «Үкімет-сенатқа» деп атап, Абайдың өзі «Ибрагим Құнанбаев» деп қол қойған бұл құжаттың тарихи және ғылыми маңызы зор. Фалымдар, ақынның дүниетанымын, әлеуметтік, саяси, философия, этика, эстетика, адамгершілік көзқарастарын неғізінен алғанда оның шығармаларының мазмұнына, сипатына қарай оның айналасына, есken ортасына, аралас-құралас болған замандастарына қарай пайымдаған. Сенатқа хат құжаты Абай өмірі мен тағдырына катысты кейір жайларды айқындай түсуге септігін тигізіп қана қоймайды. Сонымен қатар, ақынның дүниетанымы, білімі, ой-өрісі, орысша сауатының дәрежесі, философия, психология көзқарастары және ел билеу жеріне қатысы мен азаматтық, адамгершілік парасаты, есken ортасы, мінез-машықтары жайында да ой түйіндеуге мүмкіндік береді» дедінеді[11, 89]. Сондай-ақ, қоғам қайраткерлерінің (М. Шоқай, С. Қожанов, М. Дулатов, Н. Төрекұлов, М. Әуезов, Ф. Мұсірепов, Бейімбет пен Илиястың, т.б.) кейде ашу-ызаға толы, кейде

кең пен намыс қамшылаған, кейде жаймашуақ хаттары бірде полемика тудырып жатса, енді бірде бір арнаға тоғысып жатады. Бұл хаттардың барлығы да қазақ эпистолярлық жанрының дамуына алтын арқау болғандығы даусыз әрі хаттың нағыз тарихи дереккөз екендігін анық білдіреді.

Алаш азаматтарының публицистикалық мұрасы – олардың сол кездерде бірінен кейін бірі шығып жатқан басылымдарда қызмет еткен кезеңдерімен тығыз байланыста. Мәселен, олардың ең алғашқы қазақ басылымдары – «Қазак», «Айқап», т.б. қоғамдық-саяси, әдеби газет-журналдарда жариялаған мақалаларымен қоса хаттарының да маңызы зор. Басылымдар шықкан күннен-ақ зиялды қауым қазақтың ішкі және сыртқы мәселелерін, әдебиет, оку, саясат, тарих, жер мен жесір дауы, т.б. күнделікті өзекті жайттарды барлық жанрда көтерді. «Қазакпен» бірге барлық үнпараттарда дерлік Міржақыптың, Әлиханның, Шәкәрім мен Магжаннның, Сабит пен Бейімбеттің бас мақалалары, заметкаларымен бірге эпистолярлық дүниелері де көрініс тапты. Ондағы жазылған, көтерілген мәселелермен көшілік санасты, билік құлақ асты. Ал басылымға жариялауға тыйым салынған хаттарын Алаш ардақтылары қолымен жазып, бір-біріне аманаттай қалдырып отыргандығы мәлім. Хаттың осындай маңыздылығы мен мәнін екші келіп, Н. Соколов: «... Однако рукописное письмо никогда не потеряют своего значение в служебной, учебной и личной работе как средство фиксации мыслей и общение людей», – деген пікірін көзінде-ақ айтқан[12, 3].

Қорытынды

Казіргі дағдарыс тек экономика саласына ғана емес, руханиятқа да азуын батыруда. Мемлекеттен тыскары өмір сұрушілер «өзінше бөлек еңбек етіп, қайтсек те табыс табу керек» дегенді желеу етіп алды. Олай деуге себеп, кімнің қалтасы қалың халыққа қажет емес дүниелердің өзін де тасқа басып, кітап етіп шығаруда. Кітап

шығару – баспаҳаналардың күнделікті күнкөріс қамына айналды. Бұл жерде айтпағымыз, сапасы ешқандай сын көтермейтін әдебиеттер мен оқулықтардың, жеке адамдарға арналған кітаптардың көбейіп кеткендігі. Дұрыс-ақ, тарихта әрқашан тасқа басылған дүниелер ғана қалады. Дегенмен, оның үрпакқа берер тәлімі мен өнегесін, тарихилығын, өміршендейтін мен мән-маңызын да ұмытпаған абзал. Осы мәселелерді жолға қойғанда ғана санынан сапасы қуантар дүниелер өмірге келмек. Біздіңше, бұл індептің алдын алу қажет. Ал сол кейір керексіз дүниелердің орнын алмастыратын қазақ зиялдылары мен сүлейлерінің, ақындары мен жазушыларының, Алаш азаматтарының өлмес те өшпес руҳты сарғайған параптагы хаттарын әлі де зерттең, кітап етіп шығарудың маңызы әлдеқайда жоғары.

Хат – тарихи дереккөз. Ол тұрасында ғалым зерттеуші Қ. Ергөбек: «...хатты кім жазбасын, ол хат кімге арналmasын, ол жазбаларда өз кезеңінің қарапайым шындығы қамтылады. Уақыт өте келе ол қарапайым хат, жазбалар тарихи концепцияларды өзгертуге түрткі болуы, әйтпесе көркем шығарма арқауына айналып, әлеуметтік мәнге ие болуы әбден мүмкін. Бұл – эпистолярлық жанр проблемасын терең зерттеген ғажап әдебиетші Юрий Тынянов пікірімен айтсақ, хаттың жеке адам өмірі фактысынан әдеби өмір фактысына ауысуы. Осы сәттен бастап хат әлеуметтік мәнге ие болады, тарихи маңыз ала бастайды», – дейді [13, 246].

Хаттың өзіндік табигаты, айтары мен берері бар. Сондықтан да зерттеушілер оны жанр реңінде бөлекше қарастырып, қоғамдық мәні мен маңызына айрықша көңіл бөледі. Ал біз өз кезегімізде оның сонымен қатар тарихи дереккөз екендігін айтқымыз келеді.

Хат – сезім дүниесі, тарихта қалар орны бар құжат. Ендеше, хаттарды әрі қарай параптап, оның маңызын жіті саралау, тарихи деректілігіне аса ықдағаттылықпен мән беру – уақыт еншісінде.

Әдебиеттер

- 1 Античная эпистолография: очерки. – М., 1967.
- 2 Карамзин Н.М. Полн.собр.соч. 4-том. – М., 1968.
- 3 Жақып Б. Публицистикалық шығармашылық негіздері. – Алматы, 2007.
- 4 Ыдырысов Т. Шеберлік бастауы. – Алматы, 1981.
- 5 Ұлттық энциклопедия / Бас редактор Ә. Нысанбаев. – Алматы, 1998.
- 6 Қазақ әдебиеті. Энциклопедиялық анықтамалық. – Алматы, 2010.
- 7 Сыздықова Р. Қазақ әдеби тілінің тарихы. – Алматы, 1993.
- 8 Фетисов М. Зарождение казахской публицистики. – Алматы, 1961.

- 9 Ламашев Э. Ыбырай Алтынсарин. – Алматы, 1991.
- 10 Жармұхамедов М. Ыбырай Алтынсарин тағылымы: әдеби-сын мақалалар мен зерттеулер. – Алматы, 1991.
- 11 Абай. Энциклопедия. – Алматы, 1995.
- 12 Соколов Н. Письмо вчера, сегодня, завтра. – М., 1989.
- 13 Ергөбек Қ. Арыстар мен ағыстар. – Түркістан, 2006.

References

- 1 Antishnaia ipistolograpia. Osherk. – M., 1967
- 2 Karamzin N.M. Poln.sobr.sosh. 4-tom. – M., 1968
- 3 Gakip B. Pyblisistikaliq shigarmashilig negizderi. – A., 2007
- 4 Idirisov T. Sheberlik bastayi. – A., 1981
- 5 Ylтиq insiklopedia/ Bas redactor A.Nisanbaev. – A., 1998
- 6 Qazaq adebieti. Insiklopedialiq aniktamaliq. – A., 2010
- 7 Sizdikova R. Qazaq adebi tilinin tarihi. – A., 1993
- 8 Fetisov M. Zarodenie kazahskoi pyblisistiki. – A., 1961
- 9 Lamahev A. Ibirai Altinsarin. – A., 1991
- 10 Jarmyhamedov M. Ibirai Altinsarin tagilimi. Adebi-sin maqalalar men zertteyler. – A., 1991
- 11 Abai. Insiklopedia. – A., 1995
- 12 Sokolov N. Pismo vhera, segodnia, zavtra. – M., 1989
- 13 Ergobek K. Aristar men agistar. – T., 2006

A. Әлімжанова

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан Республикасы, Алматы қ., e-mail:aikerim.alimzhan@gmail.com

МУЛЬТИМЕДИАЛЫҚ ЖУРНАЛИСТИКАДАҒЫ КОНТЕНТ МӘСЕЛЕСІ

Мақалада онлайн БАҚ-тың редакциялық құрылым механизмдерінің жұмыс істеу бағыттарындағы өзгерістердің нәтижелері қарастырылады. Сараптамалық талдаулар жасалып, нақты механизмдер ұсынылады. Кешендең талдаулар онлайн медиа қызметін жан-жақты анықтап, мемлекеттік мәдениеттің жаңа сипатын айқындауға мүмкіндік берді.

Бұғынгі заманауи медиа ортада негізгі мәселелер біріншіден, сапалы контент жасау технологиясын менгеру және оны мультимедиалық БАҚ қызметінде басқару, екіншіден, контенттің аудиторияға әсер ететін синергетикалық әсері мен пайда болу ерекшеліктерімен тұжырымдалады.

Медиаиндустрияның дағдарысы жаңа технологияларды іздеумен анықталады. Визуализация медиакоммуникацияның негізгі, әрі тиімді басым бөлігі ретінде қарастырылып, мультимедиалық журналистиканың жаңа бағыты екендігі айқындалады. Сондай-ақ, мақалада концептуалды зерттеу нәтижесінде жаңа бағыт медиавизуалистика бағыттары ұсынылады және мультимедиалық контент жасау стратегиясы ұсынылады.

Түйін сөздер: контент, контентография, сандық мәдениет, мультимедиалық журналистика.

A. Алимжанова

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы, e-mail: aikerim.alimzhan@gmail.com

Проблема контента в мультимедийной журналистике

В данной статье рассматриваются некоторые основные моменты исследований, связанные с изменением механизма работы редакции в онлайн-СМИ. Особое внимание в данном обзоре уделяется конкретным механизмам данного процесса. Такого рода анализ позволяет создать основу для многокомпонентного рассмотрения медиатекстов в онлайн-среде.

Основные проблемы современной медиасреды заключаются, во-первых, в поиске технологий моделирования качественного контента и его управления в мультимедийных СМИ, во-вторых, в выявлении специфики механизма синергетического воздействия контента на аудиторию.

Кризис медиаиндустрии определяет поиск новых контентных моделей. Доминантой эффективной медиакоммуникации становится визуализация, которая определяет новые направления мультимедийной журналистики. В статье предложена концептуальная рамка исследований визуального в новом направлении – медиавизуалистика; представлены параметры мультимедийных контентных стратегий.

Ключевые слова: контент, контентография, цифровая культура, мультимедийная журналистика.

A. Alimzhanova

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,
E-mail: aikerim.alimzhan@gmail.com

Content problems in multimedia journalism

The article deals with some key features of researches, connected with the change of editorial modus operandi in the online media. Special attention in his review is paid to the detailed elements of such process. This type of analysis creates the ground for detailed contemplation of online media texts. The most urgent problems of modern media environment cannot be solved without adequate content modelling and managing technologies applied in mass multimedia and without revealing the specifics of content synergy impact on the audience.

Nowadays in media industry crisis determines the search for new content models. Visualization becomes one of the media communication dominant, and defines new directions, visual journalism,

formats, virtual reality journalism. The author proposed for the conceptual framework of the study of visual in a new direction - visual media studies. The paper documented the transformation of features of journalism and media models in this paradigm, shows the parameters of multimedia content strategies.

Key words: content, contentography, digital culture, multimedia technologies, media convergence.

Кіріспе

Мультимедиалық журналистика – заманауи БАҚ саласының басын біріктіретін, көпсалалы, интерактивті қызметтерді қамтитын, шығармашылық тәжірибе нәтижелерін қамтитын сала. Бұгінде мультимедиалық журналистиканың трендтерін зерттеу, контент сараптамалар жасау әлемдік үдеріс болып отыр. Онлайн журналистика, интернет БАҚ саласын шетелдік ғалымдар Е. Гранта, С. Вилкенсона, Г. Джекинса, С. Кейт-, Л. Торnton т.б., ресейлік Л.А. Калмыков, Л.А. Коханова, В.М. Березин, М.М. Лукина, А. Амзин, В.В. Кихтан, Я.Н. Засурский және С. Кузнецова т.б. ғалымдар зерттеген. Ал Қазақстанда жаңа медиа саласында Ф.Ж. Ибраева, Г.С. Сұлтанбаева, С.Х. Барлыбаева, Қ.Н. Мысаева, А.Б. Альжанова, Г.Х. Муканова т.б. зерттеуші-ғалымдар ғылыми зерттеулер жүргізген.

Мультимедиалық журналистиканың басты ерекшелігі – интерактивтілігі, уақытқа тәуелсіздігі және сол сәтте ақпаратты архивациялауға қабілеттілігі. *Бірнеше мультимедиалық құралдан дайындалған ақпарат бір-бірін толықтырып отыра алғындығымен ерекшеленеді.*

Негізгі бөлім

Мультимедиалық контенттің жиынтығы ғылымда «контентография» деп аталады. Контентография жаңа медиа мазмұнын көңінен зерттеп, мәтіндік, классификациялық, графикалық және аудиовизуалдық сараптамалар жүргізуге мүмкіндік береді. Сонымен қатар мультимедиалық журналистиканың негізгі категориясы болып саналады. Ал контент – шығармашылық өнім, ақпарат, медиаэлемент, семиосфера қызметі.

Мультимедиалық контент – бұл:

- заманауи БАҚ тілінің медиа-лингвистикалық технологияға негізделген жоғары
- деңгейлі электрондық қызмет түрі;
- баспа технологияның медиалингвистикалық синтезі және интернет басылым және белгілі тақырыптық жанрлық ақпарат арналарының басын қосуши [1,4]. Еліміздегі осындағы ақпарат арналарының басын біріктіріп отырган «Qazcontent» жобасы – бірегей сапалы мультимедиалық контент жасаудың мысалы бола алады.

Ғылыми тұжырымдамалар мен зерттеудің әдістемесі. Қазақстандық интернет БАҚ аудиориясына салыстырмалы-салғастырмалы контент анализдер жүргізе отырып, нәтижелерге қол жеткіздік. Мәселен, 2016 жылғы зерттеулерге қарағанда әлемде 3,5 миллиард желі қолданушысы тіркелген. Оның 2,5 млрд. қолданушысы әлеуметтік желі белсенділері. Ал мобиЛЬДІК құрылғылар көмегімен жазба қалдыратындар 1,6 млрд. адамды құрайды [2].

Желі қолданушылары орташа есеппен 6 сағат күніне интернетте өткізе, оның кем дегенде 2 сағаты мобиЛЬДІ құрылғымен отыратыны анықталған. Әлеуметтік медиа мен мобиЛЬДІ қосымшалар көмегімен қолданушы бүгінгі күннің кез келген ақпаратына қол жеткізе алады. Бірақ, дәл осындағы жылдам заманға бірден жетпегени мізді ұмытпауымыз керек. Кілтті сөздермен ақпаратқа қол жеткізу үшін 20 жылдай уақыт кетті. МобиЛЬДІ экран жеке адамның медиа құрылғысына айналды. Медианың қажеттіліктеріне деген көзқарас та өзгерді [3].

Ойталқы

Мультимедиалық журналистика – шығармашылық дамуға әсер ететін ерекше қасиеттерге ие. Сондай-ақ, бұл сала тәуелсіз журналистиканың дамуына үлкен әсер ететін мықты механизм. Алайда, дәстүрлі БАҚ пен мультимедиалық технологиялардың бір-біріне үқсамайтын да бағыттары бар.

Біріншіден: көптеген басылымдар өздерінің интернеттегі баламасын жасап үлгерді. Кейбіреулері интернет сайttарында авторларға арнайы блог ашып беруде. Тәжірибе көрсеткендей, же-лідегі БАҚ-тың танымалдылығы жоғары.

Екіншіден: интернет технологиялардың базасында функцияланатын БАҚ дәстүрлі БАҚ-тан біршама өзгерістерге ұшырады. Олар жер шарының кез келген нүктесіне тарайды, ақпарат жедел түрде жарияланады. Осы ретте екінші бағыт, бұкаралық ақпарат құралдарындағы плюрализмнің дамуы заңды құбылыс.

Үшіншіден: БАҚ интернетте заңдық нормада бақыланбайды. Сондықтан пішіні және мазмұны бойынша дәстүрлі бұкаралық ақпарат құралдарына жариялауға сай келмейтін материалдарды интернетте жариялауға мол

мүмкіндік бар. Яғни цензураны орнатуда публицистиканың ал्�тернативті әдістерін көрсетеді.

Төртіншіден: журналистер мен ақпараттық қоғам арасында байланысты одан әрі күшетеді. Тіпті, олардың арақашықтықтарына да қарамастан байланыстырады. Яғни шетелде тұрып-ақ, отандық сайттарға мақала жазу, ақпарат беруге болады. Дегенмен, осы орайда туындағының өзекті мәселе бар екенін ескерте кетейік. Елімізде ақпараттық қауіпсіздікті бақылайтын арнайы мекемелер мен заңдық күші бар нормативтік құжаттардың болмауына байланысты копирайтинг пен сапасыз контенттің де орын алып отырғанын айтпау мүмкін емес. Нормативтік құжат мәселесі жалпы Орта Азия елдеріне ортақ болып отыр. Жалған ақпарат тарату, факчекингпен мемлекеттік емес мекемелер айналысада. Ал олардың қаржыландырушылары көбіне шетелдік компаниялар. Олар өз мүддесіне жұмыс істемейтініне кім кепіл? Сондықтан мультимедиалық журналистиканың дамуы төннегіндегі мәселелерді дер кезінде зерттеп, тиісті нәтижелерді жүзеге асыру қажет. Ол үшін Отандық және шетелдік ғылыми зерттеу жұмыстарын сарапаған едік.

Ғылыми еңбектерге шолу. Мультимедиалық журналистикадағы контент мәселелеріне Ресей ғалымдары зерттеу еңбектерін арнаған. Д.Ю. Кульчинская [4] мультимедиалық журналистиканы дәстүрлі журналистикамен салыстырып, жанрлық айырмашылықтарын қарастырса, Я.В. Лайкова [5] онлайн БАҚ-тағы медиаинфографика форматына салыстырмалы талдаулар жасайды. Сонымен қатар батыстық әлемге танымал ақпараттық сайттар The Economist, The New York Times, The Guardian, USA Today тағы басқаларға контенттік сараптаулар жүргізеді. Дәстүрлі журналистика мен конвергенция қалай мультимедиага өткені туралы А.Г. Качкаеваның [6] еңбектері мысал бола алады. Зерттеуші Г.Г. Щепилова [7] БАҚ пен жарнаманың тарихына токталып, жаңа технологиялардың дамуын мультимедиамен байланыстырады және олардың классификациясын ұсынады. В. Галецкий [8] мультимәдениеттің қоғамға әсерін жазса, Е.А. Малеина [9] заманауи интернет журналистиканың ел мәдениетіне әсерін, интеграциялық даму багыттарын зерттейді. Ал Америкада бұқаралық коммуникация саласында мультимедиа түсінігі XX ғасырдың сексенінші жылдары пайда болды. Десек те, мультимедиалық журналистика жеке сала ретінде бүгінде үздіксіз зерттеулер жүргізіліп келеді. Алғашқы зерттеулердің бірі ретінде Ch. Wright [10] еңбегін

атауға болады. С. Hamelink, J. Halloran [11] еңбектерінде мультимедиалық журналистикадағы жаңа технологиялардың қоғамға әсері, даму тенденциялары талқыланады. Елімізде мультимедиалық контент мәселелері С.Х. Барлыбаева, Г. Рахимжанованың [12] еңбектерінде кездеседі. Онда бұқаралық коммуникацияның бір саласы ретінде шетелдік жаңа медиамен салыстырылып қарастырылады.

Нәтиже

Бүгінде интернет сайттар дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының бір бөлігі іспеттес. Алайда, екеуінде де ұқсастықтар бар. Ортақ міндеттері – ақпарат тарату. Дегенмен, қоғам дамыған сайын ақпараттық ортасың дамуы да заңды нәрсе. Мысалы, XX ғасырда журналистикаға жаңа сипат – интернет журналистика енсе, XXI ғасырда интернет журналистиканың жаңа қыры – блог жүйесі, мультимедиалық журналистика, деректер журналистикасы енди. Соған орай, ақпарат таратудың да жаңа формалары қалыптасты. Мәселен, интернет БАҚ материалына қойылатын талаптар мынандай болып келеді:

Тақырып міндетті түрде кілтті сөздермен немесе женіл фразалармен болуы керек.

Іздеу жүйесінде тез табылатындағы сөздер болу керек. Мақал-мәтіл, нақыл сөздермен берілген материалдардың оқылымы да іздеу жүйесінде табылуы да киындау болады.

Көлемі 1000-1500 символдан аспауы керек. Бұл тағы да іздеу жүйесімен байланысты.

Күрілымы жинақы, нақты, дәйекті болуы шарт;

Гиперсілтемелермен баяндау тиімді болмақ [13, 14].

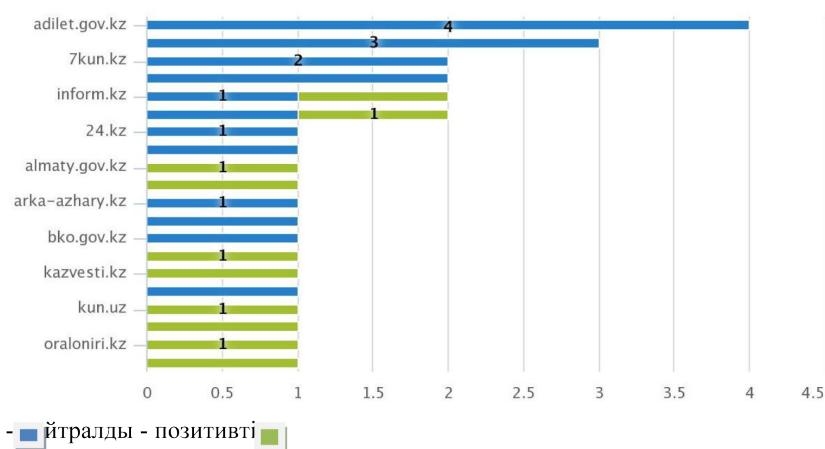
Яғни, әлемде ақпарат таратудың жаңа үлгілері қолданылуда. Сондықтан заманауи ағымның ығына сай ақпарат алу, қолдану қазіргі таңдағы тұтынушының да талабы. «Alem Media Monitoring» компаниясының қолдауымен қазақ тілді аудиторияда мультимедиалық журналистика, масс-медиа саласында жарияланған материалдарға контент анализ жасап көргенбіз.

2017 жылдың мамыр-маусым айларында жарияланған 156-материал позитив, 170-негатив, 278-нейтралды бағытты ұстанған. Ал орыс тілді БАҚ-та негативті материалдарды қөбірек беретінін байқадық. Салыстыру үшін оны да беруді жөн көрдік. Осы орайда қазақ тілді БАҚ негативті беру тәсілдерін менгермеген бе, әлде шынымен де қазақ тілді ақпарат тек жағымды немесе нейтралды ақпараттардан тұрады ма деген орынды сұрақтар түндейді. Интернет

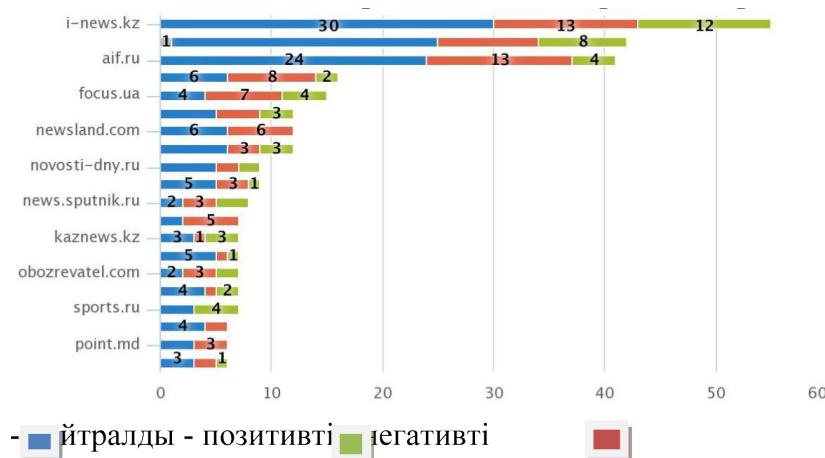
БАҚ-тың қогамның шындығын айта бермейтіндігі де сапасыз контентке жол аштында. Әркім өзі ашып алған сайтында «сөз бостандығын» желеу етіп, тексерілмеген сапасыз ақпараттарды

таратып отыр. Тіпті кейде олардың авторлары да белгісіз. Ал бұқара халық сол сапасыз контенттің арасынан өзіне қажеттісін таба алмай отырганы шындық.

1-кесте – Қазак тілді сайttардағы жарияланымдар көрсеткіші.



2-кесте – Орыс тілді сайttардағы жарияланым көрсеткіші.



Қазақ тілді интернет БАҚ-тың мультимедиалану жолындағы кедергілерге тоқталайық. Әрине, жаңа жаһандық жүйенің өзіне тән ерекшелігі де болары хақ. Сонымен мультимедиалық журналистика қарқынды дамуы үшін төмендегі бағыттарды жетілдіру қажет. Олар:

- ақпараттың үнемі жаңарап тұруы;
- сайttарды тұтынудың жоғарылығы;
- тұтынушылардың өздері бага беріп отырады, басқа сайttармен салыстыра алады;
- веб-басылымның беделдігі, ақпараттың жобаның танымал болуы;
- кәсіби дизайн (сапалы, заманауи, мазмұнды);

- аудиторияның әр алуандығы;
- өзектілігі және тақырып тандау мүмкіндігі;
- мұрагаттау мүмкіндігі;
- интерактивтілігі;
- мультимедиалығы;
- аудиториямен көрі байланыс, тұтынушы тікелей байланысқа шыға алуы;
- ақпарат алушың жаңа мүмкіндіктерін игеру;
- жаңа технологияларды қолдану, мультимедиалық сервистерді пайдалануы қажет.

«Newreporter.org» сайтында Н. Қожабекова «Деректерді визуализациялауга арналған алты құрал» атты мақаласында тиімді жаңа технологиялық сервистер туралы жақсы баяндаған. Онда

Tableau, Infogram, ChartBlocks, Datawrapper, Plotly, RAW жөнінде қысқа мәліметтер берілген [14]. Егер осындай мультимедиалық құралдар арқылы ақпараттар таратылып, репортаждар жасалатын болса, саны көп сайттар сапаға қарай ілгерілер еді.

Қорытынды

Ақпараттық технологиялар көмегімен деректерді визуализациялауга болады. Қазнетте жоғарыда аталған құралдар көбінесе инфографика, яғни мәліметтерді бейнелі түрде көрсету мақсатында пайдаланады. Бүгінгі таңда zero.kz статистикалық ресурсының рейтинг тізімін бастап тұрған сайттар қатарында ақпараттық порталдардан tengriniws.kz, zakon.kz, baq.kz көреміз.

Миллиондаған қаруулар жинап, юзерлер саны жағынан zero.kz рейтингін бастап тұрған сайттарда мультимедиалық контент те дамып келеді. Дегенмен, ол көбінесе видео және суреттерге негізделеді. Ал біздің назар аударғымыз келіп отырғаны «Magic.piktochart.com», «Infogram» сынды ақпараттық технология құралдарын пайдалану арқылы ақпарат беретін сайттар.

Қазақстандық baq.kz, el.kz, szh.kz сайттарында көп кездесетін технологиилар – бұл Google Font API, jQuery, Google Analytics пен Yandex.Metrika, Nginx. Бұл сайттың даму бағыттарын айқындан отыратын сервистер болғандықтан веб-журналистикада қолдану маңызды.

Журналистика саласына жаңа ұғымдар енді. Жаңа медиа БАҚ конвергенциясына ықпал етеді. Конвергенция дәстүрлі медиа өнімдерінің бір жерде жиналуын, дәлірек, интернет

желісінде қосылу үдерісі [15,78]. Конвергенция қосынша екі үдерісті қамтиды. Көбісі кросс-медиа және мультимедиа ұғымдарын бір-бірінен ажыратады. Алайда, екі ұғымды шатастыру үлken қателік. Кросс-медиа бір материалдың бірнеше арналар арқылы берілуі. Мысалы, жаңа смартфон тұсаукесері жөніндегі ақпаратты жаңалықтар сайты, әлеуметтік желі, визуалды әлеуметтік желіде, теледидар, радио т.б. арналар арқылы беру. Ал мультимедиа бір материалдың бірнеше ақпарат пішіндерінде қамту: видео, мәтін, аудио, инфографика т.б. Яғни, кросс-медиа бір материал, бірнеше арна арқылы берілсе, мультимедиа бір материалдың бір арнада бірнеше пішінде ақпарат беру.

Журналист компетенциясының өзгеруі оперативті, универсалды болуын талап етуден көрінеді. Жаңа медиага сай журналистиң қызыметі «One-person news»-ге негізделеді [16, 12]. Демек, интернет желіде ақпарат секунд сайын өзгеріп отыратындықтан, оперативтілік басты назарға алынады.

Контент мазмұнының өзгеруі мультимедиа арқылы көрінеді [17, 12]. Бір материал мазмұнында мәтіндік баяндау, сурет және инфографика арқылы түсініріу, нақтылай тұсу үшін аудио және видео қосынша беріледі. Сонымен қатар, контент мазмұны нақты, қысқа және нұсқа бола бастағаны байқалады.

Жаңа технологияларды менгеру, сапалы контент жасау және жариялау, веб-редакция қызыметін жетілдіру, олардың әдіс-тәсілдерін үнемі дамыту – мультимедиалық журналистикадағы контент мәселесін шешудің тиімді жолдарын айқынрайтыды.

Әдебиеттер

- 1 Короткова Е.Н. Медиапортал как средство создания качественного контента: Автореферат дисс.на соис.уч.ст.канд. фил.наук. – М., 2009.
- 2 Digital Media and Society: Implications in a Hyperconnected 4. Era. 2016 // World Economic Forum: <http://goo.gl/f0Sra1>.
- 3 Costera Meijer I., Groot Kormelink T. Checking, sharing, 3. clicking and linking: Changing patterns of news use between 2004 and 2014 // Digit. Journal. 2014. № 1. August.
- 4 Кульчинская Д.Ю. Истоки мультимедийности в традиционных журналистских жанрах // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2012. – №3. – С.94-95.
- 5 Лайкова Я.В. Медиаинфографика как формат медиатекста в российских онлайн-СМИ: автореферат дис.на соис. уч. ст. к.ф.н. – М., 2016.
- 6 Качкаева А.Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ становятся мультимедийными. – М.: Фокус-Медиа, 2010. – С. 69-79.
- 7 Щепилова Г.Г. Реклама в СМИ: история, технологии, классификация. – М., 2010
- 8 Галецкий В. Критическая апология мультикультурализма // Дружба народов. – №2. – М., 2006. – С. 12-15.
- 9 Малеина Е.А. Интеграция СМИ и INTERNET в современной российской культуре: автореферат дис.на соис. уч. ст. к.культ.н. – Ярославль, 2016.
- 10 Wright Ch. (1982) Mass Communication: A Sociological Perspective N.Y. (p.27)
- 11 Hamelink C., Halloran J. Memorial Lecture. Conversation with my Robot // Nordicum Review, Vol.30, Jubilee, 2009. – p.219.

- 12 Барлыбаева С., Рахимжанова Г. Новые медиа в мире и Казахстане: учебное пособие. – Алматы: Қазақ университеті, 2013. – 140 с.
- 13 Амзин А. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастьельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Параńko, О. Силантьева, Б. вандер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – 304 с. ISBN 978-5-7741-0267-9.
- 14 Newreporter.org/kz/
- 15 Барanova E.A. Конвергентная журналистика. Теория и практика. – M., 2014. – 269 с. ISBN: 978-5-9916-3469-4
- 16 Поплавская Н.В. Новостной медиадискурс в современном онлайн-пространстве: автореферат дисс.на соис.уч.ст. канд.фил.наук. – M., 2017.
- 17 Modern Media Discourse (современный медиадискурс). – M., 2015. – 123 с.

References

- 1 Korotkova E.N. Mediportal kak sredstvo sozdaniya kachestvennogo kontenta: Avtoreferat diss.na sois.uch.st.kand.fil.nauk. – M., 2009.
- 2 Digital Media and Society: Implications in a Hyperconnected 4. Era. 2016 // World Economic Forum: <http://goo.gl/f0Sra1>.
- 3 Costera Meijer I., Groot Kormelink T. Checking, sharing, 3. clicking and linking: Changing patterns of news use between 2004 and 2014 // Digit. Journal. 2014. № 1. August.
- 4 Kul'chinskaja D.Ju. Istoki mul'timedejnosti v tradicionnyh zhurnalistskih zhanrah // Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 10. Zhurnalistika. – 2012. – №3. – S.-94-95.
- 5 Lajkova Ja.V. Mediainfografika kak format mediateksta v rossijskih onlajn-SMI: avtoreferat dis.na sois. uch. st. k.f.n. – M., 2016.
- 6 Kachkaeva A.G. Zhurnalistika i konvergencija: pochemu i kak tradicionnye SMI perevraszhajutsja v mul'timedejnye. – M.: Fokus-Media, 2010. – S. 69-79.
- 7 Shhepilova G.G. Reklama v SMI: istorija, tehnologii, klassifikacija. – M., 2010
- 8 Galeckii V. Kriticheskaja apologija mul'tikul'turalizma // Druzhba narodov. – №2. – M., 2006. – S. 12-15.
- 9 Maleina E.A. Integracija SMI i INTERNET vsovremennoj rossijskoj kul'ture: avtoreferat dis.na sois. uch. st. k.kul't.n. – Jaroslavl', 2016.
- 10 Wright Ch. (1982) Mass Communication: A Sociological. Petspective N.Y. (p.27)
- 11 Hamelink C., Halloran J. Memotal Lecture. Conversation with my Robot // Nordicium Review, Vol.30, Jubilee, 2009. –p.219.
- 12 Barlybaeva S., Rahimzhanova G. Novye media v mire i Kazahstane: uchebnoe posobie. – Almaty: Қазақ университеті, 2013. – 140 s.
- 13 Amzin A. Kak novye media izmenili zhurnalistiku. 2012–2016 / A. Amzin, A. Galustyan, V. Gatov, M. Kastel's, D. Kul'chickaja, N. Loseva, M. Parks, S. Paran'ko, O. Silant'eva, B. vander Haak; pod nauch. red. S. Balmaevoj i M. Lukinoj. – Ekat'erinburg: Gumanitarnyjuniuersitet, 2016. – 304 s. ISBN 978-5-7741-0267-9.
- 14 Newreporter.org/kz/
- 15 Baranova E.A. Konvergentnaja zhurnalistika. Teorija i praktika. – M., 2014. – 269 s. ISBN: 978-5-9916-3469-4
- 16 Poplavskaja N.V. Novostnoj mediadiskurs v sovremennom onlajn-prostranstve: avtoreferat diss.na sois.uch.st.kand.fil.nauk. – M., 2017.
- 17 Modern Media Discourse (sovremennyj mediadiskurs). – M., 2015. – 123 s.

С.К. Сүндетбаева

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.,
e-mail: sandugashsundetbayeva@gmail.com

ИДЕОЛОГИЯНЫҢ ЖҰЗЕГЕ АСУЫНДАҒЫ МЕДИА РӨЛІ

Мақалада медиа мен биліктің, билік пен идеологияның байланысы және оны жүзеге асырудың медианың рөлі қарастырылған. Автор идеология зерттелуіндегі негізгі теорияларға кеңінен тоқталып, оның дамуына тарихи шолу жасаған. Медианың қоғамдық сана қалыптасуындағы орны көрсетіліп, қоғамдық оқиғалар мысалымен талданған. Жеке индивид, әлеуметтік топтар, қоғамдық институттар мен үстемдік етуші идеология арасындағы байланыс қамтылған.

Түйін сөздер: медиа, идеология, билік, гегемония, қоғам.

С.К. Сүндетбаева

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Республика Казахстан, г. Алматы,
e-mail: sandugashsundetbayeva@gmail.com

Роль медиа в реализации идеологии

В статье рассматривается связь медиа с властью, власти и идеологии, а также роль медиа в реализации идеологии. Автор анализирует основные теории исследования идеологии, дает обзор ее историческому развитию, раскрывает роль медиа в формировании общественного сознания на основе примеров общественных событий. Также автором охватывается связь между индивидом, социальными группами, общественными институтами и господствующей идеологией.

Ключевые слова: медиа, идеология, власть, гегемония, общество.

S.K. Sundetbayeva

Al-Farabi Kazakh National university,
Kazakhstan, Almaty
+ 77075751089, e-mail: sandugashsundetbayeva@gmail.com.

The role of media in the implementation of ideology

The article examines the relationship of media with power, power and ideology, as well as the role of media in the implementation of ideology. The author pays attention to the basic theory of the study of ideology, gives an overview of its historical development. The role of the media in the formation of public consciousness is disclosed, an analysis is given leading to examples from public events. Also the relationship between the individual, social groups, social institutions and the dominant ideology is encompassed.

Key words: media, ideology, power, hegemony, society.

Кіріспе

Медиа мен биліктің, билік пен идеологияның байланысы және оны жүзеге асырудың медианың рөлі қаріргі тандағы журналистика ғылымы үшін өзекті мәселелердің қатарында қарастырылады. Идеология зерттелуіндегі негізгі теорияларға кеңінен тоқталу, оның дамуына тарихи шолу жасау, медияның қоғамдық сана

қалыптасуындағы орнын көрсетіп, қоғамдық оқиғалар мысалымен талдау коммуникациялық журналистика саласына қойылып отырған талаптан туындаиды. Жеке индивид, әлеуметтік топтар, қоғамдық институттар мен үстемдік етуші идеология арасындағы байланыс пен үйлесімділікте қамту арқылы ғылыми акпараттық дискурс құру – медиа мен идеологиялық кеңістіктің бір арнаға тоғыстырады.

Мәселенің әдістемесі

Медиа және медиалық идеология мәселесін зерттеу, осы бағыттағы ғылыми мақалалар жазу, «журналистика» ғылымындағы жаңа көзқарастар мен ұстанымдарды қолдануды талап етеді. Журналистика ғылымының қазіргі акпараттық қоғамға сай калыптасқан жаңа зерттеу әдістері мен кең қолданыстағы әдістемесінде бірі «контент-саралтау (саралау, зерделеу)» немесе «контент-анализ» тәсілін қолдану осы мақаланы жазу барысында басты назарда ұсталды. Контент-саралтау соңғы жылдары Қазақстандағы медиа кеңістігін қолға алған зерттеулерде жи қолданыска түсे бастағаны анық. Дегенмен де, контент-саралтаудың осы саладағы кәсіби мамандар үшін әлі де болса беймәлім бір тәсіл немесе зерттелмеген тәсіл екендігі, зерттеу нысаны болып отырған мәселе қолдануға жауапкершілікпен қарауды талап етеді. Мақаланы жазу барысында «медиа мен идеология» кеңістігіне қатысты гипотезалар мен теориялық тұжырымдамаларды салыстыра саралтау, сынни талдау, жүйелуе әдісі қолданылды. Қазіргі заманғы «акпараттық қоғам» кеңістігі «медиа-кеңістік-қоғам-орта-саясат» салаларының бір-бірінен ажырамас біртұтас «ғылым кеңестігіндегі» қарастыру үшін, жаңа коммуникативті көзқарастарды, қатынасты талап етеді.

Медиа мен идеологиялық кеңістіктің бүгінгі күнгі қарекеті

Медиакоммуникацияның кез-келген теориясы бұқаралық акпарат құралдары мен билік арасындағы байланысты қарастырмаса толыққанды болып санала қоймайды. Онсыз берілген теорияны тіptі, «анқау» деуге де келеді. Бірақ, медиакоммуникация мен билік арасындағы байланыс тәнірегіндегі мәселе көп жағдайда журналистер көрсететіндей, тек БАҚ пен билік құрылымдары арасындағы қарым-қатынас қана емес, ол – бұқаралық коммуникацияның түгел болмысын, қоғамдағы әлеуметтік қызметін, ол арқылы таралып жатқан акпарат салдарынан қалыптасқан қоғамдық пікір мен оған әсер ететін факторды қамтитын ауқымы анағұрлым кең әрі терең сұрап. Оның шенберіне сонымен қатар билік, оның транформациясы мен модификациясы және оларды жүзеге асырудагы медианың ролі де кіреді.

Медианың екі басты түсіндірмесін ескерсек, екеуара бұл қатынас (медиа мен билік) медиологияның негізгі мәселесі болып табылады. Онда бірінші, медиа азаматтық құқық пен индивидтердің бостандығын, акпаратты толық еркіндік-

пен игеруін қамтамасыз ететін институт ретінде; екінші, медиа таптық, әлеуметтік, гендерлік үсітемдік жүргізетін билігі бар иедологиялық институт ретінде қарастырылған [1]. Қазіргі заманғы жағдайда тоталитарлы-авторитарлық қоғам мен демократиялық қоғамды дәл осы айырмашылық аражігін белгілеп отыр.

Медиа мен билік арасындағы мәселені қарастыру «білік дегеніміз не?» деген сұралқа да жауап іздеуді талап етеді. Бұл жерде соңғы жарты ғасырдағы әлеуметтік-гуманитарлық ғылымдарда билік түсінігінің өзгергенін ғана емес, қоғамдағы жаңа лепке сай билік институтының түгел өзгеріске ұшырап, соңғы елу жылда оның жаңа тұжырымдамаларының пайда болғандығын айта кету керек. Бұқаралық коммуникация бұл өзгерістердің орын алуына шешуші үлес кости. Кез келген қоғам, соның ішінде қазірге заманғы да, қалыптасқан тәртіппен бірге басқару иерархиясы мен бағыну түрлерін қабылдайды. Осы тәртіп қоғамдық келісім жүзеге асатын негіз болып табылады. Бірақ, қазіргі заманғы билік тұжырымдамасы таптық қарым-қатынаспен немесе мемлекет пен қоғамның аракатынасымен шектелмейді, әлеуметтік қатынастардың басқа да түрлеріне – нәсілдік, гендерлік, этно-ұлттық, отбасылық, кәсібілік сияқты т.б. дейін тарайды.

Дәл осы тұрғыда біз «білікті» жеке дара саяси мәселе ретінде емес, оның медиакоммуникациямен байланысын анықтау үшін қарастырамыз. Бұл жердегі билік пен медианы байланыстыратын «көпір» идеология болып табылады. Медиакоммуникация идеологиялық аппарат ретінде биліктің акпараттық саясатын жүргізеді. Бұл тұста идеологияны жеке қарастырсақ, оны бір ғана тұлғаның енбегімен түсіндіріп қоймай, үрпактан-үрпакқа жалғасқан ғалымдар мен ойшылдар енбегінің нәтижесі деп айтқан дұрыс. Соңықтан, идеология өзге де әлеуметтік институттар сияқты өзіндік тарихқа ие. Көп уақытты қамтитын бұл тарихты кезеңдермен қарастырсақ, идеологияның дамуында келесі есімдерді атап көрсетуге болады: Маркстің енбегі, Грамшидің енбегі және көптеген ірі ғалымдардың енбегі сіңгендіктен, бір есіммен атауға келмейтін дәуір – лингвосемиотиктер.

Қазіргі заманы шетелдік зерттеушілердің барлығы дерлік идеологияның ғылымы зерттелуін бастап, негізін салған Карл Маркс пен Фридрих Энгельстің «Неміс идеологиясы» енбегі екендігін мойындастырып, Маркс пен Энгельс идеологияның теориясы посткөнестік оқырманға, соның ішінде қазақстандық оқырманға жақсы таныс. Оған бүгінгі көзқараспен қарауга да себеп

бар. Біріншіден, еңбекте қарастырылған кеңестік марксизм идеологиясының ізі посткеңестік елдерде әлі де бар. Кезінде кеңестік тұсіндірме бойынша ол нағыз «түпнұсқалық марксистік» деп, ал қалғандары «жалған марксистік» немесе «буржуаздық» деп тұсіндірлі. Екіншіден, батыста идеология зерттелуінің тарихы өзгеше, ол кеңестік марксизмде бұрмаланып жеткізілген. Мұнда «деидеологизация», «реидеологизация» тұжырымдамалары және олармен байланысты идеялар туралы сөз болмақ.

Қазақстанның алған тәуелсіздігі мен ұлттық мемлекеттің дамуымен байланысты мәселелер бұл сұраққа қосымша өзектілік беретіндей. Расымен, бұғінде ұлттық мемлекетке жаңа идеологияның керек екендігін кім жоққа шығарады? Ол қандай болу керек? Оның негізінде қандай идея жату керек? Бірақ идеология – бұл әуелден жалған ой, тұжырым, әлемнің бұрмаланған бейнесі болса ше? «Дұрыс» (ғылыми) идеологияның болуы мүмкін бе? Міне, идеология мәселе сімен байланысты пайда болатын сұрақтар шамамен осындаі.

Идеологияның нақты зерттелуі XVIII ғ. соңындағы француз ойшылдарына (Дестют де Траси, Кабанис, Вольней және т.б.) тиесілі. Олардың пайымдауынша, идеология – бұл қоршаған орта туралы кез келген ой, идея, көзқарас жиынтығы. Маркс өзінің таптық теориясымен бұл «пәк» тұсінікке қажырылытузету енгізді: оның айтуынша, идеология бұл қоршаған ортаға деген «шынайы» көзқарас емес. Ол тіпті, кез келген ойдың емес, тек таптық қызығушылықтар мен биліктің қарым-қатынас елегінен өткен ойлар жиынтығы. Таптық қогамда идеология үнемі таптық мінезден қатар жүреді, ол идеялардың тек көрінісі немесе бейнесі ғана емес, бір таптың екінші тапқа қысым қөрсетуінің құралы немесе тәсілі болып табылады. Сондықтан, ұstemдік етуші таптың идеологиясы қогамға ұstemдік ететін идеологияға айналады. Идеология қогамға әрдайым «қоршаған ортаға шынайы көзқарас», «қалыпты таза ой», «солай болу керек» деген ұғымдардың жетегінде таныстырылып, түпкі мақсатын тасада сақтап қалады. Осылайша, ол сыни көзқарастардан алшақтайды. Маркс өз кезегінде қогамда ұstemдік ететін тап қызығушылығы мен ондағы басты идеология арасындағы сәйкесті байқап, идеологияның керемет сынға түсетең жерін тапты. «Жалпы адамзаттық», «қалыпты» деген сияқты жалпы мағыналы тұсініктердің көлеңкесінде жеткізілетін буржуазиялық идеология да қогамға жеке адам мұддесінен гөрі ұжым қызығушылығын жоғары қоюға мәж-

бүрледі. Социалистік идеология да осы ережелерді діттейді.

Маркс пен Энгельс «Неміс идеологиясында» идеологияны «бұзылған идеология» деп көрсетеді. Таптық мұддені білдіретін, қорғайтын кез келген идеология – жалған идеология. Одан тек таптық айырмашылықтардан арылу арқылы ғана құтылуға болады. Бірақ, тапсыз қогамда идеология болмайды, себебі оның негізі – таптық қызығушылық жоқ. Сондықтан, коммунистік қогам – бұл ғылым мен тәжірибе дәлелдеген мәліметтерге сүйенетін деидологияландырылған қогам.

«Идеология» – бұл ойшыл дерлік біреудің санасымен, бірақ, жалған санасымен жүргізілетін үрдіс. Оның жүзеге асуының шынайы қозгауышы күші әлгі ойшылға белгісіз, белгілі болған жағдайда, ол идеологиялық үрдіс болмас еді. Сондықтан, ойшыл өзіне ыңғайлы қозгауышы күштерді ойластыра бастайды. Әңгіме ой үрдісі туралы болғандықтан, идеология мазмұны тек өз пікірімен немесе өзіне дейінгілердің пікірімен болатыны анық» – дейді Маркс пен Энгельс. [2]

Идеологияға терең талдау Фридрих Энгельстің «Антидюринг» еңбегінде жасалған. Оның айтуынша, идеологияның пайда болуы жағдайды елестету, қалау, армандау сияқты белгілі бір тұлға немесе топтың ынталасымен байланысты. Бұл жерде идеология – әлемді жай ғана елестету, ойлау емес, сол елесті елестету, ойлау; яғни екінші реттік елес, ой. Дәл сол «екінші реттілік» идеологияның бар шынайылығын жойып, жалғандықпен көмкерлейді. [3]

Қазіргі заманғы зерттеушілер Маркс идеологияны талдауындағы «шатасулар» мен «қателерден» گөрі, оның осы зерттеуге қосқан елеулі үлесіне көбірек мән береді. Шын мәнінде, Маркс бұл зерттеулерге «старт берді» немесе осы зерттеулердің «негізгі қозгауышы күші» болды деуге келеді. Маркс пен Энгельс еңбегіндегі басты же тістік – биліктің көп нәрсені идеология арқылы жүзеге асырудың нағыз механизмін ашқандығында.

Сонымен қатар, Маркс идеологияның «а» тарихи факторын көрсетті. Егер, идеологияда тұлға мен топтың мұдделері мен қызығушылықтары жасырын қалады десек, онда тарих та негізгі шындықты ішінде сақтайды деген сөз. Себебі, сол ұstemдік етуші тұлға мен топтың мұдделері ұstemдік етіп отырған уақытта, биліктің сілтеуімен кей фактілер тарих бетінде қасақана еніп, кейбіреулері жойылуы әбден мүмкін.

Сонымен, идеологияның зерттелуіне мұрындық болған қос ғалымның теориясын қорытындылай келе, шынайылық пен қалыптылықтың

арғы жағында біреудің қызығушылығы жатуы мүмкін, ал ондай болған жағдайда, идеология орын алатындығын нақты айта аламыз.

Идеологияны зерттеудегі келесі маңызды қадам итальян марксисі Антонио Грамшиге тиесілі. Соңғы онжылдықта оның көзқарасы Батыста кеңінен танымалдықта ие болды. Оның бұл саланы зерттеудегі еңбегіне кеңестік марксистер немікүрайлы қарады. Оны Роже Гароди, Анри Лефевра (батыс марксистері) сияқты «ренегат» демесе де, идеологияға қатысты көзқарасына үнсіздікпен жауап беріп, еш елемеді. Ол идеология туралы дискурсқа идеология теориясының орталығы – «гегемония» түсінігін енгізеді. Гегемония түсінігі марксизмде «идеологиялық құрес» деп тұжырымдалған, әлеуметтік және мәдени үрдістердің мүлдем өзге теориясы ретінде ұсынылады. Егер классикалық марксизм буржуазиялық идеологияны бәрін бәріне құштеп, ұstemдік арқылы жеткізетіндігін алға тартса, Грамши буржуазия тек оның буржуазиялық идеологиясы ұstemдікке жеткенде ғана өзі ұstemдік жүргізе алады деп ойлады. Алдыңғы теорияда идеология тек сана, таптық қызығушылық және ұstemдік етушілер мұдделерінің арасында түсіндірлесе, Грамши бойынша идеология мен мәдениет бір-бірімен өте тығыз байланысты, ол тіпті, оларды бір-бірінен ажыратып қарастыра алмайды. Мұндағы мәдениеттің рөлін Грамши гегемон-идеологияны безендіріп, қолдап тұратындығында деп түсіндіреді. Толығырақ айтсак, адам тек таптық және идеологиялық санамен ғана өмір сүрмейді. Ол сонымен қатар: аймақтық, жергілікті, ұлттық, діни, кәсіби, отбасылық, жеке және т.б. мәдени ерекшеліктерді қамтитын басқа да қарым-қатынастармен байланысқан. Адамның белгілі бір шешім қабылдауына таза идеологиялық қатынасқа қарағанда, осы мәдени қарым-қатынастары көбірек әсер етеді.

Мұндай артикуляция нәтижесінде, буржуазиялық қоғам таза «буржуазиялығын» жоюып, әртүрлі әлеуметтік бөліктердің мәдени және идеологиялық жылжымалы комбинациясына айналады. Комбинацияның мобиЛЬділігі – Грамши теориясының басты бөлігі. Буржуазия гегемониясы – тарихтың сол кезеңіне ғана сәйкес келетін, тек уақытша қалыптасқан құрылым. Тарихи басқаша қалыптасқан жағдайда гегемонияға өзге әлеуметтік топ қол жеткізіп, онымен бірге қоғамның мінезі мен құрылымы да өзгереді. Бірақ, бұл өзгерістер классикалық марксизм айткандай, өндіруші құштер мен өндірістік қарым-қатынас арасындағы қарама-қайшылықтан емес,

мәдени, моральдық және әлеуметтік көшбасшылықта құрес нәтижесінде пайда болады.

Грамши тұжырымдамасы тек әлеуметтік қарқын мен әлеуметтік құрылым теорияларын емес, сонымен қатар, қоғамның әлеуметтік ұйымдастырылуын да қарастырады. Грамшидің гегемония тұжырымдамасы әлеуметтік тәртіптің құрылуы, өзгеруі және қайта ұйымдастырулыу жөніндегі көзқарастарының орталығы болып табылады.

Грамши қоғамды тек қарама-қайшылықтар мен құрестен (тапаралық) ғана емес, сонымен қатар оның мүшелері арасындағы өзара келісімнен тұрады деп есептейді. Қоғам өз алдына екі тенденция арасындағы тепе-тендікті қатты сақтайды. Бір жағынан, ұstemдік пен «қысым көрсету» болса, екінші жағынан, жеке индивид пен әлеуметтік топтардың, Грамши айтқандай, «зияткерлік пен моральдық көшбасшылық» негізделген «гегемониясы». Ол ұstemдік пен құштеп қысым көрсетудің формаларын жоққа шығармайы, дегенмен, оларды тек «төтенше жағдайға» («амал жоқтыққа») жатқызады. «Қалыпты» жағдай қысым көрсету емес, «гегемониямен» түсіндірледі.

«Қазіргі парламентарлық режимде классикалық формадағы «қалыпты» гегемонияның жүзеге асуы қүш пен келісімнің өзара бір-бірін тенестіріп отыруымен байланысты. Расында, көп жағдайда қүштің келісім негізінде жүзеге асуына бағытталған әрекеттер қоғамдық пікір болып саналатын, газет, ассоциацияларда байқалады» – дейді Грамши. [4]

Грамши гегемониясының тұжырымдамасы қоғамның екі ұшын – билік және консенсусты байланыстыруға мүмкіндік береді. Бұл байланыс «көбасшылық» ұғымы арқылы іске асады десек, мұндағы «көшбасшылық» Грамшидің айтуы бойынша, таза билік емес, мәдени қызмет, мәдени көшбасшылық екендігін айта кету керек. Мәдени көшбасшылыққа саяси биліктен бұрын кол жеткізу керек және ол – саяси билікке кол жеткізу дің басты алғышарты. «Үкіметтік билік қолға алмай тұрып, «көшбасшылықты» әлеуметтік топ жүргізуге қаухарлы, тіпті, міндетті; кейін билік ұstemдігін жүргізсе де, әлеуметтік топ «көшбасшылығын» жалғастыру керек». Биліктің бұл тұжырымдамасы классикалық марксистік модельге қарағанда, жұмсақ әрі терең болып келеді. [4, 58]

Грамши теориясында өте маңызды әрі ұлken орынды «казаматтық қоғам» ұғымы алады. Бұл ұғымды Грамши мемлекетке қарсы қояды. Себебі, Грамши бойынша мемлекет қысым мен қүш

көрсететін билік институты. Ал азаматтық қоғам билігін гегемония арқылы жүзеге асырады және ол мәдени гегемония институты болып табылады. Гегемония мемлекеттің қақтығыстар туғызытын репрессивтік іс-әрекеттерін «жұмсарып», тәңестіріп және толықтыра отырып, аталған институттың өндірісі, көбеюі және сақталуына жауап береді. Бұл міндеттерді мемлекет пен азаматтық қоғам арасында бөлу арқылы Грамши азаматтық қоғам және медиакоммуникация теориясына үлкен үлес қосады. Демократиялық қоғамда медиа мемлекеттің емес, азаматтық қоғамның институты мен мекемесі болып табылады.

Британ әлеуметтанушысы Доминик Стринати Грамшиге былай дейді: «Танымал мәдениет және масс-медиа гегемонияның өндірісі, көбеюі және транформациясына бағынады. Гегемония жетілген либералды-демократиялық капиталистік қоғамды бейнелейтін азаматтық қоғам институттары арқылы мәдени және идеологиялық түрде жұмыс істейді. Бұл институттар білім, отбасы, шіркеу, масс-медиа, танымал мәдениет және т.б. қамтиды. Танымал мәдениет пен масс-медиа өзара үйлесіп, гегемония тұжырымдамасының терминдері ретінде түсіндірілуі тиіс». [5]

«Көшбасшылық» мәселесі жанама емес, идеология теориясының тұра орталығы болып тұр. Биліктің не екендігін және ол бар жерде келісімнің қалай орын алатындығын түсіндіруге тырысатын кез келген теорияда идеология және оның орны мен ролі теорияның басты мәселесі ретінде қарастырылады. «Мұнда медиа және басқа да институттар мағынасы тағы да күмән тудырады. Енді олар консенсусты көрсетіп және қолдан қана қоятын институт ретінде емес, оны қалыптастырып, келісім жасауға көмектесетін институт ретінде қарастырылады» – дейді С.Холл. [6]

Грамши өзі журналист ретінде, бұқаралық ақпарат құралдарын азаматтық қоғам институттарының қатарына қойып, бұл салага көп көңіл бөлді. Бірақ, «турме жазбалары» (1926-37) кезінін бері көп нәрсе өзгерді. Телевидения және тағы да басқа Грамши білмейтін бұқаралық коммуникация құралдары пайда болды. Қазіргі заманғы қоғамда медиа институттар қоғамдық келісімге келудің және оны қолдаудың негізгі институттарына айналып отыр. Олай болуының себебі қоғамдық санаға мықты әсер етуші құрал болғандықтан ғана емес, билік пен консенсус артикуляциясы жүзеге асуының ең тиімді жолы екендігінде деп түсіндіріледі. Билік институты ретінде олар үстемдік етуші идеологияны

шығарады және насихаттайды, алайда өздері тікелей қысым көрсетушілікten «еркін», билік мақсатын жүзеге асырудың құралы болудан «тәуелсіз» болып қала береді. Бұқаралық коммуникацияның абсолютті еркіндігі мен тәуелсіздігі мүмкін емес, эрине, дегенмен, сөз, ақпарат, баспа және таспа бостандығы азаматтық қоғамның басты қағидалары болып қала береді.

Масс-медиа және ақпараттық саяси идеология

Масс-медиа әлемде болып жатқан оқиға, факт, жағдайларды бейтарап және объективті көрсететін құрал. Алайда, кез келген теория, тұжырымдама, ереже немесе бағдарламаны индивидтер жазатынын ескерсек, қалай болғанда да, адами фактордың орын алатындығына көз жеткіземіз. Сана, сезім, ішкі түйсіктің болуы мүмкін кез келген ұғымда субъективті пікірдің де болуы заңды. Объективтілікті қөздейтін БАҚ өкілдерінің шығармашылығы да, адамдармен, яғни журналисттермен жасалады. Демек, қанша жерден бейтарап ақпарат күткенімізben, билік өкілдерінің қызығушылығы рөл ойнап, мәліметтердің бұрмалануы әбден мүмкін.

Бұны 2008 жылы тамызда орын алған грузин-осетин қақтығысын ресейлік бұқаралық ақпарат құралдарының қозімен қарастырып көрейік. Ресей билік өкілдері грузиялық жаққа «аггрессор», «қақтығысты бастаушы» деп кінә тағып, Оңтүстік Осетияға жасаған «шабуылына» дәлелдер келтіре бастады. Сол арқылы Ресей өзін «шабуылға ұшыраған осетин жағының қорғаушысы, жақтаушысы» етіп көрсетті. Көптеген ресейлік БАҚ осы қақтығыста ресейлік билік өкілдерінің жағында болды. Бірақ, барлық шетелдік БАҚ қақтығысты «тәуелсіз Грузияға қарсы Ресей агрессиясы» деп бағалады. Ресейлік медиа алдынан өтіп жатқан мындаған ақпарат пен фактілер, толассыз жергілікті халық пікірінің ағымы барысында бір детальді назарынан тыс шығарып алды: Оңтүстік Осетия Грузияның заңды бөлігі болды. Оңтүстік Осетияның тәуелсіздік алуға деген сепаристік ұмытылысина қарамастан, оның тәуелсіздігі сол уақытта заңды түрде бекітілмеген, сондықтан, Ресейдің бұлай жағаласуы егеменді ел – Грузияның ішкі ісіне араласу болып саналады. Ресей өз территориясындағы мемлекеттердің спаратистік көңіл-күйін одан өткен қатыгездікпен басатыны анық. Сондықтан, ресейлік медианың қақтығысты жариялауы бейтараптылық пен объективтілікten әлдеқайда алыс.

Бірақ, масс-медиа орын алған консенсусты қабылдан қолдан қана қоймайды. Бұған

дейін атап өткендей, ол осы консенсусты қалыптастырады. Бұғаңгі масс-медиа «консенсус өндірісінің» негізгі инстанциясы, ол оны қалыптастыра отырып, ойынға қатысушы күштерді және үстемдік етуші идеологияның өзгеруіне әсер ете алады. Жаңа консенсус пайда болуының мысалы ретінде қайта құрылу кезеңіндегі Қазақстандағы процестерді атауға болады. Кеңестік қоғамдағы негізгі консенсус социализм, колективизм, жоспарлы экономика, социалистік өмір сұру салты болды. Нарықтық экономика, жеке меншіктік, жеке кәсіп, парламенттік демократия, президенттік басқару формасы және т.б. «буржуазиялық» құндылықтар, социалистік қоғамға жат нәрсе деп көрсетілсе, қазір олар біздің өміріміз бен мәдениеті міздің ажырамас болігі. Осынша қысқа уақыт ішінде ТМД елдері мен Қазақстан қоғамының санасындағы радикалды төңкерісті кім істеді? Бұл жаңа консенсусты кім және не қалыптастырыды? Саяси институттар, мектеп және университет, дін, өнер, жок әлде әдебиет пе? Осылардың барлығын саралай келе, бұл төңкерісті орнатқан масс-медиа деп батыл айтуда болады, әсіресе, оның ішінде телевидение мен баспаның рөлі зор. Бұл жаңа консенсуске оның бизнесі белсенді еніп кетті де, оны түрлендіріп жіберді.

Медиа үстемдік етуші мұдделер мен бағынушы топ арасындағы қарама-қайшылықтарды реттейтін әлеуметтік делдал, медиум ретінде шығады. Медиа үстемдік етуші азшылық идеясын «жалпыхалықтық», «жалпыұлттық» идеялар ретінде заңдастырады және ол идеялардың қабылдануын жөнілдетеді. Осылайша, медиа дамыған индустріалды мемлекет индивидін «белсенді тұтынушы» ретінде көрсете отырып, «тұтынушылар» мен «өндірушілердің» қызығушылықтары арасындағы байланысты орнатады. Бұл жерде тауарды өндіруші де, оны қолданушы да индивид болғандықтан, олардың арасындағы әлеуметтік байланыс қоғамның институттары арқылы жүзеге асады. Мұнда өндірушілердің қызығушылығы жарнама берушілердің коммерциялық қызығушылығымен (телевидение), және халықтың тұтынушылық қызығушылығымен сәйкес келеді.

Медиа өзінің кез келген әлеуметтік институтқа – діннен бастап, спорт пен сәнге дейін бейімделуімен ерекшеленеді. Қарап тұрсаң, телевидация мен дін арасында қандай байланыстың болуы мүмкін? Бірақ, кейбір американлық конфесиялар сенім мәселесін телевизиялық форматка икемдегені сонша, олар ұлттық телевизиялық шоуга айналған, ал оның жүргізуши-

лері зайырлы ток-шоулардың жүргізушілерінен кем түспейтін танымал. Еуропа мен Ресейде бұл тенденция кең таралған жок, бірақ арнағы діни каналдар (ресейлік «Спаса», қазақстандық «Асыл арна» сияқты) көптеген елдерде бар. Бұл – ислам ресми түрде мемлекеттік идеология болып саналатын мұсылман елдеріндегі тв мен басқа да БАҚ-тың жұмысын қарастырмаганда. Спорттық телевизия, оку телеизиясы, фэшн тв, жануарлар тв, «Дисковери», «Никелодон», «Картун Ньюорк» – мұның бәрі телевизия әлеуметтік және қоғамдық өмірдің барлық саласына белсенді енүі, қазіргі мәдениетіміздегі телевизия мен медиа институттарының үстемдігі мен билігі жүріп тұрғандығын көрсетеді. Бұл билік, жоғарыда көрсетілгендей, қысым, күш көрсету арқылы емес, гегемония арқылы – мәдени көшбасшылықпен жүргізіледі.

Үстемдік етуші идеология мен қалыптастан тәртіпті бұзатын кез келген феноменді телевизия мәдениеттің «қалыпты» элементіне айналдырып, қайта икемдеуге қабілетті. Ұзын шаш, ұқыпсыз түр, 60-ж. хиппи киімдер екі онжылдық өткеннен кейін «қалыпты» сән элементі болып шыға келді. Андеграунд музыкасы, панк рок, рэп, «турме» лирикасы «жаңа музыкалық толқынның» жанрына; әртүрлі мәдениет және өнер салаларындағы революционерлер жиырма жылдан кейін ең «әдепсіз» тауарлардың жарнама брендіне айналды. Егер, осы идея, индивид және әрекеттер мәдени тәртіпке сәйкес келмесе, масс-медиа оны біртүрлі, «есуастық» тірлік ретінде көрсетеді. Қысқаша айтқанда, масс-медиа әсер қалдыруға көмектеседі. Ол әсер жағымды бола ма, әлде жағымсыз ба – оны үстемдік етуші идеологияның мазмұны шешеді. Медианың бұл «қалыптастыратын» функциясы гегемония идеологиясында шешуші орын алады.

Корытынды

Біз идеология теориясына ғалымдар мен ойшылдардың косқан үлестерін бірінен соң бірін тарихи үрдіс ретінде көрсеттік. Солардың ішінде қайсысы бұғаңгі күнге дейін маңызды, қайсысы «тарихтың жәдігері» болып қалды? Бұғаңгі күнгі көзқараспен идеология дегеніміз не? Маркстің идеологияны таптық қызығушылықтарды бейнелейтін ойлар мен көзқарастар жиынтығы деп анықтауы әлі күнге дейін өз күшінде. Алайда, тек таптық қана емес, басқа да билік катынастар орын алатын әлеуметтік-топтық қызығушылықтар идеологияны бейнелейді. Қазіргі заманғы қоғам Маркс бейнелегеннен әлдекайда күрделі құрылым, ондағы таптық қатынастар

маңызды орын алғанымен, ұстемділік жасай алмайды.

Идеология билікке тікелей қатысты, ол билік қатынастарының бейнесі болып табылады, бірақ, билік туралы қазіргі заманғы ұғым марксистік ұғымнан әлдеқайда айрықшаланады. Билік тікелей қысым көрсету немесе күштеп жұмсау арқылы жүзеге аспайды, бірқатар мәдени және медиалық институттар арқылы жаңа жүргізіледі. Грамши сөзімен айтсақ, билік – бұл күштеу емес, мәдени көшбасшылық және гегемония. Расында, қазіргі заманғы зерттеушілер мәдени құндылықтардың бәрі емес, тек гегемония және ұстемділік қатынастарын қолдаумен байланыстырады ғана идеологиялық болып табылады деседі. Джон Топмсонның айтуынша, «танбалы нысандарды» толыққанды идеологиялық деп айтуга келмейді, себебі, олар ерекше жағдайларда – ассиметриялы билік қатынастарын жүйелі қолдана отыру үшін ғана қолданылады және сол қолданыс уақытында ғана оларды идеологиялық құрал деп санауга болады. [7]

«Идеология – идеялар жүйесі ретінде мықты күшке тек коммуникацияда көрінген жағдайда ғана ие болады. Сол уақытта, әрине, масс-медиа және т.б. әлеуметтік институттар идеологияның таралуында маңызды рөл атқаратыны анық. Ұстемдік етуші идеологияның фабрикаттары «ақпараттық элитага» айналады. Олардың билігі мен ұстемдігі өздері қалайтын идея жүйесін көпшілікке мақұлдату қабілеттілігін туындаиды. Қазіргі заманғы әлемде көптеген әлеуметтік «элиталы топтар» элиталы емес мәдени нысандарға – масс-медиа және танымал мәдениетке, өздерінің жоғары әлеуметтік мәртебесін сақтау мақсатында идеологиясын жүргізу үшін тәуелді болу керек» – дейді Джеймс Лалл. [8]

Оның пайымдауына сүйенсек, идеология мәдиасыз өміршеш болмасы туралы корытынды

жасауға болады. Осылайша, идеологияны зерттеу медианы зерттеуге үлкен әдістемелік база бола алады.

Бірақ, гегемония теориясы билік қатынастарының мәнін ашқаннан гөрі, көбірек жасырады. Ол биліктің әлеуметтік көбеюін заңдастырады және негіздейді. Идеологиялық гегемония «демократиялық қогамда» әртүрлі қозқарастардың еркін айтылуына мүмкіндіктің барына деген сенімге негізделеді. Сондықтан, идеологиялық гегемонияның «объектілері» ешқашан өздерінің иедологиялық басымның құрбаны болып жатқандығын түсінбейді. Идеологиялық риторикаға сай, егер сен өмір сүріп жаткан қогамда бәрі ойдағыдай болмаса, онда оған сен кінәлісің және әлеуметтік тәртіпке (немесе тәртіпсіздікке) сен жауаптысың. Гегемония теориясы индивидке саяси сайлаушы немесе мәдени-экономикалық тұтынушының алдындағыдай таңдауды елестетіп қояды. Бірақ, ол идеологиялық өнімдердің басып және қолданып тастантырылған функция атқарады деген сөз емес. Джон Томпсон атап өткендей, идеология «әлеуметтік өмірдің креативті әрі констативті тұсы. Оны қолдайды, өндіреді, сынайды және белгілі іс-әрекеттер арқылы өзгертеді». [9]

Корыта айтатын болсақ, нақты идеяларды бақылап, өзгеге енгізу билігінен бөлек, оларды құрастырып, көрсету билігі де бар. Идеологиялық гегемония манипуляция мен махинация ғана емес, сонымен қатар, идеяларды интерпретациялау мен декодтау. Әлеуметтік тарих көрсеткеніне жүгінсек, идеология енгізіліп, баяу қабылданғаннан гөрі дауга түсіп, келісіліп, саудаланады. Сондықтан, индивидтер, әлеуметтік топтар ұстемдік етуші қүшер ойынының құрбаны болып қана қоймай, сол ойынның немесе «әлеуметтік сауданың» белсенді қатысушысы болып табылады.

Әдебиеттер

- 1 Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М.: Академический Проект, 2005.
- 2 Маркс К., Энгельс Ф. Избранные произведения в 2-х томах. Т. 1. – М.: Полиздат, 1995. – 583 с.
- 3 Энгельс Ф. Анти-Дюринг. – М.: Политиздат, 1957. – 527 с.
- 4 Gramsci, A/ Selection from Prison Notebooks. – London, Lawrence&Wishart, 1971. - 80 p.
- 5 Strinati, D. An Introduction to theories of popular culture. – London, Routledge, 1995. -301 p.
- 6 Hall, S. The Rediscovery of “Ideology”: Return of the Repressed in Media Studies. // Storey J, ed. Cultural theory and popular culture. A Reader. – Harlow, Pearson Education Limited, 2006. -657p.
- 7 Thompson, J.B. The Media and Modernity. – Cambridge, Polity Press, 1995. – 213 p.
- 8 Lull, J. Media, Communication, Culture. A Global Approach. – New York, Columbia University Press, 2000. -308 p.
- 9 Thompson, J.B. Ideology and Modern Culture. – Cambridge, UK: Polity Press, 1990. - 10 p.

References

- 1 Kirillova N.B. Mediakul'tura: ot moderna k postmodernu. – M.: Akademicheskij Proekt, 2005.
- 2 Marks K., Jengel's F. Izbrannye proizvedenija v 2-h tomah. T. 1. – M.: Polizdat, 1995. – 583 s.
- 3 Jengel's F. Anti-Djuring. – M.: Politizdat, 1957. – 527 s.
- 4 Gramsci, A/ Selection from Prison Notebooks. – London, Lawrence&Wishart, 1971. - 80 p.
- 5 Strinati, D. An Introduction to theories of popular culture. – London, Routledge, 1995. -301 p.
- 6 Hall, S. The Rediscovery of “Ideology”: Return of the Repressed in Media Studies. // Storey J, ed. Cultural theory and popular culture. A Reader. – Harlow, Pearson Education Limited, 2006. -657p.
- 7 Thompson, J.B. The Media and Modernity. – Cambridge, Polity Press, 1995. – 213 p.
- 8 Lull, J. Media, Communication, Culture. A Global Approach. – New York, Columbia University Press, 2000. -308 p.
- 9 Thompson, J.B. Ideology and Modern Culture. – Cambridge, UK: Polity Press, 1990. - 10 p.

К. Мұқышева

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан Республикасы, Алматы қ., E-mail:kuralaymukusheva@gmail.com

ҚАЗАҚ ДУНИЕТАНЫМЫНДАҒЫ «ДАЛА» ҰҒЫМЫНЫҢ АЯСЫ

Мақалада «Дала» ұғымы «қазақ» образына тікелей байланысты суреттелеңін көркем шығармаларды салыстыра талдау арқылы зерттелді.

Автор «дала» сөзін концептуалды ұғымдарға жатқызып, оны тек географиялық объект емес, сонымен қатар нышан әрі көркем бейне болатындығын жан-жақты дәлелдейді. Бұл әдебиеттің жанрлары үшін маңызды. Себебі, ойлау ерекшеліктеріне байланысты нақты мәселелерді ары қарай жете зерттеу, концептология негіздері теориясының кейбір аспектілері бағытындағы ізденістерге әсер ететіні сөзсіз. Дала концептісін талдау адам санасын және оның ойлау жүйесін теренірек зерделеуге, қазақ халқының ойлау әрекетінің вербальды денгейдегі көрінісін, оның ментальды әлемінің, ұлттық мінезінің өзгешелігін әбден анықтауға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: «Дала» ұғымы, кеңістік, саяхатшылар хаттары, қазақ дүниетанымы.

K. Mukusheva

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы, e-mail: kuralaymukusheva@gmail.com

Казахское мировоззрение в ракурсе понятия «степь»

Понятие «степь» в статье исследовано путем сравнительного анализа художественных произведений, непосредственно связанных с образом «казаха».

Автор относит понятие «степь» к концептуальным понятиям и всесторонне доказывает, что она может быть не только географическим объектом, но и символом художественного образа. Это важно в литературных жанрах, потому что дальнейшее подробное изучение конкретных вопросов в зависимости от особенностей мышления, безусловно, влияет на исследования в направлении некоторых аспектов теории основ концептов. Анализ концепта «степь» дает возможность более глубже изучить человеческое сознание и систему его мышления, дает возможность полностью определить образ мышления казахского народа на верbalном уровне, особенности его ментального мира, национального нрава.

Ключевые слова: степь, художественный образ, концепт, ментальный мир.

K. Mukusheva

Al-Farabi Kazakh National university,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: kuralaymukusheva@gmail.com

The concept of «dala» in the kazakh worldview

In the article "Steppe" the concept of "image is explored by means of a comparative analysis of works of art directly related to the subject matter. The author of the "steppe" is the development of conceptual notions of the word, referring only to its geographical object, but also the symbol of the artistic image, which further proves comprehensively. This is important for the genre. Because, depending on the specifics of specific issues of further research of thinking, the fundamentals of the theory of conceptual direction of the direction certainly affects certain aspects. The concept is to study the system of thinking of the human consciousness and its FIELD analysis deeper, the verbal reflection of the thinking activity, the level of the Kazakh people, its mental world, allows to determine the specifics of the national character.

Key words: world "Дала", the conceptual, Kazakh and steppe, geographical object.

Кіріспе

Шексіз кең байтақ дала – шартты түрде «жазық» деп аталатын кеңістік ұғымының пайда болуына ықпал жасады. Бұл ұғымның тарихи тұрғыдан бұрынғы кезеңдерге тіркелген және географиядан кең мағынасы болған. Әр елде оның түрлі мазмұнымен толығып отырды. Орыс халқының тарихында көшпелі халықтар – «қыпшақтар» («половцы»), яғни «далада тұратын адамдардың» жері мағынасын беретін «Поле» ұғымы бар. «Поле» ұғымының кеңістікті сипаттамасы анық – бұл «үлкен жазық орын». Бұл терминнің қазір жаңа баламасы бар, ол – «степь».

Славян мифопоэтикалық түсініктер контекстінде «поле», «степь» ұғымдары адамның сопылыққа қарсы, ішкі тыйымдарынан еркін мінезінің синонимі болып табылады. Л.Н. Толстойдың «Живой труп» пьесасының кейіпкері Федя Протасов мінез-құлықтың осындай қырын бағамдай отырып былай дейді: «Бұл – дала, бұл оныншиғасыр, бұл бостандық емес, еркіндік».

Негізгі бөлім

«Дала» ұғымының шығуының әлі де болса бір мағыналы түсініктемесі жоқ. Бұл сөз көптеген жалпы европалықтардың тілінде кездеседі, «step» – «жазық, тегіс болу» деген. Латыш тілінде стiept – «созылып жату» дегенді білдіреді. Әзербайжандық «tar» – бұл «ашық, тегіс орын», хинди тілінде tar – «алан, иен жер». Шер шарының әр тарабында дала әр қылы аталады: Солтүстік Америкада – прерия (көгалды, шалғынды аймақ); Оңтүстік Америкада – пампа немесе пампас, ал тропиктерде – льянос. Оңтүстік америкалық льяностың Африкадағы және Австралиядагы баламасы саванна болады. Жаңа Зеландияда даланы түссоки деп атайды.

Ғылыми тұжырымдамалар мен зерттеудің әдістемесі

Ғалымдар бұл терминді біресе «тепу, тепи – бью (согамын), бить (соғу), рублю (шабамын), рубить (шабу)» сөзімен байланыстырады – енде-ше «соғылған, шабылған орын», біресе топот (дұбір), топтатып (таптау) сөзімен жақындастырады, бұдан степь-дала – «тапталған орын – вытоптанное место» деуге болады. Оны латыштың Stiept – «созылып жату» сөзінен шықты деп те айтады.

Мұның осы сөздің түп-тариҳы – этимологиясын анық түсіндірмессе де, көркемдік жағынан түсінік береді: дала – бұл өте үлкен «кең жайылған», «тапталған» және «шабылған» жер.

Қазак тілінің түсіндірме сөздігінде мынадай түсініктеме келтірілген.

Дала – 1. Кең байтақ жазық өңір, құла түз. Сусыз шөл дала. 2. Есік алды, тыс. 3. Ауылды жер, қыр. Дала қосы – науқан кезіндегі уақытша баспана. Дала поштасы – әскери бөлімнің далаң жердегі поштасы. Далаға айтты – сөзі зая кетті. Далаға таstadtы – а) қараусыз қалдырыды, қадірлемеді. ә) шаңына да ілеспеді, маңайламады. Даланы басына көтерді – қатты сөйлеп даурықты.

«Дала» қазақтың санасында қалыптасқан, орын тепкен сөздік түсіндірмесінің мағына-ларынан әлдеқайда кең. Қазақтың бар өмірі осы далаңы қорғаумен, осы далада ғұмыр кешумен өткен соң бетегелі даларапарда «қан майдан ұрыс» болып, халықтың тағдыры шешілді. Сондықтан қазақ санасында дала тарих сияқты, эпикалық мағынасы бар сөз.

Ойталқы

Дала кеңістігінің «шексіздігі» бұрын-соңды далаңы көрмеген адамдарға қатты әсер еткен. Вильгельм Рубрук (XIII ғ.) өзінің Алтын Ордаға жасаған саяхатын баян етіп жазғанда, саяхат барысында және жергілікті тұрғындармен арасында, байланысқа түскенде туындаған қындықтарға өзінің оқырманының көңілін аудара отырып, шексіз жазықпен қозғалып бара жатқан көш жайлы үлкен толғаныспен еске алады: «Оңтүстік-шығыс бағыттағы заңғар таулардың арасында аңғар созылып жатты, сонан-соң таулар арасында тағы бір үлкен теңіз көрінді, осы аңғар арқылы бірінші теңізден екіншісіне дейін өзен ағып жатты, сол аңғарда қатты желдің тоқтаусыз соғып тұратыны сонша адамдар бұл жерден жел теңізге ықтырып әкетпесін деген үреймен өтеді... біз теңіздей кең жазыққа кірдік» [1, 117-б.]. Джон Кэстль 1736 ж. жаңа қазақтың ұлан-ғайыр даласына жасаған саяхатында былай деп жазған: «...Жер ... жаппай төбешіктер тізбегінен тұрады және теңіз дауылынан кейін толқындары тыныштанбаған ашық теңіздей көрінеді. Бұл шөл далада өсетін шөп үшкір болып келеді, екі күн жаяу жүрсөн, аяқ күімсіз қалуын мүмкін» [2, 85-86-б.].

Даланы қабылдау – өте терендікті қажет етумен қатар әрі кең мағыналы болып келеді. Бойына көптеген осындай қасиеттерді жинап, шежіре іспетті сипатталатын объект ретінде даланы қазіргі кезде концептуалды ұғымдарға жатқызады. Ол тек географиялық ұғымды беретін объект емес, сонымен қатар танымдық тұжырымы бар, оның үстіне әрі көркем бейне. Жалпы әдеби шығармаларда «дала» ерекше сырьы бар тылсым әлем, сакралды сырьы бар жұмбак және шабыт шақырар керемет әдемі кеңістік түрінде

суреттегеді. Қаламгерлер даланы суреттеу арқылы өзінің дүниекабылдаудын, айнала қоршаған ортага, табиғатқа деген көзқарасын, тұған жерге деген сүйіспеншілігін, махаббатын білдірген, өз шығармаларында осымен туындының мұратын ашатын кейіпкерлерінің сезімін, ойын, арманы мен жай-күйін бейнелеген.

Классикалық үлгідегі шығармаларда шексіз дала бейнесін «заттар әлемі» және «аспан мен дала әлемі» деп белгілеуге болады. Екі көзқарастың өзара катынастары «бөлінетін» және «бөлінбейтін» болып белгіленген. Оның біріншісін, яғни «заттар әлемін» жеңіл жолмен мүшелеуге, бұлдіруге және бұзуға болады. «Бөлінбейтін» қатынастың ерекшелігі мұнда кеңістіктің белгісі сияқты үздіксіздіктің топологиялық ұғымының баламасы түрінде көрінеді. Сондықтан кеңістік ұғымына адамдарды үздіксіз, бөлшектеуге келмейтін тұтастыққа біріктіре-тін музыка, би, той, қырғын, серікtestіk сияқты «бөлінбейтін» құбылыстар жатады» [3, 434-б.].

Даланы суреттеген саяхатшылардың хаттары мен күнделікті жазбалары ете көптеп кездеседі. Соның ішінде ондағы шұғыл өзгермелі климатта орналасқан дала мен шөлді сипаттаулары Н.В. Гогольдің суреттеулерінен ерекшеленеді. Олардың суреттеуіндегі далалар айқындығы мен бейнелілігі кем түспейді, алайда бұл басқа далалар, себебі ол сол автордың, яғни, суреткердің дуниетанымымен суреттегеді. Ал басқа континентте, мысалы еуразияның орталығында орналасқан далалардың сипаты мүлдем өзгеше. Н.М. Пржевальский Гоби шөлін тіршіліксіз, адам тұрмайтын, сұрықсыз әлем ретінде суреттейді: «Апталар бойы жолаушының көз алдында қайталанатын сол бір бейнелер: бірсесе қыста былтырғы қурап қалған шөптің сарғыш түсімен құбылып тұратын ұшы-киры жоқ жазық, бірсесе жартастардың қаралау, айғызыданған тізбектері, бірсесе арасында шыңынан жүйрік бөкеннің бейнесін байқауға болатын жайпақ төбелер... Ондаган, тіпті жүздеген шақырымдар бойы үнемі жолаушыны өзінің шыжыған ыстығымен тұншықтыруға немесе құмды дауылымен көміп тастауга дайын тұрған такыр сусыған құм. Онда бір тамшы су жоқ, не бір аң, не бір құсты көрмейсін, тірі жансыз бос қалғандық мұнда адасып келген адамның жанын түршіктіреді» [3, 21, 22-б.].

Польшалық демократ Адольф Янушкевич (1803-1857) көптеген жылдарға жер аударылып, өзінің өмірінің біршама кезеңін өткізген кездерінде жазған хаттары мен күнделіктерінде қазақ даласын анық суреттейді [4, 82-84-б.]. А. Янушкевичтің бірге жер аударылған серікtesi Бронислав

Залесский оның ойын макұлданап, қайталайды. Ол қазақ даласы антикалық Тозақтың орны болуы әбден мүмкін еді деп жазады. «Қазақ даласының өмірі» атты суреттер альбомының (1865) алғы сөзінде ол шөлді жерлердің сұлулығымен қатар олардың адамды тұнжырататын бірқалыптылығын да атап өтеді: «...Мен шөл даланың кеңдігіне үйрендім... Осы кең байтақ көкжиек, осы шексіз кеңістік адамға азаттықтың өткір сезімін ұялатады. Бұны әркім сезініп көрді, бірақ ол ұзақ уақыт жалғаса берсе, бір түрліліктен жалығасың, қаңырап тұрған шөлден шаршайсың» [5, 14-б.].

Густав Зелинский өзінің «Степи» поэмасында қазақ даласының бейнелі суретін төмендегідей жырлаған:

«Видел ли ты степи? Когда весенным утром с юга потянет приятным ветерком.
А травки, которые таились в земле,
брзынут – схватят майское дыхание,
И увядшее лоно родительницы закроют
зеленым убранством молодости.
Если ты видел это, склони гордое чело пред тем,
что ввело тебя в этот круг чудес...».

Нәтиже

Шөл даланың шексіз жазық кеңістігі туралы көркем түсініктер дәстүрлі қазақ мәдениетінде кездеседі, бірақ ол сол далада туып өскен адамдардың көзімен, таным-түсінігімен бейнеленгенде өзгеше сезім бітіреді. Даланың шексіз жазығында бүкіл өмірін өткізген көшпелі мал өсіруші даланы өзінің музыкалық шығармаларында, поэзиялық туындыларында жырлайды. Даланың айбынды да салтанатты бейнесі Тәттімбеттің «Сары жайлай» күйі сияқты музыкалық туындылардан көрінеді. Таза үндестілікке толы, қазақ даласының шексіз жазығының бейнесін суреттейтін Құрманғазы шығармашылығының биік шыны «Сары-Арқа» («Кен дала») күйі болып табылады. Бұл туындылар тындармандарының, егер ол сол ұлттың өкілі болса, қабылдау санасындағы сырлы суреттердің көз алдына әкелері сөзсіз.

Дала – дуниетаным мен тіршілік әрекетінің барлық деңгейіне – табиғи және мәдени, ұттымды және эмоционалды, саналы түрде менгерілетін және санасыз, жеке және қоғамдық деңгейлеріне әсер еткен, түркі менталитетінің қалыптасуындағы анықтаушы категория. Қазақтың дүние сырын зерттеу жайлы еңбектердің авторы Э. Шакенова: «әр халықтың өз ландшафты бар, оны қабылдауда халықтың мәдени дәстүрлөрі икемделеді, қазақ халқының табиғатындағы осындағы анықтаушы кешен дала мен тау болды.

Шексіз кеңдік пен биіктік көшпені тайпалардың өміріне ықпал еткендігі сөзсіз, онда қатаң тұрмыс және ұлылық пен руханилықта деген анық байқалатын талпыныстары үйлесіп жатыр» [6, 70-б.].

Дала мен тау бейнелері көрнекті қазақ ақыны Олжас Сүлейменовтің поэзиясында жетекші кеңістікті бейнелер болып табылады [7, 29-б.]. О. Сүлейменов туындыларында дала ұғымы үнемі көшпелілердің мекен еткен орнымен, атамекен, туған жер ұғымдарымен байланыстырылады. Ақын даланың жағдайын жылдың ең ыстық кезінде жазады, соның салдарынан ол құргақ, апта, үнемі ыстық, ормансыз, шөлді жазық, құйіп кеткен және т.с.с. түрде анықталады.

Дала пейзажы әркезде әр түрлі бейнені береді. Кейде дала сараптығы және бір түрлілігімен ерекшеленеді. Оның жамылғысы – сортақыр, саз, құм, тас. Өсімдіктерден қарағаш, тал, бетеге, жусан өседі. Негізгі түстері – сары мен жасыл. Бір қарағанда өте сұрықсыз. Бірақ О. Сүлейменов поэзиясында апта ыстығына қарамастан дала өзінің сүйкімді, жанына жақын, ыстық сезім ұлататын бейнесін сақтап қалады. Пейзаж бір түсті емес, ол – жасыл шөппен әрі «қүрең сары», «қүрең жасыл», қансонарда немесе сарша тамызда қырандар және бүркіттер салтанат құрган, күн сәулесінің алтын нұры ойнайтын жарқыраған әсем көрініс. О. Сүлейменовтің пікірі бойынша, дала кеңдікті бейнелейтін, маңғаздылық, асықпаушылық және немікүрайдылықта дейін жеткізетін тыныштық бейнесін беретін сипатқа да ие болады. Бірақ бұл тыныштық тіршіліктің жоқтығы емес, көрісінше жайбырақат мамыражай өмірдің бейнесін білдіреді. Керісінше мұндай тыныштықта табигат әлемі өзінің қарқынды және қалыпты тіршілігін кешуде. Шексіз жазық далада жүген-құрық тимеген жылқылар табыны мен отар-отар қойлар мекендейді, түйелер жайылып, кесіртке-лер шапшаң жоргалайды.

Осының бәрі О. Сүлейменов қабылдауында ұшы-қыры жоқ даланы ақын қырат-устірттері жоқ «дөңгелек жазық» түрінде көреді, өйткені «дала биік тауларды сүймейді». Дегенмен, кішігірім тәбешіктер, қорғандар даланың әсем көрінісін бұзбай, оған үйлесімді кіріп тұрады.

Сүлейменовтің шығармашылығын зерттеген А. Жуминова ақынның даласы тау тізбектері мен су көздерінің ландшафтыларын қамтитын Отан, сүйікті өлкे ретінде ұғынылады деген қорытындыға келеді: «Верни меня в родные степи, хочу туда, где солью Балхаш умывал, где плыл Карагат». Дала көшпелілердің туған үйінің бей-

несі ғана болмайды: «Я сижу в эпицентре великой Голодной степи», бұл жерде голодная степь – «Бетпак-Дала» шөлінің тұра аудармасы – оның тұрғындарының жинақтаушы белгісі ғана емес: «Степь гуляла в победе, забыв обо мне», сонымен қатар аналық бастауын алады: «матерью – степь мы называем». Эпикалық ұлттық мәдени дәстүр бойынша О. Сүлейменовтің далага деген көзқарасы ерекше: в ней «захоронена радость», она «тянет к себе, так что ноги под тяжестью гнутся», на ней «бездонны озера», лежащая «огромным аэродромом», которая «может пулю ту перехватить, расплывить в себе, остановить», ее «не забудешь», и кто к ней не вернулся, тот «жизнь утратил». Басқа үшін сұрықсыз, қызықсыз дала болар, бірақ қазақ қаны бар ақын үшін дала – бұл оның туған жері мен халқының тарихы (3).

Даланың семантикалық баламасы – шөл. Шөл пейзажының дала көрінісінен айырмасы шамалы, ерекшелік тек «майда тас» – құмның көптігі мен бұқіл шөлді әлемді өз бойына тартатын жалғыздықта деуге болады. Алайда шөл әлемінің жалғыздығы қатып қалғандықты білдірмейді, ол жанданған және онда көптеген тіршілік иелері бар. Өлеңдерде шөл даланың көктемдегі ғүлдеуінен бастап күнге күйіп, тақыр далаға айналғанына дейінгі өзгерістері бакыланады. Ақын көбінесе қуан даланы жылдың ең ыстық мезгілінде көрсетіп, оның ландшафттысына тән жағдайға караиды. Барлық тіршілікті қыбыр етпеуге мәжбүрләйтін, шыдатпайтын ыстықтың сипаты «мелшийп қалу, қатып қалу» етістіктерімен беріледі. Титығыңа жететін құндізгі қапырықтан кейін шөл даланың тіршілік иелері біраз тыным алатын кез – түнде өмір жандана бастайды, түнгі шөл даланы ақын көп суреттеген.

Корытынды

Жылдың әр мезгілінде және әр тәулігінде дала көрінісі бір-біріне ұқсамайды, әр киле және түрлі түсті болады. Мұндай ассоциациялардың адам өмірінің кейір кезеңдерінен туындауы әбден мүмкін. Адамның туған жерімен байланысын, атамекеннің оның өміріндегі орнын кейіптейтін даланың бейнесі жалпы адамзаттық мәселелерді қозғайды, мәдениетаралық байланысқа септігін тигізеді. Әр ұлттың даланы қабылдауы әр түрлі. Сөйтеп тұра, орыс оқырманы қазақ даласының, ал қазақ оқырманы «степь» ерекшелігін түсіністікпен қабылдайды. Кеңістікті бейнелі түрде түсінудің нәтижесінде туындаған паралельдер далалы өлкені қабылдаудың ерекшелігімен байланысты.

Әдебиеттер

- 1 Рубрук В. де. Путешествие в восточные страны Вильгельма де Рубрук в лето благости 1253 // Путешествия в Восточные страны Плano Карпини и Гильома де Рубрука. – Алматы: Fылым, 1993. – С. 76-173.
- 2 Кестль Дж. Дневник путешествия в году 1736-м из Оренбурга к Абулхайру, хану Киргиз-Кайсацкой Орды. – Алматы: Жибек жолы, 1998. – 152 с.
- 3 Лотман Ю.М. Заметки о художественном пространстве Путешествие Улисса в «Божественной комедии» Данте // Избранные статьи: В 2-х т.– Таллин: Александра, 1992. – Т. 1. – С. 434-463.
- 4 Янушкевич А. Дневники и письма из путешествия по казахским степям. – Алма-Ата: Казахстан, 1966. – 268 с.
- 5 Заленский Б. Жизнь казахских степей. – Алма-Ата: Θнер, 1991. – 168 с.
- 6 Шакенова Э. Художественное освоение мира // Кочевники. Эстетика. – Алматы, 1991. – С. 62-93.
- 7 Сулейменов О. Аз и Я. Книга благонамеренного читателя. – Алма-Ата: Жазушы, 1975. – 304 с.

References

- 1 Rubruk V. de. Puteshestvie v vostochnye strany Vil'gel'ma de Rubruk v leto blagosti 1253 // Puteshestvija v Vostochnye strany Plano Karpini i Gil'oma de Rubruka. – Almaty: Fylym, 1993. – S. 76-173.
- 2 Kestl' Dzh. Dnevnik puteshestvija v godu 1736-m iz Orenburga k Abulhairu, hanu Kirgiz-Kajsackoj Ordy. – Almaty: Zhibek zholy, 1998. – 152 s.
- 3 Lotman Ju.M. Zametki o hudozhestvennom prostranstve Puteshestvie Ulissa v «Bozhestvennoj komedii» Dante // Izbrannye stat'i: V 2-h t.– Tallinn: Aleksandra, 1992. – T. 1. – S. 434-463.
- 4 Janushkevich A. Dnevniki i pis'ma iz puteshestvija po kazahskim stepjam. – Alma-Ata: Kazahstan, 1966. – 268 s.
- 5 Zalenskij B. Zhizn' kazahskih stepej. – Alma-Ata: Oner, 1991. – 168 s.
- 6 Shakenova Je. Hudozhestvennoe osvoenie mira // Kochevники. Jestetika. – Almaty: 1991. – S. 62-93.
- 7 Suleymenov O. Az i Ja. Kniga blagonamerennogo chitatelja. – Alma-Ata: Zhazushi, 1975. – 304 s.

МАЗМҰНЫ – СОДЕРЖАНИЕ

1-бөлім Раздел 1

Журналистика: қоғам, тіл, тарих, саясат, зан, экономика **Журналистика: общество, язык, история, политика, закон, экономика**

Ибраева Г.Ж.

Иммерсивная журналистика как новая цифровая платформа медиакоммуникации.....4

Shyngyssova N.T., Mussayeva B.A.

United Nations sphere of education: the publication on Kazakhstan Mass Media.....16

Барлыбаева С.Х.

Евразийская интеграция – взаимодействие информационных пространств21

Bekbolatuly Zh., Chazbijewicz S.

The contribution of the Poles to the socioeconomic development of Kazakhstan29

Мухамадиева Л.И., Дудинова Е.И.

Контент и лингвостилистика информационных сообщений: проблемы верификации34

Zhaxylykbayeva R.S.

Faith is the most important criterion of culture43

Zhanabekova M., Maikotova G., Mergenbaeva K., Mamyrova K., Saparkhojayeva N.

A Contrastive Study of Compliment Responses in the English and Chinese47

2-бөлім Раздел 2

Ақпарат әлемі Мир информации

Sultanbayeva G.S., Velitchenko S.N., Golovchun A.A., Lozhnikova O.P.

Semantical Analysis on the Material of Mass Media in Kazakhstan.....53

Ибраева Г.Ж.

Детская журналистика в Казахстане до получения независимости: исторический дискурс60

Niyazgulova A., Ibragimov N.

Russian mass media in Kazakhstan information society: sociological research68

Құрманбаева А.А.

Экологиялық журналистиканың ерекшеліктері76

Argynbayeva M.Kh., Gubasheva D.T.

Development of the advertising market in Kazakhstan81

Мусинова А.А., Лейман Е.

Культурный аспект национальной медиасистемы: особенности развития, проблемы настоящего и будущего.....85

3-бөлім Раздел 3

Көсемсөз және Қоркемсөз Литература и публицистика

Медеубекұлы С.

Бейнесөз және оның қоғамдық сананы ояту сипаты92

Ахметова Л.С.

Медиа Казахстана 50 лет назад: публикации на темы патриотизма98

<i>Альжанова А.Б.</i> Ю. Скайлер и Я.Мак-Гахан о Казахстане второй половины XIX века	107
4-бөлім Раздел 4	
Электронды ақпарат Электронные средства	
құралдары информации	
<i>Myssayeva K.</i> Political News in Kazakhstan's TV	114
<i>Әбдіжәсілқызы Ж.</i> Ақпарат әлемі және тележурналистикадағы режиссура өнері	121
<i>Мусинова А.А., Оразбай А.</i> Специальный репортаж в программе «Главная редакция» на Коммерческом телевизионном канале.....	126
5-бөлім Раздел 5	
Баспа ісі және дизайн Издательское дело и дизайн	
<i>Муканова Г.К., Мергенбаева К.К., Серикбай Б.Ф.</i> Актуальные вопросы переподготовки специалистов в сфере издательства и распространения книг	135
<i>Батырханова Ж., Саяқбаева Г.</i> Орап-қаптау және оның даму тенденциясы	142
6-бөлім Раздел 6	
Жас ғалымдар мінбері Трибуна для молодых ученых	
<i>Оразова А.</i> Хат- тарихи дереккөз	148
<i>Әлімжанова А.</i> Мультимедиалық журналистикадағы контент мәселесі.....	154
<i>Сұндетбаева С.</i> Идеологияның жүзеге асуындағы медиа рөлі	160
<i>Мұқышева К.</i> Қазақ дүниетанымындағы «Дала» ұғымының аясы	168

CONTENTS

Section 1

Journalism: society, language, history, policy, law, economy

Ibrayeva G.Zh.

Immersive journalism as a new digital media communication platform..... 4

Shyngyssova N.T., Mussayeva B.A.

United Nations sphere of education: the publication on Kazakhstan Mass Media..... 16

Barlybayeva S.X.

Eurasian integration – interaction of information space 21

Bekbolatuly Zh., Chazbijewicz S.

The contribution of the Poles to the socioeconomic development of Kazakhstan 29

Mukhamadiyeva L.I., Dudinova E.I.

Content and linguistics of information messages: problems of verification..... 34

Zhaxylykbayeva R.S.

Faith is the most important criterion of culture 43

Zhanabekova M., Maikotova G., Mergenbaeva K., Mamyrova K., Saparkhojayeva N.

A Contrastive Study of Compliment Responses in the English and Chinese 47

Section 2 World of information

Sultanbayeva G.S., Velitchenko S.N., Golovchun A.A., Lozhnikova O.P.

Semantical Analysis on the Material of Mass Media in Kazakhstan..... 53

Ibrayeva G.

Children's journalism in Kazakhstan until independence: historical discourse..... 60

Niyazgulova A., Ibragimov N.

Russian mass media in Kazakhstan information society: sociological research 68

Kurmambaeva A.

Features of environmental journalism in Kazakhstan 76

Argynbayeva M.Kh., Gubasheva D.T.

Development of the advertising market in Kazakhstan 81

Mussinova A., Leiman Ye.

The cultural aspect of the national media system: the features of development,
the problems of the present and the future 85

Section 3 Literature and journalism

Medeubekuly S.

Beinesos candidate of philological Sciences 92

Akhmetova L.

Media of Kazakhstan 50 years ago: publications on patriotism subjects 98

Alzhanova A.

E.Schuyler, J.MacGahan about Kazakhstan in the second half of the 19th century 107

Section 4 **Electronic mass media**

Myssayeva K.
Political News in Kazakhstan's TV 114

Abdijadilgizi Zh.
The world of information and art directing in television journalism..... 121

Moussinova A.A., Orazbay A.
Special reportage in the "Glavnaya redakciya" program on Commercial TV channel 126

Section 5 **Publishing and design**

Mukanova G.K., Mergenbaeva K.K., Serikbai B.F.
Actual questions of retraining of specialists in the field of publishing and distribution of books..... 135

Batyrkhanova Zh., Sayakbaeva G.
Packaging process and its development trends..... 142

Section 6 **Tribune for young scientists**

Yrazova A.K.
Letter-source of the history 148

Alimzhanova A.,
Content problems in multimedia journalism..... 154

Sundetbayeva S.K.
The role of media in the implementation of ideology..... 160

Mukusheva K.
The concert of «Dala» in the Kazakh worldview 168